



INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR

Mercacei

SEMANAL

MERCACEI, PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA A LA COMUNICACIÓN

E

ditorial

Oleo Mitiga: impulsando la mitigación del cambio climático en el olivar tradicional andaluz
pág. 7

Nuevas evidencias a favor de una dieta que favorezca el uso de aceite de oliva
pág. 16

El IFAPA inicia tres nuevos proyectos de investigación y transferencia del conocimiento en el sector oleícola
pág. 17

AFE destaca la “necesaria, estratégica e insoluble” vinculación de las almazaras con la calidad del AOVE
pág. 19

El V Congreso Internacional sobre Aceites de Oliva, Olivar y Salud aborda el impacto del AOVE en la salud y en el medio ambiente
pág. 20

AGR by De Prado: “La próxima campaña de olivar se prevé mejor debido a la lluvia y a la abundante floración”
pág. 22

Un café con AOVE, por favor

Por Pandora Peñamil Peñafiel

Si el café está de moda -bueno, el *specialty coffee*, para ser exactos- y el AOVE está de moda, ¿cómo no iba a plantearse alguien unir a esta pareja de *celebrities* que nos alegra las mañanas? Si bien es cierto que la cadena Starbucks dio el primer paso con su *Oleato*, ahora son muchos establecimientos los que están añadiendo unas gotitas de oro líquido al café para hacerlo más saludable y, por qué no decirlo, más *instagramable*.

De hecho ha llegado incluso a salir al mercado un AOVE específico para maridar con café. Se trata de *Oleo Latte*, un zumo exclusivo seleccionado por Almazaras de la Subbética por su aroma y sabor inespereado. Un *blend* de aceitunas de distintas variedades en diferentes estados de maduración. Su preparación y fusión con leche o bebida vegetal, y con café o té, brindan, a juicio de esta cooperativa, una experiencia sensorial única que deleita los cinco sentidos. Para hacer incluso más *cool* este lanzamiento, el set incluye una lata de aceite de oliva virgen extra *Oleo Latte*, una cuchara medidora y un espumador. Si no subes un *story* con este pack, estás fuera de onda.

Dejando atrás la parte más superficial de esta moda, lo cierto es que la combinación de café y AOVE resulta también muy beneficiosa para nuestro organismo. Además de estimular el sistema nervioso central por su contenido en cafeína, el café aumen-



ta la liberación de ácido en el estómago, lo que a veces conduce a malestar estomacal o acidez. Ahí es donde el virgen extra, con sus notables propiedades antiinflamatorias, antioxidantes y cardioprotectoras, despliega sus encantos y podría aliviar esta sensación. Cabe destacar que algunos camareros, chefs y baristas han empezado ya a lanzar sus recetas para elaborar un delicioso *coffee* mañanero con AOVE. Es el caso del barista y campeón de España Rufus Gideon, que recomienda un café

doble espresso con leche emulsionada con aceite de oliva virgen extra. “Al verter esta emulsión se enriquece la bebida y se resaltan los sabores del café, aportado una textura más sedosa y cremosa”, ha detallado.

En la era de las RRSS, esta mezcla es también tendencia. Hace unas semanas, el usuario de TikTok @cafesmacaibo realizó una cata en directo de café con aceite de oliva que contó con, nada más y nada menos, que 600.000 espectadores. Tras probarlo, el *influencer* aseguró que esta grasa “le aporta un toque picante, equilibra bastante bien la acidez del café y potencia su amargor”. “¿Se puede echar aceite de girasol?”, comentaba en tono jocosos un seguidor. “Lo malo va a ser el precio, va a salir el café por seis euros”, protestaba otro.

Como diría Salvador Dalí, “que hablen bien o mal, lo importante es que hablen de mí”. ¡Sigamos hablando de AOVE pero, sobre todo, consúmanlo, por favor!



CONTROL INDUSTRIAL

www.imsesaje.es

RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA

EXTRACCIÓN DE PRODUCTO

OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS

SOFTWARE INTEGRAL DE PROCESOS

ALMACENAMIENTO DE PRODUCTO FINAL

ESPECIALISTAS EN ALMAZARAS

PATROCINA LA NOTICIA DE LA SEMANA

“El MAPA prevé una bajada de precios la próxima campaña ante la recuperación de la producción de aceite de oliva”

pág.6

MUNDO OLIVAR

II Congreso Mundial de Olivicultura y Elaiotecnia

11 y 12 de junio / Córdoba

50 Ponentes • 1.200 Asistentes
8 Mesas redondas • 5 Talleres

PATROCINADORES PREMIUM





“El camino hacia la sostenibilidad económica y medioambiental”

País invitado en esta edición: **PORTUGAL**

Pincha aquí para inscribirte

PATROCINADOR INSTITUCIONAL



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

PATROCINADORES



ENERGY PULSE SYSTEMS DESIGNING ENERGY FOR LIFE



COLABORADORES



ORGANIZADORES





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



Mercacei
GRUPO EDITORIAL

CEO & Editor:
Juan A. Peñamil Alba

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

Secretaría de Redacción y Publicidad: Estrella de la Lama
Alcaide
Administración: Cristina Álvarez
Llorente
Departamento Comercial:
Natalia de las Heras
Corresponsal Italia (Milán):
Daniela Capogna
Corresponsal América del Sur:
Leonardo Moral

Suscripción:
MERCACEI Semanal
(46 nos al año)
con MERCACEI Magazine
(Trimestral)
Anual: 236 €
(Extranjero: 290 €)
MERCACEI FAX
(sólo para los suscriptores de MERCACEI)
Anual: 155 €
(Extranjero: 250 €)

Depósito Legal:
M 28733 - 1994
ISSN
1134 - 525 X

Publicación confidencial para uso exclusivo de los suscriptores.

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

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



sumario

1	Editorial
4	Sumario
5	Análisis de Mercado
6	Actualidad
	• Campaña
	• Medioambiente
8-12	Mercado
	• PAC
13	Actualidad
	• AOVE & Cultura
	• Dieta Mediterránea
	• I+D+i
	• Calidad
	• Promoción
	• Salud
	• Eventos
23	Precios en el lineal
24	Anuncios Breves
25	Agenda

Actualidad

Ángel Vera, nuevo gerente de Ferias Jaén



Ángel Vera ha sido nombrado como nuevo gerente de Ferias Jaén, S.A.M.P. Unipersonal. Tras 25 años de actividad, el pasado mes de noviembre Ferias Jaén se transformó en una nueva sociedad, convirtiéndose la Diputación de Jaén en único accionista de la nueva empresa “y abriéndose un nuevo periodo en el que estamos muy ilusionados”, según ha resaltado Vera.

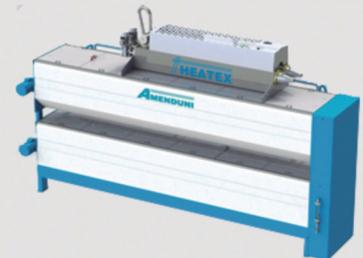
El nuevo gerente de Ferias Jaén ha destacado que “la institución ferial se ha situado, con gran esfuerzo, en referente en el panorama ferial y congresual español, posicionándonos como uno de los mejores espacios de Andalucía y de España y que nos convierte en centro neurálgico mundial cada dos años con la celebración de Expoliva”, que en 2025 tendrá lugar del 14 al 17 de mayo. Así, a su juicio, Ferias Jaén cuenta con una proyección “inmejorable, ahora más que nunca, al servicio del empresariado de esta provincia”. Además, Vera ha considerado que la reciente construcción del Palacio de Deportes Olivo Arena ha completado “unas magníficas instalaciones, que nos permiten contar con un recinto único a la altura de los mejores, y con la facilidad de albergar eventos de cualquier índole”.



EVO LINE
NUEVO DECANTER



NUEVOS MOLINOS
PARA ACEITUNA VERDE O MADURA



HEATEX
INTERCAMBIADOR DE CALOR DE ALTA EFICIENCIA



REX LIMITED
NUEVO NUEVO MODELO



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

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





Aceite de oliva

Los datos de producción y salidas refuerzan la firmeza de la oferta

Las cifras oficiales vieron por fin la luz, aunque los mercados ya hubiesen hecho sus planes sin esperar su publicación. Así, la AICA fija la producción acumulada en 850.156,94 toneladas y las salidas en 84.258 t., sin incluir las importaciones. Ante este escenario, el secretario general de UPA-Andalucía y responsable de la Sectorial de Olivar y Aceite de UPA, Cristóbal Cano, hace hincapié en que “los precios del aceite de oliva deben retomar la senda alcista porque no hay razones que justifiquen nuevas bajadas como las vividas en las últimas semanas”.

Jaén

Continúa la tendencia al alza en las cotizaciones debido, sobre todo, a la firmeza de una oferta que se ha visto fortalecida por los recientes datos de salidas. La demanda, corta, únicamente se dedica a picotear. La climatología sigue acompañando. En este sentido, el lampante se sitúa a 7.200/7.300 €/t.; el virgen, a 7.400/7.500 €/t.; el refinado, a 7.300/7.350 €/t.; y el virgen extra, a 7.800/8.000 €/t.

Córdoba

Tranquilidad en una semana caracterizada por la gran firmeza de la oferta tras conocerse los datos y una demanda más relajada dedicándose a retirar el aceite adquirido con anterioridad. Así, el lampante se establece a 7.200/7.300 €/t.; el virgen, a 7.400/7.500 €/t.; el refinado, a 7.200 €/t.; y el virgen extra, a 7.750/8.100 €/t.

Sevilla

Firmeza por parte de la oferta, reforzada tras conocerse los datos de producción y salidas, con una demanda que sólo compra por necesidad. En este sentido, el lampante cotiza a 7.200 €/t.; el virgen, a

Rosa Moliterno

Broker

Aceite de oliva a granel

952 603 030

rm@iberiadeaceites.com

Iberia de Aceites S.L.

7.500 €/t.; el virgen extra a 8.000/8.500 €/t.; y el refinado, a 7.300/7.350 €/t.

Málaga

Mercado muy parado, con una demanda lenta y una oferta que se adapta al escenario actual. Tan sólo muestra cotización el AOVE, que se sitúa a 7.900/8.000 €/t. La climatología está favoreciendo el correcto desarrollo del olivar con vistas a la próxima campaña, con temperaturas cálidas por el día y frescas por

la noche, por lo que el campo presenta un extraordinario aspecto.

Castilla-La Mancha

Semana marcada por los datos de producción y salidas, más elevadas de lo esperado. Poco movimiento en el mercado, con la oferta más retraída y una demanda frenada que se dedica a picotear. En este contexto, el virgen se establece a 7.400/7.500 €/t.; y el AOVE, a 7.600/8.200 €/t.

Extremadura

Mayor actividad respecto a la semana anterior debido a la publicación de los datos de producción y salidas, con una oferta y demanda que van operando según necesidades financieras y de envasado. En este sentido, el lampante se oferta a 7.000/7.300 €/t.; el virgen, a 7.500/7.600 €/t.; y el AOVE, a 8.000/8.300 €/t.

Valencia

Semana tranquila tras unos días de fuerte movimiento e incremento en las cotizaciones. La oferta sigue muy firme y demanda parada que compra para satisfacer necesidades puntuales. Así, el lampante se sitúa a 7.200 €/t.; el virgen, a 7.400 €/t.; el refinado, a 7.600 €/t.; y el AOVE, a 7.900 €/t.



¿PREOCUPADO CON LA PÉRDIDA DE FRUTADO ELABORANDO ACEITES PREMIUM?

Nuevo decanter SPI 56.2

PIERALISI
CIRCULAR THINKING





El MAPA prevé una bajada de precios la próxima campaña ante la recuperación de la producción de aceite de oliva

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) ha informado de que las estimaciones para la próxima cosecha apuntan a una recuperación de la producción de aceite de oliva gracias a las precipitaciones y buenas condiciones climáticas de las últimas semanas. Como consecuencia, “se espera que los precios se sitúen por debajo de los altos niveles registrados en la actual campaña”, ha precisado.

Según los datos del MAPA, la producción de aceite de oliva hasta el mes de abril se sitúa en 850.157 toneladas, lo que supone un incremento de un 11% respecto a las estimaciones iniciales y un 28% respecto a la campaña anterior. A su juicio, se constata, además, un buen ritmo de comercialización de aceite de oliva.

El Ministerio ha indicado que se han actualizado también los datos de la aceituna de

Intermediario de aceite de oliva

Ramón Alcalá

607 628 997

administracion@origenia.com

Tel.: 957 498 590 • Fax: 957 245 155

mesa, cuya campaña ha llegado a su octavo mes. La producción ha alcanzado 408.000 t. y se registra una ligera reducción de la comercialización.

Estas cifras han sido recogidas en la reunión de la Mesa Sectorial de Aceite de Oliva y Aceituna de Mesa en la que han participado organizaciones y entidades representati-

vas del sector y que ha sido presidida por la directora general de Producción y Mercados Agrarios, Ana Rodríguez.

Además, en el transcurso de la reunión se ha debatido sobre las distintas novedades y modificaciones normativas y de la Política Agraria Común (PAC), que atañen al sector del olivar.

Por ejemplo, en el caso de las Buenas Condiciones Agrarias y Medioambientales (BCAM), se ha informado sobre la modificación del Reglamento PAC 2021/2115 aprobada ayer por el Consejo de la Unión Europea, que permite a los Estados Miembro flexibilizar la BCAM 6, que regula la cobertura mínima de suelos.

España ha presentado a la Comisión Europea propuestas de modificación del Plan Estratégico de la PAC sobre los eco-regímenes, relacionadas con cubiertas vegetales que afectan particularmente al sector del aceite de oliva.

Mercado del aceite de oliva en abril: producción acumulada de 850.156 t. y salidas de 84.258 t.

La Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) ha hecho públicos los datos provisionales del mercado del aceite de oliva en abril, séptimo mes de la campaña 2023/24, de los que se desprende que la producción acumulada es de 850.156,94 t. Por su parte, las salidas se sitúan en 84.258 t., sin incluir las importaciones.

En total, las existencias se sitúan en 576.890 toneladas, de las cuales 397.722 t. se encuentran en almazaras; 176.936 t. en envasadoras; y 2.232 t. en el Patrimonio Comunal Olivarero.

Ante este escenario, el secretario general de UPA-Andalucía y responsable de la Sectorial de Olivar y Aceite de UPA, Cristóbal Cano, ha hecho hincapié en que “los precios del aceite de oliva deben retomar la senda alcista porque no hay razones que justifiquen nue-

vas bajadas como las vividas en las últimas semanas. Constatamos que hay un ligero repunte del precio en origen del aceite de oliva. Algo que es lo normal a tenor de los datos de venta registrados en abril”.

A su juicio, “el consumo sigue fuerte y eso nos lleva a una importante reflexión: debemos ser conscientes del hecho de que tendremos una baja disponibilidad de aceite al final de la campaña, a pesar de que el campo ofrece una buena cara y de que la floración, por ahora, va bien porque las temperaturas nos están respetando. Aun así, en el mejor de los escenarios, nos encaminamos a una cosecha media”.

Cano ha insistido “en que, según nos acerquemos al final de la campaña de comercialización, el nivel de ventas será necesariamente menor porque hay poco aceite y podría

darse un escenario de desajustes en los mercados que no son buenos para nadie”. Por ello, confía en que los precios en origen “continúen una evolución positiva” en lugar de sufrir nuevos descensos “para los que no hay razones justificativas”.

Por su parte, el gerente y portavoz de Asaja-Jaén, Luis Carlos Valero, ha subrayado que entre los datos provisionales de la AICA “destaca el ritmo de salidas, a las que hay que sumar unas 20.000 t. de importaciones. Si se mantiene en los próximos meses, el enlace para la próxima campaña se situará entre las 170.000 y las 200.000 toneladas, con lo cual el ritmo se está adecuando al mercado”, ha explicado

Esta organización ha precisado que las salidas acumuladas durante la campaña ascienden a 667.100 toneladas.



Oleo Mitiga: impulsando la mitigación del cambio climático en el olivar tradicional andaluz

Con la participación de Ambienta Ingeniería y Servicios Agrarios y Forestales S.L.U., la ETSIAM de la Universidad de Córdoba (UCO) y Realima S.L., junto con la colaboración de varios socios clave como Asaja-Córdoba, la Cooperativa del Campo San Antonio Abad y Asaja-Andalucía, el Grupo Operativo Oleo Mitiga se propone evaluar el impacto de las tecnologías de mitigación aplicadas en el olivar tradicional andaluz como sumideros netos de gases de efecto invernadero.

El proyecto, subvencionado mediante el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER), por la Junta de Andalucía a través de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible, aborda una necesidad crítica en el contexto global del cambio climático. Según ha informado la UCO, aproximadamente, el 30% de las contribuciones determinadas a escala nacional del Acuerdo de París incluyen medidas de mitigación basadas en la tierra, pero persisten importantes incertidumbres sobre su eficacia para generar emisiones negativas.

A su juicio, las tecnologías de mitigación basadas en el uso de la tierra (LMTs) ofrecen una oportunidad crucial para alcanzar los objetivos del Acuerdo de París y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. El Grupo Operativo Oleo Mitiga se enfoca en evaluar el potencial y la viabilidad de las LMTs en el sector del olivar tradicional a través de un enfoque único de métodos mixtos.

Con un consorcio interdisciplinario que abarca diversas áreas de conocimiento, Oleo Mitiga tiene como objetivo ofrecer una visión detallada sobre la eficacia y la resistencia climática de las LMTs en diferentes escalas espaciales.

El olivar tradicional andaluz se enfrenta numerosos desafíos relacionados



LEONARDO D'ERRICO

610 78 51 92

Brokerage Olive Oil

ACEITES TUCCITANOS

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

con la pérdida de suelo y nutrientes, la erosión y la sedimentación, entre otros. Por ello, el Grupo Operativo pretende abordar estos desafíos trabajando en colaboración con agricultores en dos zonas piloto seleccionadas en Córdoba y Sevilla, a través de cuatro líneas de trabajo: tecnología de mitigación y emisiones negativas (LMTs), técnicas y metodologías de monitorización y construcción de modelos, olivar tradicional y mercados de carbono, y divulgación y comunicación a los agricultores y partes interesadas.

El Grupo Operativo Oleo Mitiga tiene como objetivo proporcionar herramientas y conocimientos para que el sector privado y los responsables políticos tomen decisiones informadas sobre las LMTs aplicadas al olivar tradicional. Además, busca promover la colaboración efectiva entre agricultores y partes interesadas para reducir costes y mejorar los rendimientos ambientales y económicos.

El proyecto se basa en la idea de que, con las prácticas adecuadas, el olivar tradicional puede convertirse en un sumidero de carbono y contribuir a la mitigación del cambio climático, según la UCO. Las medidas

innovadoras propuestas no sólo buscan mejorar la sostenibilidad, sino también generar valor añadido y competitividad en los mercados de carbono.

Italia aprueba un decreto que prohíbe la instalación de nuevos sistemas fotovoltaicos en terrenos agrícolas

El Gobierno italiano ha aprobado un Decreto-Ley que incluye la prohibición de instalar nuevos sistemas fotovoltaicos con módulos colocados en el suelo y aumentar la extensión de los existentes en zonas clasificadas como agrícolas.

Esta medida ha sido incluida en un Decreto-Ley aprobado por el Consejo de Ministros del país transalpino que introduce disposiciones urgentes en materia de agricultura y pesca, así como para empresas de interés estratégico nacional.

Entre las distintas medidas contempladas en este Decreto-Ley, el ministro de Agricultura, Soberanía Alimentaria y Bosques, Francesco Lollobrigida, se ha referido a la regulación del uso de paneles fotovoltaicos “porque creemos que la tierra sirve para producir y la producción de energía debe ser compatible con la producción agrícola”.

Desde España, la plataforma SOS Rural ha considerado que “se trata de un movimiento político absolutamente decisivo para el conjunto del campo en el sur de Europa, que está siendo presionado por regulaciones locales y nacionales que facilitan el alcatado masivo de tierras de cultivo propiedad de agricultores previamente atosigados con una legislación que hace inviable su actividad”.

“Es el momento de reafirmar el papel fundamental de la agricultura en nuestras sociedades y la actividad en general en el mundo rural, y de reconocer que su protección es una responsabilidad compartida”, ha señalado SOS Rural, que ha instado a todos los grupos políticos “a trabajar juntos para asegurar un equilibrio adecuado entre la producción de energía y la protección del medio ambiente”.

*Aceites de oliva*

Cotizaciones de Aceites y Grasas

		EUROS/T. SEMANA 13/19 mayo '24 (Cierre día 8 mayo '24)	EUROS/T. SEMANA 20/26 mayo '24 (Cierre día 16 mayo '24)
	ANDALUCÍA	€/t.	€/t.
JAÉN	Lampante, base 1º	7.100/7.150	7.200/7.300
	Virgen	7.250/7.400	7.400/7.500
	Virgen extra	7.600/8.000	7.800/8.000
	Refinado	7.200	7.300/7.350
CÓRDOBA	Lampante, base 1º	7.100/7.150	7.200/7.300
	Virgen	7.300	7.400/7.500
	Virgen extra	7.700/8.000	7.750/8.100
	Refinado	7.100	7.200
SEVILLA	Lampante, base 1º	7.100	7.200
	Virgen	7.300/7.400	7.500
	Virgen extra	8.000	8.000/8.500
	Refinado	7.200	7.300/7.350
GRANADA	Lampante, base 1º	7.100/7.150	7.200/7.300
	Virgen	7.250/7.400	7.400/7.500
	Virgen extra	7.600/8.000	7.800/8.000
MÁLAGA	Lampante, base 1º	7.000/7.050	Sin oper.
	Virgen	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra	7.500/8.000	7.900/8.000
TOLEDO	CASTILLA-LA MANCHA		
	Virgen	7.400	7.400/7.500
	Virgen extra	7.500/8.000	7.600/8.200
LÉRIDA Y TARRAGONA	Virgen extra (DOP)	Sin oper.	Sin oper.
ALICANTE	COMUNIDAD VALENCIANA		
	Lampante, base 1º	7.000	7.200
	Virgen	7.200	7.400
	Virgen extra	7.700	7.900
BADAJOZ	EXTREMADURA		
	Lampante, base 1º	6.850/7.100	7.000/7.300
	Virgen	7.200/7.300	7.500/7.600
	Virgen extra	7.500/8.200	8.000/8.300

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

patrocinador oficial de los precios del aceite de oliva



agroisa
maquinaria | servicios

Grupo
AGROISA

INMECAL

ITB
Intecbio

Agrotechbiomed



CDTI
Centro para el
Desarrollo
Tecnológico
Industrial

PYME INNOVADORA



AGROISA.COM | info@agroisa.com

tratamiento y adecuación postcosecha del fruto y del agua



Aceites de orujo

EUROS/T. SEMANA 13/19 mayo '24 (Cierre día 8 mayo '24) EUROS/T. SEMANA 20/26 mayo '24 (Cierre día 16 mayo '24)

SEVILLA

ANDALUCÍA		€/t.	€/t.
Refinable, base 10º		2.900/3.000	2.900
Refinado, winterizado, a granel, sobre origen		4.100/4.150	4.100/4.150

Aceites de semillas

SEVILLA

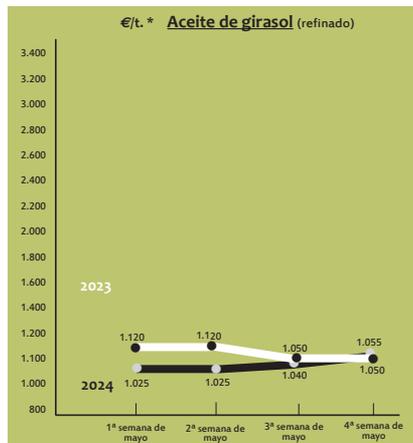
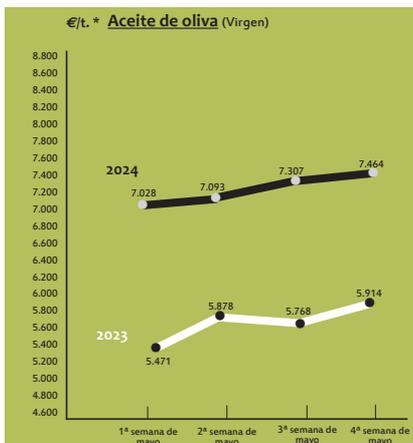
ACEITE DE GIRASOL (Sobre origen a granel)			
Crudo	Sin oper.	Sin oper.	
Refinado	1.030/1.050	1.050/1.060	
ACEITE DE SOJA (Sobre origen cisternas)			
Crudo	890	890	
Refinado	950	950	
ACEITE DE SEMILLAS			
Refinado	1.030/1.050	1.050/1.060	

Oleínas y Ácidos grasos

Oleínas de aceite de girasol-soja	Sin oper.	Sin oper.
Oleínas de orujo	Sin oper.	Sin oper.
Ácidos grasos de oliva (de refinado físico)	Sin oper.	Sin oper.

(Estos precios se entienden sin envase sobre fábrica).

Evolución mensual de los precios



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

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

(* Media ponderada a nivel nacional).



Aceites y Grasas industriales

MADRID
BARCELONA

	EUROS/KG. SEMANA 13/19 mayo '24 (Cierre día 8 mayo '24)	EUROS/KG. SEMANA 20/26 mayo '24 (Cierre día 16 mayo '24)
	€/t.	€/t.
SEBO FUNDIDO	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO, Extra-fancy	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO, Fancy	s/c	s/c
GRASA ANIMAL 3° (origen)	880	880
GRASA ANIMAL 5° (origen)	895	895
MANTECA DE CERDO 0,5° (origen)	1.110	1.110
ACEITE DE COCO (refinado)	1.753	1.753
ACEITE DE LINAZA (refinado)	s/c	s/c
ACEITE DE MADERA	4.320	4.320
ACEITE DE RICINO	1.450	1.450
ACEITE DE PATA DE BUEY	s/c	s/c
ACEITE DE PESCADO refinado	7.160	7.160
GLICERINA BIDESTILADA	s/c	s/c
GRASA ANIMAL DE CORTEZAS DE CERDO < 5° (destino)	s/c	s/c

*Precios orientativos

Características de los aceites y las grasas industriales

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

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

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

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

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

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

ACEITE DE MADERA: sobre Barcelona.

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

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

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

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

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

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

GLICERINA DESTILADA: 98% glicerol, en cisternas.

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

GARRIDO HERMANOS, C.B.

*Agentes comerciales especializados
en aceites, grasas y derivados*

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



Mercado internacional

		EUROS/KG. SEMANA 13/19 mayo '24 (Cierre día 8 mayo '24)	EUROS/KG. SEMANA 20/26 mayo '24 (Cierre día 16 mayo '24)	
		€/t.	€/t.	
ITALIA	SUR DE PUGLIA	ACEITE DE OLIVA virgen extra	9,10	9,10
		ACEITE DE OLIVA refinado	7,10	7,15
		ACEITE DE OLIVA lampante	6,10/6,40	6,10/6,40
		ACEITE DE ORUJO refinado	4,30	4,30
		ACEITE DE GIRASOL refinado	1,02	1,02
		ACEITE DE MAÍZ refinado	1,20	1,20
		ACEITE DE SOJA refinado	1,06	1,06
		ACEITE DE CACAHUETE refinado	2,29	2,20
NORTE DE PUGLIA & CALABRIA	ACEITE DE OLIVA virgen extra	9,00/9,20	9,20/9,40	
	ACEITE DE OLIVA virgen	8,10	8,10	
TÚNEZ	ACEITE DE OLIVA virgen extra	7,30/7,40	7,50/7,70	
	ACEITE DE OLIVA virgen extra	7,60/8,00	7,50/8,50	
MARRUECOS	ACEITE DE OLIVA virgen extra	7,60/8,00	7,50/8,50	
TURQUÍA	ACEITE DE OLIVA refinado	s/c	s/c	
GRECIA	ACEITE DE OLIVA virgen extra Creta	8,00/8,30	8,20/8,30	
	ACEITE DE OLIVA virgen extra Peloponeso (Precios facilitados por Olio Officina Magazine)	7,70/7,80	7,80/8,00	
PORTUGAL	ACEITE DE OLIVA virgen extra	7,70/8,20	8,00/8,20	

TIPOS DE INTERÉS INTERBANCARIO (16 de mayo de 2024)
(Los tipos de mercado)

	1 semana	1 mes	2 meses	3 meses	6 meses	12 meses
Euro (euribor)	-	-	-	-	-	3,73
Dólar	-	4,57	-	4,97	5,26	5,68
Yen Japonés	-	-	-	-	-	-
Libra Esterlina	-	4,03	-	4,32	4,71	-
Franco Suizo	-	-	-	-	-	-
Dólar Canadiense	-	-	-	-	-	-

Euro

Peseta	166,386
Lira italiana	1.936,270
Escudo portugués	200,482
Dracma griego	340,750
Florín	2,204
Dólar	1,086
Dólar Canadá	1,472
Yen japonés	164,89
Corona sueca	11,434
Corona checa	25,368
Libra esterlina	0,855
Franco suizo	0,981



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



CEQ
CONSORZIO
EXTRAVERGINE
DI QUALITÀ

ceqitalia.com





PAC

El Consejo Europeo da luz verde definitiva a la revisión de la PAC

El Consejo Europeo ha adoptado formalmente una revisión específica de la Política Agraria Común (PAC). Esta revisión responde a las preocupaciones expresadas por los agricultores en los últimos meses y tiene en cuenta los efectos de los acontecimientos geopolíticos, como las consecuencias de la invasión rusa de Ucrania, y los fenómenos meteorológicos extremos.

La revisión aborda determinados elementos del Reglamento sobre los planes estratégicos de la PAC y el Reglamento sobre la financiación, la gestión y el seguimiento de esta política, “respondiendo a los problemas encontrados durante el primer año de aplicación de la nueva PAC”.

Las normas actualizadas simplifican, reducen la carga administrativa y ofrecen mayor flexibilidad para cumplir determinadas condiciones medioambientales,



garantizando al mismo tiempo un marco predecible para los agricultores, según ha informado el Consejo.

Además, a su juicio, “el texto logra un cuidadoso equilibrio entre la necesidad

de mantener las ambiciones sobre sostenibilidad recogidas en la PAC actual y la necesidad de velar por que se traten de forma efectiva y sin demora las preocupaciones de los agricultores”.

Los representantes del Consejo y del Parlamento Europeo deben ahora firmar el Reglamento. Seguidamente, se publicará en el Diario Oficial de la UE y entrará en vigor el día siguiente al de su publicación, a más tardar a finales de mayo.

Los agricultores podrán aplicar de forma retroactiva algunas de las nuevas normas relacionadas con las condiciones medioambientales para el año de solicitud 2024.

MATERIAS PRIMAS PARA *piensos compuestos*

HARINAS

	PRECIOS
	€/t.
Harina de soja (s. fábrica)	470
Harina de girasol (integ.) (abril)	290
Harina de pescado (extra, sobre fábrica productora, con envase. 64/65% proteínas. Salido de fábrica en sacos paletizados fob Hamburgo)	1.550
	Dólares/t.
Harina de pescado, de Perú	s/c
Harina de soja (Buenos Aires)	s/c

(Precios cif Rotterdam)

CEREALES

(Estos precios son en origen)	€/t.
Maíz	325
Trigo panificable	360
Trigo forrajero (puerto destino)	340
Cebada cervecera	270
Cebada dos carreras	270
Colza (puerto destino)	752
Guisantes	280
Centeno	220
Harina de girasol (pellets)	230
Harina de girasol (alto proteico)	290

LA BOLSA DE CHICAGO

Habas de soja: La semana cerraba a **1.214,25** centavos de dólar por bushel; la última semana cerró a **1.194,50**.

◆ Precios: Futuros julio.

Harina de soja: 372,10 dólares por tonelada corta era el último precio de cotización al cierre de nuestra revista, mientras que la anterior indicaba **368,00**.

◆ Precios: Futuros julio.

Aceite de soja: Cerraba a **43,54** centavos de dólar por libra, desde la última cotización de a **42,01**.

◆ Precios: Futuros julio.

Maíz: Terminó la semana a **463,00** centavos/bushel, habiendo comenzado a **442,75**.

◆ Precios: Futuros julio.



J. Morales Navas
comercial aceitera s.l.u

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



Fallado el IX Premio Nacional de Fotografía "La Cultura del Olivo" de Futuroлива 2024

El jurado del Premio Nacional de Fotografía "La Cultura del Olivo" se reunió el pasado 8 de mayo con el fin de fallar la novena edición de este concurso fotográfico convocado con motivo de Futuroлива 2024. En total se han presentado 136 fotografías inéditas de 31 artistas de diferentes puntos de la geografía española, siendo "In Memoriam" -obra en blanco y negro de Ángel Atanasio, de Alcázar de San Juan-, la ganadora del primer premio de este certamen.

El segundo premio ha recaído en el baezano Floren Fernández Parra y su obra "Amnecer"; mientras que el tercer premio ha si-

do otorgado a José Ramón Luna de la Ossa, de Tarancón (Cuenca), por su obra "Raíces".

Además, este IX Premio Nacional de Fotografía "La Cultura del Olivo" cuenta con siete menciones especiales que han sido para José Luis Méndez Fernández, de Santa Cruz de Tenerife; Floren Fernández Parra, de Baeza (Jaén); Antonio Atanasio Ricón, de Villarubia de los Ojos (Ciudad Real); Pablo Pérez Herro, de Urretxu (Gipuzkoa); Manuel Ortiga Castillo, de Zaragoza; Rafael Egido de la Torre, de Villanueva de Alcardete (Toledo); y Carlos Bravo Paredes, de Castellón (Comunidad Valenciana).

El jurado ha estado presidido por Cristóbal Tornado Cruz, contando como secretario con Santiago Calvo Sánchez (sin voto) y con los vocales Antonio Jesús García Cruz, Juan Pablo Mola García Galán y Pedro Salcedo, todos ellos profesionales de la fotografía. En palabras del jurado, "la elección no ha sido nada fácil pues el nivel de esta edición ha sido impresionante".

El primer premio consiste en 350 euros y un trofeo; el segundo premio son 250 euros y un diploma; el tercer premio son 150 euros y un diploma; y las siete menciones obtendrán un diploma. Todos ellos también recibirán un obsequio de AOVes.

Las fotos premiadas pasarán a ser propiedad del Museo de la Cultura del Olivo y podrán ser utilizadas y reproducidas por la organización.



Primer premio.



Segundo premio.



Tercer premio.

SUPER PROMOCIÓN

¡HASTA EL 15 DE JUNIO 2024!
¡UNIDADES LIMITADAS!



CRIBA



ROTOR



30%
DESCUENTO



ESCAPARATE DE PROVEEDORES



ANÁLISIS



LA MEJOR TECNOLOGÍA NIR EN ALMAZARA

Mayor Rentabilidad - Rápida Amortización

LABORATORIO "At-line"

PROCESO "On-line"



SpectraAlyzer

ZEUTEC

Sistema Polytec

Polytec

www.axflow.es

DEPOSITOS INOX. Y LÍNEAS DE EXTRACCIÓN



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

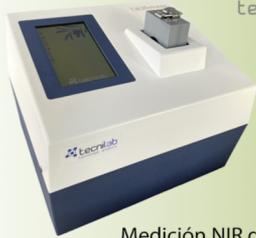


SERIJEREZ
DECORACIÓN EN VIDRIO

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



tecnología analítica



La solución integral para su almazara

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

ENVASES/ENVASADO



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

EXTRACCIÓN



centrifugación alemana

La extracción convertida en arte.

BOMBAS



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



Durante más de 150 años, ANDRITZ SEPARATION se ha especializado en el desarrollo de tecnologías y componentes clave en el sector de la extracción. Con más de 15.000 instalaciones en centrifugas instaladas en todo el mundo, ANDRITZ SEPARATION es uno de los líderes mundiales en el suministro de centrifugadoras.
Las centrifugadoras Flottec están diseñadas específicamente para la industria alimentaria y en especial para el sector oleícola, cumpliendo con los requisitos más exigentes. PALACÍN incorpora en su línea de extracción continua esta gran marca y se convierte en el proveedor exclusivo de ANDRITZ SEPARATION para España y Portugal.

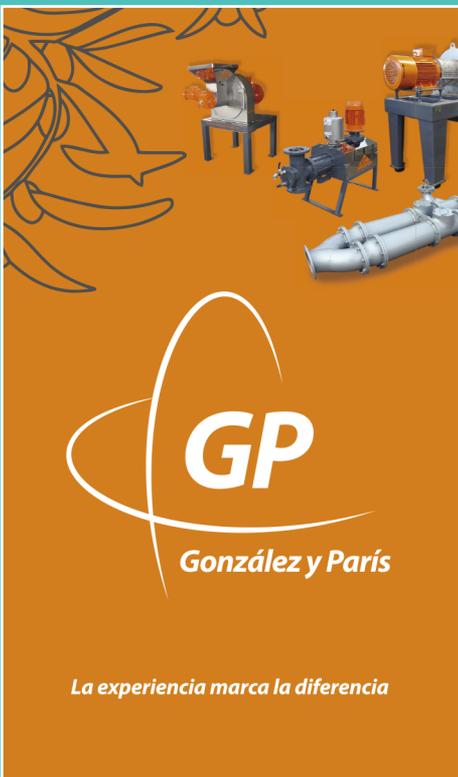
FABRICA Y ALMACÉN
Avenida Vicente Priego nº 12
14850 BAENA (Córdoba)
Telf: 0034 957 665 119
e-mail: fscoll@fscoll.com

DELEGAÇÃO EM PORTUGAL
Rua A - Pavilhão 03
Zona Ind. de Mirandella
5370-565 MIRANDELA
Telf: 00351 278 096 522



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

TAOSA



GP

González y París

La experiencia marca la diferencia



Únicos Fabricantes Especializados en el Envasado de Aceites desde 1962



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

LABORATORIOS



1. PRECIOS
2. PLAZOS
3. RESULTADOS
4. RECOGIDA MUESTRAS
5. SATISFACCIÓN CLIENTE

Análisis Agroalimentarios

Rigor | Esfuerzo | Compromiso

www.laboratorioagrama.com



ESCAPARATE DE PROVEEDORES




LABORATORIO DE ANÁLISIS
Fundado en 1944

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

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



TAMESUR, S.A.

MAQUINARIA DE ELEVACIÓN Y TRANSPORTE



VIVEROS/CAMPO



Lecciana,
— la variedad italiana de los —
GRANDES ACEITES

PREMIUM



HUMANES & COSTA
LABORATORIO AGROALIMENTARIO
Especializado en olivar y aceite de oliva

Servicios analíticos para el campo y la industria agroalimentaria

PH: +351 964 288 994 **Vidigueira, Portugal**



TREICO



INNOVAMOS PARA TI

Con más de 65 años de experiencia, la Organización TREICO se reinventa cada día ofreciendo productos novedosos de alta calidad para cubrir las necesidades de nuestros clientes con el mejor servicio.

www.treico.com

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

BALAM
AGRICULTURE



OLIVARUM
Fundación CAJA RURAL JAÉN
asesoramiento | análisis | investigación | transferencia | formación

LABORATORIO CENTRO DE ASESORAMIENTO TÉCNICO AGRARIO

www.olivarum.es **CAJA RURAL JAÉN**

PESAJE

IMATEC AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS

10 AÑOS DE COMPROMISO EN EL AVANCE TECNOLÓGICO DEL SECTOR OLEÍCOLA

PESAJE ELECTRICIDAD SOFTWARE

RESO TRAZABILIDAD EFICIENCIA ENERGÉTICA

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

info@imatec31.es
www.imatec31.es
953 284 697

Tractores estrechos de Kubota, más potentes, confortables y seguros



Kubota

5 AÑOS DE GARANTÍA

www.kubota-eu.com

LABORATORIO TELLO

A Tentamus Company

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

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



SOFTWARE

ANSOTEC High Technology Great Performance

No podemos controlar el clima, pero sí los procesos.

MIESTRA SOLUCIÓN



AGRICULTURA 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

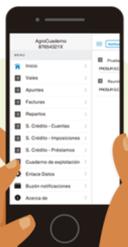
PATIO

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

JARR METEGAL
Pesaje conforme a metrología legal

www.jarrr.com

UTILIZANDO AGROCUADERNO, SUPERAR CUALQUIER RETO ESTARÁ EN SU MANO



DESARROLLADO POR PROSUR



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

Económicos y muy rentables

Infórmate



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



Nuevas evidencias a favor de una dieta que favorezca el uso de aceite de oliva

Un estudio italiano llevado a cabo en el marco del Proyecto UMBERTO, realizado por la Plataforma Conjunta Fundación Umberto Veronesi ETS-Departamento de Epidemiología y Prevención del IRCCS Neuromed de Pozzilli, en colaboración con la Clínica Mediterránea Cardiocentro de Nápoles y la Universidad LUM “Giuseppe Degennaro” de Casamassima, destaca nuevas evidencias a favor de una dieta que favorezca el uso de aceite de oliva. Así, las investigaciones han puesto de relieve que el consumo de aceite de oliva se asocia con una reducción significativa de la mortalidad no sólo por enfermedades cardiovasculares, sino también por tumores, según ha informado IRCCS Neuromed.

Publicada en el *European Journal of Clinical Nutrition*, la investigación analizó datos de casi 23.000 adultos italianos, hombres y mujeres, que participaron en el estudio epidemiológico *Moli-sani* y cuyo seguimiento se produjo durante más de 12 años. De todos ellos se disponía de información detallada sobre el consumo de alimentos.

“Los beneficios del consumo de aceite de oliva están ampliamente documentados en la literatura, especialmente en relación con la salud cardiovascular. Sin embargo, se sabe poco sobre los efectos del aceite de oliva en relación con el cáncer, y la mayoría de los datos disponibles provienen de poblaciones no mediterráneas. Por ello, hemos querido investigar el papel de este alimento clave de la Dieta Mediterránea también en relación con la mortalidad por cáncer, utilizando los datos recogidos por el estudio *Moli-sani*, una de las mayores cohortes de población de Europa”, ha explicado Emilia Ruggiero, primera autora del estudio e investigadora financiada por la Fundación Umberto Veronesi ETS en el Departamento de Epidemiología y Prevención del IRCCS Neuromed.

Según Marialaura Bonaccio, co-investigadora principal de la plataforma conjunta, “los resultados del estudio confirman el beneficio del consumo regular de aceite de oliva para la salud cardiovascular, que se asocia con una

reducción de una cuarta parte de las muertes por enfermedades cardiovasculares. Pero lo más interesante es que, frente a un consumo inferior a una cucharada y media, el consumo diario de aceite de oliva en cantidades iguales o superiores a tres cucharadas se asocia con una reducción similar (23%) en el riesgo de mortalidad por cáncer”.

“Se trata de datos que sugieren hipótesis muy interesantes. De hecho, la reducción de la mortalidad por cáncer parece explicarse, aunque sea parcialmente, por una mejora del perfil de algunos factores de riesgo típicamente relacionados a las enfermedades cardiovasculares”, ha añadido Maria Benedetta Donati, investigadora principal de la plataforma conjunta.

En opinión de Donati, “serán necesarias más investigaciones para aclarar los mecanismos en juego. Pero estos resultados resaltan una vez más la importancia de integrar el aceite de oliva, un elemento central de la Dieta Mediterránea, en nuestros hábitos alimentarios diarios”.

La Dieta Mediterránea puede aliviar los síntomas del estrés y la ansiedad

Una nueva investigación de la University of South Australia (UniSA) muestra que la Dieta Mediterránea puede reducir los síntomas de estrés y ansiedad. Realizada en colaboración con la University of the Sunshine Coast, los investigadores evaluaron el impacto de este patrón alimentario en la salud mental entre 294 australianos mayores de 60 años y constataron que reducía la gravedad de la ansiedad y el estrés, independientemente de la edad, el sexo, el sueño y el índice de masa corporal.

La universidad australiana ha subrayado que a nivel mundial, la ansiedad es el trastorno de salud mental más común y afecta a más de 301 millones de personas. En Australia, una

de cada cuatro personas experimentará ansiedad durante su vida, según ha precisado.

La doctora Evangeline Mantzioris, dietista e investigadora de UniSA, ha resaltado que la Dieta Mediterránea puede desempeñar un papel importante en la mejora de la salud mental y la calidad de vida. “A nivel mundial, nos enfrentamos a un envejecimiento de la población sin precedentes, sin embargo, a pesar de esta longevidad, muchas personas siguen luchando por su salud y bienestar”, ha afirmado.

“Los estilos de vida, incluida la calidad de la dieta, están ganando cada vez más atención como factores de riesgo modificables de mala salud mental, y la Dieta Mediterránea se reco-

mienda para reducir el riesgo de enfermedades crónicas y favorecer un envejecimiento saludable”, ha resaltado.

La investigadora ha explicado que en este estudio “demostramos que cuando las personas mayores seguían una Dieta Mediterránea, sus síntomas de estrés y ansiedad disminuían, y que esto ocurría independientemente de su edad, sexo, índice de masa corporal o cuánto sueño y ejercicio hacían”.

“Es un gran avance para la Dieta Mediterránea, ya que a través de un cambio de estilo de vida relativamente sencillo, las personas pueden mejorar notablemente sus niveles de estrés y ansiedad”, ha remarcado.



El IFAPA inicia tres nuevos proyectos de investigación y transferencia del conocimiento en el sector oleícola

La presidenta del IFAPA, Marta Bosquet, junto con la delegada territorial de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible en Jaén, Soledad Aranda; y el director del centro IFAPA Venta del Llano (Mengíbar, Jaén), Francisco Sánchez, han inaugurado en dicho centro tres nuevos proyectos de investigación y transferencia del conocimiento en el sector oleícola.

“El aceite es el producto alimentario que más exportamos al exterior y un referente para situar a Andalucía como líder a nivel internacional”, ha destacado Marta Bosquet, que ha puesto en valor la importancia de la investigación y la formación para “hacer del sector oleícola más competitivo y más sostenible económica, social y medioambientalmente”.

Bosquet también ha animado a los asistentes a que usen las herramientas gratuitas que el IFAPA pone a disposición de los productores y técnicos “para intentar que las producciones sean cada vez más eficaces, resilientes y respetuosas”, y ha adelantado que desde el instituto se está trabajando en una nueva herramienta digital para programar el riego y la fertilización del olivo.

Por su parte, Soledad Aranda ha reconocido la labor del equipo técnico del centro IFAPA Venta del Llano señalando “su papel a la hora de mejorar la competitividad del sector oleícola, haciéndolo más moderno y rentable tanto a nivel productivo como a nivel de proceso industrial”, y ha abordado la mejora de la competitividad del sector entroncada con los cuatro ejes fundamentales del instituto: investigación, desarrollo, formación y transferencia. “Cuatro pilares que están, además, recogidos en la primera Estrategia Andaluza del Olivar, que se está diseñando en colaboración con expertos del sector en el ámbito de la comunidad científica e investigadora, así como a través de los propios integrantes de la cadena de valor del sector oleícola”, ha detallado.

Los tres nuevos proyectos presentados, que están cofinanciados con fondos europe-



os, abordarán los retos actuales en elaiotecnología y en la bioeconomía circular del sector. En este sentido, se proponen analizar las etapas del proceso de elaboración de aceite de oliva virgen y la valorización de subproductos para optimizar la rentabilidad y sostenibilidad del sector almazarero.

Esta jornada de presentación, a la que ha asistido una treintena de productores y técnicos, también ha contado con una cata maridaje y una visita de los participantes a la planta de gasificación y compostaje del IFAPA en Mengíbar para conocer las últimas actuaciones del instituto de investigación en este ámbito.

Nuevos proyectos

En concreto, el proyecto “*Tr oleum: transferencia y experimentación en la industria oleícola*” se propone establecer parámetros de extracción y conservación idóneos del aceite para el fruto maduro, cuando es más sensible a golpes, abrasiones y condiciones climáticas adversas que limitan la recolección.

Estos trabajos, coordinados por la técnica especialista M^a Paz Aguilera, se van a extender hasta 2026 e incluirán una prospección en almazaras y cooperativas de todo el territorio andaluz para conocer las prácti-

cas habituales, así como ensayos posteriores en la almazara experimental del centro IFAPA Venta del Llano.

Por su parte, el nuevo proyecto para analizar la etapa de clarificación del aceite de oliva virgen y el efecto sobre sus características y vida útil, coordinado por el investigador Gabriel Beltrán, pretende evaluar cómo afecta la clarificación mediante centrifugación vertical y filtración en las características del aceite con el fin de incrementar la calidad y rentabilidad de las almazaras.

En este sentido, se van a estudiar las principales variables de esta etapa del proceso oleícola y se abordará el desarrollo de un sistema inteligente 4.0 para la regulación de la centrifugación vertical. Asimismo, se busca determinar el efecto a nivel económico que puede suponer para una almazara el llevar a cabo una clarificación correcta de sus aceites.

El último de los proyectos del IFAPA presentados abordará la bioeconomía circular en el sector del olivar con un análisis técnico-económico de alternativas innovadoras para valorizar subproductos que mejoren sus sostenibilidad (*Oleacirc*).

Esta línea de trabajo, coordinada por el investigador Anastasio Villanueva, promoverá el desarrollo empresarial de iniciativas de éxito en el ámbito de la bioeconomía circular en la gestión de los subproductos de las almazaras.

Estos análisis proporcionarán nuevos conocimientos sobre la caracterización sectorial respecto a la valorización de subproductos del olivar. Los resultados obtenidos durante el proyecto servirán para apoyar la toma de decisiones tanto en el ámbito empresarial como en la implementación de políticas públicas de cara a mejorar la sostenibilidad del sector oleícola andaluz.





Club Lecciana, impulsando la calidad y la innovación del virgen extra

El pasado 14 de mayo se celebró en el pago Clos Pons, situado en l'Albegés (Lérida), un nuevo encuentro del Club Lecciana que reunió a los principales productores de aceite de oliva virgen extra de esta nueva variedad obtenida por la Universidad de Bari Aldo Moro.

El evento fue inaugurado por José Manuel Lacarte, director comercial de Agromillora, quien, tras presentar a los miembros del Club, comenzó destacando la importancia del trabajo colaborativo para poner en valor las bondades de esta variedad. A continuación, Miguel Abad, consultor técnico en olivicultura y elaiotecnia, experto cataador y embajador del Club Lecciana, profundizó en las claves para obtener un AOVE excepcional, enfatizando la armonía, complejidad y equilibrio necesarios para alcanzar la excelencia. Uno de los momentos álgidos del evento fue la cata de AOVes del Club Lecciana dirigida por el propio Abad, encargado de subrayar las virtudes de esta variedad conocida por su complejidad y estabilidad, destacando su inconfundible aroma y notas picantes, amargas y frutadas.

Eduard Pons, CEO de Grup Pons, ofreció una ponencia sobre la importancia del marketing y la comercialización en el sector del AOVE, aportando estrategias clave para posicionar los productos en el mercado y destacando la alineación de lecciana con las tendencias actuales de consumo en relación con la demanda de un producto saludable que destaca por su elevado contenido de polifenoles. "Lecciana es una variedad perfecta para la comercialización gracias a su alto índice de poli-

fenoles -afirmó Pons-. Hablamos de un tipo de AOVE que no sólo es muy valorado organolépticamente, sino que también mantiene una calidad excepcional a lo largo de toda la campaña".

Por su parte, Carlos Urzaiz, director técnico de AGROEBRO, compartió valiosas técnicas para el manejo de los cultivos de lecciana en campo, poniendo el foco en el riego, la poda y la fertilización.

El encuentro -una oportunidad única para compartir experiencias y profundizar en el conocimiento sobre esta variedad en campo y almazara- incluyó una visita a una plantación de lecciana de 140 hectáreas para observar su excelente manejo, así como a la Almazara 4.0 de Clos Pons, un referente de éxito en la industria oleícola. Este molino, cuya avanzada tecnología permite controlar en todo momento la temperatura del fruto evitando así cambios enzimáticos que puedan ser perjudiciales para elaborar los vírgenes extra deseados, forma parte de un proyecto de expansión que PONS puso en marcha en 2020 para poder transformar la producción de sus 230 ha. de cultivo superintensivo -que se suman a las 120 ha. de olivar tradicional- en unos AOVes de máxima calidad.

Desde su nacimiento en 2022, el Club Lecciana trabaja para la difusión de la variedad mediante distintas actividades que van desde catas de AOVE y jornadas técnicas entre productores y agricultores hasta difusión en medios de comunicación y artículos técnicos. Todo ello con el objetivo de dar a conocer a los productores y consumidores de esta variedad sus múltiples cualidades en aras de la valorización del producto, aplicando conocimiento técnico tanto en campo como en almazara.



Núñez de Prado, Premio "San Isidro" a la Excelencia Agroalimentaria

La delegación de Córdoba del Colegio Oficial de Ingenieros Agrónomos de Andalucía ha otorgado, a petición propia y ratificada por la Junta de Gobierno, el Premio "San Isidro" a la Excelencia Agroalimentaria en Córdoba 2024 a la Almazara Núñez de Prado.

Situada en Baena, la familia Núñez de Prado -la actual es la séptima generación- cultiva alrededor de 700 hectáreas de olivar (160.000 olivos) bajo la DOP Baena. Hoy por hoy, la empresa conjuga a la perfección tres claras premisas en sus procesos productivos: el respeto por la naturaleza, las técnicas artesanales y la implantación de la tecnología más innovadora, según ha precisado el Colegio Oficial de Ingenieros Agrónomos de Andalucía.

La Almazara Núñez de Prado conserva un molino de rulos de granito, en el que aún se moltura la aceituna, y unas bodegas de tinajas de 1795. El inmueble principal, que data del siglo XVIII, fue adquirido al Duque de Baena por el fundador de la dinastía. Se trata de una antigua casa de labor de dos plantas, reutilizada para instalar la infraestructura de producción oleícola.

Con este premio, según la entidad, se reconoce su gran proyección y la promoción que realiza del aceite de oliva virgen extra de su tierra. Felipe Núñez de Prado, presidente de la Almazara Núñez de Prado, ha agradecido la entrega de este galardón que "supone un orgullo para toda la familia". Asimismo, ha señalado que se trata de una labor continuada "que debemos mantener a lo largo de los años, trabajando con la misma calidad y misión de servicio y preparando a las generaciones venideras, con el mismo apoyo y cariño, para que sean capaces de tomar el relevo, siguiendo la línea de trabajo que durante años ha definido y define a nuestra almazara".



AFE destaca la “necesaria, estratégica e indisoluble” vinculación de las almazaras con la calidad del AOVE

Almazaras Federadas de España (AFE) ha celebrado por primera vez su asamblea general en la provincia de Jaén, incidiendo en la “necesaria, estratégica e indisoluble” vinculación de las almazaras con la calidad del aceite de oliva virgen extra.

AFE se constituyó en el año 2010 como organización representativa de la rama de la transformación y, en particular, de los fabricantes industriales de aceite de oliva. La entidad ha recordado que representa los intereses de las almazaras privadas, por lo general pymes, que apuestan por la calidad, la innovación y el compromiso social que cada una de ellas desarrolla en sus municipios o comarcas de influencia.

La asamblea, que se ha celebrado en las instalaciones de Aceites Melgarejo en Pegalajar, ha contado con la participación de representantes de almazaras de las Comunidades Autónomas de Madrid, Comunidad Valenciana, Castilla-La Mancha, Extremadura, Cataluña y Andalucía.

Asimismo, se ha ratificado la incorporación

Asistencia técnica especializada para el mejor aceite de oliva

GEA

de nuevas almazaras a lo largo de la campaña 2023/24 tales como La Aceitera de la Abuela, de Madrid; Almazara San Joaquín de Agramón, de Albacete; Aceites Lencina, de Albacete; Almazara El Tendre, de Alicante; Aceites García de la Cruz, de Toledo; Alcanova, de Jaén; y Almazara La Loma, de Jaén. “A todas ellas, junto a las más de 200 almazaras que ya forman parte de AFE, les une una estrategia de comercialización basada en el valor del producto, es decir, la puesta en valor del aceite de oliva virgen extra como elemento uní-

voco para la defensa de sus intereses”, ha resaltado la organización.

Los asistentes a la asamblea también han mostrado su preocupación por “el creciente incremento de la carga administrativa al que nos somete la Administración, que no sólo ha provocado un incremento de los costes de personal de las almazaras, sino que además no recoge la casuística que se produce durante el ejercicio de la actividad, por lo que en muchos casos la normativa se aleja de la realidad del sector”.

Finalmente, la I+D+i también ha tenido su protagonismo en este encuentro a través de las acciones alternativas de gestión de los subproductos obtenidos en el proceso de obtención del aceite de oliva que, basadas en la economía circular, supongan una opción viable de gestión y contribuyan a un mayor valor del subproducto.

En palabras de Antonio March, presidente de AFE, “tenemos que apostar por la calidad de los AOVEs como punta de lanza para la promoción de los aceites de oliva y de Jaén, la provincia que hoy nos acoge, todo un referente en esta materia”.

Periodistas e *influencers* chinos conocen el oleoturismo de Jaén

Un grupo de periodistas e *influencers* chinos han participado en un viaje de familiarización por Andalucía que les ha permitido conocer el patrimonio renacentista de la provincia de Jaén y el oleoturismo. El diputado de Promoción y Turismo, Francisco Javier Lozano, recibió en Úbeda a la responsable de prensa de la Oficina Española de Turismo en la ciudad china de Cantón y al resto de periodistas incluidos en este *press trip*.

“El interés de este grupo es principalmente cultural, por lo que durante su estancia en la provincia de Jaén van a conocer las ciudades Patrimonio de la Humanidad de Úbeda y Baeza, así como la capital jiennense”, ha detallado el diputado provincial, que también ha in-

dicado que en el programa de este viaje se ha incluido la visita a la almazara turística baezana AOVEland, “donde han vivido una experiencia oleoturística en la que han catado aceites de oliva vírgenes extra y han degustado productos locales”.

Los periodistas que participan en este viaje de una semana por Andalucía desempeñan su labor profesional en la revista *Phoenix Weekly*, así como en las redes sociales Weibo, Xiaohongshu o WeChat. Tras un recorrido matutino por los monumentos más emblemáticos de Baeza, como la plaza del Pópulo, la antigua universidad, el Palacio de Jabalquinto o la Catedral, los viajeros han visitado la almazara turística y se han trasladado a Úbeda, donde

han conocido el centro monumental, con paradas en la Sacra Capilla del Salvador, el Palacio de las Cadenas, el Oratorio de San Juan de la Cruz o el Hospital de Santiago. Alojados en el Parador de Santa Catalina, también han realizado una visita guiada a los Baños Árabes y a la Catedral de Jaén.

Francisco Javier Lozano ha resaltado que España es el destino internacional de larga distancia que más crece entre los turistas chinos. “Según los informes de tendencias de mercados emisores elaborados por Turespaña, China inició su reapertura tras la pandemia a principios de 2023 y las reservas de viajes a destinos extranjeros se incrementaron rápidamente de forma exponencial”.



El V Congreso Internacional sobre Aceites de Oliva, Olivar y Salud aborda el impacto del AOVE en la salud y en el medio ambiente

Alrededor de 200 investigadores se han dado cita en el V Congreso Internacional en Aceites de Oliva, Olivar y Salud -organizado por el Instituto Universitario de Investigación en Olivar y Aceites de Oliva (INUO) de la Universidad de Jaén, con la colaboración de la Diputación Provincial de Jaén- en el que expertos, investigadores, científicos, divulgadores y profesionales del sector oleícola y de la salud procedentes de diversas partes del mundo se han reunido para compartir los últimos avances realizados en este ámbito.

En la clausura de este encuentro -celebrado en el Palacio de Ferias y Congresos de Jaén (IFEJA) del 8 al 11 de mayo-, el rector de la UJA, Nicolás Ruiz, ha refrendado el compromiso de la institución universitaria jiennense con el impulso de la formación, la investigación y la innovación en el sector oleícola.

“Somos la universidad de la provincia de Jaén y, por lo tanto, somos la universidad del olivar. Asumir ese liderazgo no es una opción para la UJA, es nuestra obligación, porque sabemos que estamos contribuyendo al desarrollo y al avance de nuestra tierra”, ha asegurado Nicolás Ruiz, que ha agradecido al INUO el trabajo realizado en la organización del congreso.

El rector ha explicado que “las sesiones científicas que se han desarrollado en Jaén han sido el mejor ejemplo de cómo desempeñar las misiones de cualquier universidad pública: dedicación, ilusión, pasión, compromiso y búsqueda constante del conocimiento. El Congreso ha permitido compartir experiencias e investigaciones y llevar nuevos hallazgos a la sociedad”, ha precisado Ruiz, que también ha mostrado su agradecimiento a la Diputación de Jaén por su respaldo institucional y económico.

Por otro lado, ha destacado el trabajo que la Universidad de Jaén realiza “generando y transmitiendo conocimiento para el avance científico y el desarrollo territorial”. En este sentido, ha detallado que, durante la celebración de este quinto congreso, se han expuesto los resultados de investigaciones que se están desarrollando a nivel internacional sobre aspectos tales como el impacto del aceite de oliva en la prevención de las enfermedades cardiovasculares, neurodegenerativas y el cáncer; la cultura nutricional saluda-

ble y la gastronomía basada en la Dieta Mediterránea; la sostenibilidad; y los desafíos relacionados con el cambio climático.

“Hemos conseguido el objetivo. El congreso ha permitido reunir a expertos, investigadores y profesionales en las materias que se han tratado, los cuales han expuesto los últimos avances científicos sobre los beneficios del aceite de oliva en la salud. Se han realizado ponencias y reflexiones de gran relevancia científica y técnica, que marcan la dirección por la que debemos transitar a futuro. La conclusión es clara. Hay que mantener el impulso investigador en este ámbito. En la UJA queremos seguir fortaleciendo desde Jaén y para el mundo la investigación e innovación sobre olivar y aceite de oliva y, por lo tanto, seguir siendo una referencia para transmitir al mundo y transferir al sector los últimos avances científicos en este campo”, ha declarado el Rector.

El acto de clausura ha contado además con las intervenciones del Director del Instituto Universitario de Investigación en Olivar y Aceites de Oliva (INUO) de la UJA, Juan Bautista Barroso; la catedrática de Medicina Preventiva y Salud Pública de la Universidad de Navarra Estefanía Ainhoa Toledo Atucha, directora académica del congreso; y el diputado provincial de Promoción y Turismo, Francisco José Lozano Blanco.

Barroso ha valorado “muy positivamente” la celebración del congreso, remarcando la repercusión de las comunicaciones presentadas por los principales investigadores venidos de distintas universidades y centros de investigación internacionales, “que fundamentalmente han reflejado los beneficios del consumo de aceite de oliva virgen extra sobre enfermedades degenerativas, a nivel cardiovascular, etc. Esto ha permitido nuclear los

beneficios saludables del aceite de oliva en Jaén y que realmente la administración sanitaria y agrícola vuelvan sus ojos hacia nuestra provincia, lo que permite que seamos no solo un referente en cuanto a producción, sino también en cuanto a salud”, ha subrayado.

Sobre el congreso

El foro, inaugurado el pasado 8 de mayo por el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, ha contado con un extenso programa que ha incluido conferencias, mesas redondas, exhibición de pósteres informativos y otras actividades para abordar el impacto que tiene el aceite de oliva en la salud humana, el impacto del olivar en el medio ambiente y el impacto del aceite en la economía global.

En concreto, ha contado con la intervención de científicos expertos procedentes de EEUU, Reino Unido, Italia, Francia, Grecia, Países Bajos o España, entre otros países, para abordar diversas líneas de investigación en este ámbito, como el papel que juega la ingesta de aceite de oliva virgen extra en la prevención de enfermedades cardiovasculares, sus efectos beneficiosos contra la enfermedad del Alzheimer, el cáncer, diversas enfermedades neurodegenerativas o contra el envejecimiento.

También se ha analizado la relación entre el olivar y el cambio climático, así como las diversas medidas con las que se puede fomentar la sostenibilidad de su cultivo; el impacto que tiene el consumo de aceite en el mercado global; e incluso el papel del AOVE en la cocina de vanguardia, una línea que se ha tratado a través de una sesión formativa que ha contado con la participación de dos chefs de la provincia con estrella Michelin, Juan Carlos García y Pedro Sánchez.



Hispack cierra su 19ª edición con más de 26.000 visitantes

La industria del packaging entra de lleno en la economía circular. Así se ha constatado en la 19ª edición de Hispack, la feria del envase y embalaje de España, clausurada el pasado 10 de mayo en el recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona con más de 26.000 visitantes, el 11% internacional. La sostenibilidad ha sido la gran protagonista en las innovaciones presentadas y en las actividades de una edición que ha ayudado a fabricantes y marcas de diferentes sectores a adaptar el packaging y sus procesos asociados de producción y logística al nuevo marco normativo.

Respondiendo a las expectativas generadas, Hispack se ha erigido nuevamente en el punto de encuentro del sector para mostrar la innovación en packaging y su impacto positivo en numerosas industrias usuarias, en los consumidores y en el planeta. El salón ha recibido un 8% más de visitantes que en la pasada edición celebrada en 2022, cuando registró 24.287 asistentes, sin contar los que aportó el salón de la industria gráfica, Graphispag, con el que se celebró

simultáneamente. En su 19ª edición, Hispack ha reunido un total de 819 expositores de 28 países.

Durante cuatro días, el salón de Fira de Barcelona ha sido un escaparate de tendencias y soluciones para dar respuesta a los requerimientos de los cambios legislativos orientados a implantar la economía circular a partir de la reducción, el reciclaje y la reutilización de materiales, envases y embalajes. En líneas generales, los expositores se han mostrado satisfechos de los contactos comerciales realizados, destacando la calidad del visitante que ha acudido a la cita sectorial y su interés por resolver retos concretos vinculados a la sostenibilidad tanto del propio packaging como de la tecnología de producción asociada.

El presidente del salón, Jordi Bernabeu, ha realizado un balance positivo de la feria, “que ha atraído a visitantes con poder de decisión gracias a una potente oferta comercial representativa de todo el ciclo de vida del packaging y a un programa de actividades que ha promovido la interacción y

el debate sectorial en un momento de transformación como el actual”. Bernabeu también ha destacado el objetivo cumplido de crecimiento en internacionalidad, atrayendo visitantes y compradores de mercados de interés para las exportaciones de la industria española del packaging.

Por su parte, el director de Hispack, Xavier Pascual, ha subrayado “el carácter generalista de la feria como uno de sus puntos fuertes a la hora de reunir a profesionales de diferentes industrias, así como su papel para facilitar la permeabilidad de la innovación y el conocimiento cruzado en torno al packaging entre varios sectores”.

El ministro de Industria y Turismo, Jordi Hereu, ha visitado Hispack para conocer de primera mano las innovaciones en clave de sostenibilidad presentadas por los expositores. Hereu ha destacado “el magnífico termómetro del clima industrial que supone la feria, porque si al packaging le va bien las industrias usuarias aumentan la demanda”. La próxima edición de Hispack tendrá lugar del 4 al 7 de mayo de 2027.

Press trip para dar a conocer y promocionar la producción ecológica

Ecovalia, la asociación española de la producción ecológica, ha celebrado un viaje de prensa por Andalucía con una docena de medios de comunicación nacionales -generalistas y especializados- para hablar de producción ecológica. El objetivo de esta actividad, enmarcada en la campaña de promoción “*El futuro está en tu mesa con la hoja verde*”, ha sido que los periodistas conozcan de cerca el sector ecológico y favorecer que contribuyan a la labor de divulgación de los beneficios del consumo de este tipo de productos.

El *press trip* ha tenido una duración de dos días y ha recorrido distintas provincias andaluzas -Huelva, Sevilla y Córdoba-. Durante las diferentes paradas, los periodistas han conocido el manejo ecológico en diferentes sectores: berrys, ganadería, vinos y aceite; así como los distintos retos y oportunidades a los que se enfrenta el sector ecológico.

Por otro lado, esta iniciativa ha permitido crear sinergias entre los periodistas y las fincas y explotaciones visitadas, además de facilitar una radiografía detallada de un sector cuyo crecimiento es indudable.

El presidente de Ecovalia, Álvaro Barrera, ha destacado “que este tipo de acciones son importantísimas para promocionar la pro-

ducción ecológica. Los medios de comunicación son altavoces que hacen llegar al consumidor las bondades de los alimentos ecológicos. Uno de los retos que tiene Ecovalia es aumentar el consumo de los productos ecológicos y el reconocimiento de la Eurohoja, y creo que no hay mejor manera de hacerlo que mostrando cómo trabaja el sector y los bienes que genera”.

La iniciativa “*El futuro está en tu mesa con la hoja verde*”, que llevan a cabo Ecovalia y Agrobio, cuenta con la financiación de la European Research Executive Agency de la Unión Europea, y se enmarca en las campañas “*Enjoy, it's from Europe*” para impulsar la visibilidad de los productos agroalimentarios europeos.





Los MOSH y MOAH centran el VII Cónclave de Maestros de Almazara de Grupo Interóleo

Grupo Interóleo ha celebrado el VII Cónclave de Maestros de Almazara con el objetivo de intercambiar experiencias y actualizar conocimientos para obtener aceites de oliva vírgenes extra de mayor calidad como una de las claves del asesoramiento a los socios. Esta jornada se ha centrado en los MOSH y MOAH.

En el encuentro, desarrollado por Mariela Valdivia, responsable de Asesoramiento al Socio de Grupo Interóleo, y Luis Aparicio, responsable de Calidad del Grupo Sovena, se han actualizado los conocimientos sobre “los peligros para la salud y el cambio que ha habido en la postura de la Unión Europea acerca de los MOSH-MOAH”, según ha informado la empresa.

Grupo Interóleo trabaja junto a Sovena “para determinar dónde podemos encontrar los puntos críticos y cómo podemos controlarlos para que nuestros aceites no se vean contaminados. El objetivo es disponer de un manual de buenas prácticas para que

tanto el agricultor como la cooperativa sepan cómo actuar para evitar esta contaminación”, ha afirmado Mariela Valdivia.

En este sentido, los maestros de almazara que han participado en el encuentro ampliaron sus conocimientos para evitar “que desde la descarga de la aceituna en la cooperativa hasta el final del proceso exista una contaminación con aceites minerales que pueden proceder de los vehículos, las grasas de mantenimiento de la maquinaria, la degradación de plásticos, etc. En definitiva, hemos abordado todo lo que puede afectarnos en la elaboración del aceite de oliva, también el uso de fitosanitarios y de maquinaria agrícola en el campo porque se utilizan gomas o carburantes que se pueden contaminar y luego transmitirse a la aceituna”, ha precisado Luis Aparicio.

Por su parte, el gerente de Grupo Interóleo, Esteban Momblán, ha resaltado el “gran éxito de participación que registramos año tras año en este encuentro de los

maestros de almazara de nuestros socios, algo que demuestra nuestro compromiso con la formación, la especialización y la actualización de conocimientos. Nuestro principal objetivo, desde que creamos el Departamento de Asesoramiento, es mejorar la rentabilidad de las cooperativas y almazaras integradas a través de una gestión profesionalizada de la comercialización y de un intercambio continuo de experiencias para conseguir que obtengan mejores aceites de oliva cada campaña”.

Para concluir la jornada, Mariela Valdivia ha llevado a cabo una cata en la que los asistentes pudieron comprobar las diferencias organolépticas de distintos aceites de países productores de la Cuenca Mediterránea.



AGR by De Prado: “La próxima campaña de olivar se prevé mejor debido a la lluvia y a la abundante floración”

La abundante floración que se ha producido en el olivar, junto con la gran cantidad de lluvia caída en marzo, hace prever que la próxima campaña sea más halagüeña que la anterior, según ha considerado el técnico de AGR by De Prado José María Pedrero.

No obstante, el olivar se encuentra en plena floración y es necesario determinar las flores fértiles de media por brote. Si existe un buen número, “podemos hablar de que hay probabilidades de hallarnos ante una buena cosecha”, ha subrayado.

Además, la lluvia de marzo cayó en un momento estratégico en el desarrollo del olivar en comparación con el pasado año, cuando en ese periodo, además de no llover, se pro-

dujeron unas altas temperaturas inusuales para dicha época del año.

“La flor es un órgano muy sensible y lo peor que le puede ocurrir es que no se desarrolle bien por falta de materia prima -nutrientes y agua-. Si no hay agua, la planta no puede comer, porque los nutrientes no le llegan de una forma adecuada, por lo que el brote se desarrolla mal, provocando un bajo índice de fertilidad en las mismas”, ha añadido.

De este modo, Pedrero ha explicado que “cuando la flor tiene poca humedad y se encuentra deshidratada, los picos de calor son más dañinos que en condiciones normales, y el órgano floral no puede defenderse de las altas temperaturas y se quema, dañándose de forma irreversible”.

Según ha precisado, la floración transcurre en un pequeño intervalo de tiempo del ciclo anual del olivar, que suele ser de 7 a 10 días aproximadamente en cada zona desde que da comienzo el proceso de la floración. De ahí que estos días sean cruciales, ya que la floración es el origen de toda la gestación de la cosecha y en un periodo muy corto nos jugamos buena parte de las opciones productivas de nuestros olivares”.

Por ello, “a pesar de que la floración es abundante y más homogénea que el año anterior, todo depende de que las condiciones climáticas sean buenas en las próximas semanas y el proceso de cuaje sea un éxito para que la próxima campaña de olivar sea óptima”, ha concluido.



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 ex-

tra, 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: 26 de abril de 2024.

Aceite de girasol refinado (euros)

MARCA	GRADOS	ENV. 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA
Capicúa	Alto Oleico	21,40		2,99
Coosol		11,99		1,85/2,35
Coosol Premium	Alto Oleico			2,84
Donsol		9,99		1,99
Fuensol				3,50
Koipesol		7,45/11,19		1,59/2,59
Masiasol				2,19

Otros aceites de semillas (euros)

MARCA	TIPO	ENV. 5 L	BOTELLA
Asúa	Maíz		3,00/3,39
Soy Plus Omega 3	Girasol+Soja		3,79
Vita	Maíz		s/c
La Masía	Semillas	13,89	2,69

Marcas blancas (distribución) (precio euros)

MARCA	DISTRIB.	TIPO ACEITE	GRADOS	LATA. 5 L.	ENVASE 5 L	ENV. 2 L	BOTELLA 1 L	3/4 L
El Corte Inglés	El C. Inglés	Virgen extra	0,4º		49,25		9,90	8,10
	El C. Inglés	Oliva	0,4º y 1º	17,85	47,00		9,25	4,89
	El C. Inglés	Girasol	0,2º		6,75		1,45	
Aliada	El C. Inglés	Girasol			7,20			
	El C. Inglés	Oliva Suave			46,00		9,25	
	El C. Inglés	Oliva Sabor Intenso			46,00		9,25	
	El C. Inglés	Virgen extra			46,00		4,50	
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra Arbequina						15,90 (1/2 l.)
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra Cornicabra						15,90 (1/2 l.)
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra Hojiblanca						15,90 (1/2 l.)
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra Picual						15,90 (1/2 l.)
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra Picuda						15,90 (1/2 l.)
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra Ocal						15,90 (1/2 l.)
Hiperacor	Hiperacor	Virgen extra	0,4º		23,75		4,79	3,99
	Hiperacor	Oliva Sabor Suave	0,4º	15,25	23,15		4,69	
	Hiperacor	Oliva Sabor Intenso	1º	15,25	23,15		4,69	
	Hiperacor	Girasol	0,2º		7,85		1,60	
Carrefour	Carrefour	Virgen extra S. Intenso	0,7º	18,30	49,20	5,57/5,92	9,89	8,09
	Carrefour	Virgen extra S. Suave	0,3º	18,30	49,20	3,25	9,89	8,09
	Carrefour	Oliva Sabor S./Intenso	0,4º/1º	44,70	44,15		8,94	
	Carrefour	Girasol	0,2º		15,75		1,45	2,40
	Carrefour	Girasol Ecológico					2,40 (0,5 l.)	
Auchán	Carrefour	Semillas			7,50		1,55	
	Alcampo	Virgen extra	0,5º		49,20	7,77 (3 l.)	9,89	8,09
	Alcampo	Virgen extra ecológico				7,18 (0,5 l.)		
	Alcampo	Oliva Intenso	1º		44,15	10,86 (3 l.)	8,94	
	Alcampo	Oliva Suave	0,4º		44,15	10,86 (3 l.)	8,94	
	Alcampo	Girasol	0,2º		6,75		1,45	
Hacendado	Alcampo	Arbequina/Hojiblanca					2,15 (0,5 l.)	
	Mercadona	Virgen extra	0,5º	29,55 (3 l.)	13,95	2,00 (0,5 l.)	9,90	8,10
	Mercadona	Oliva	0,4º/1º		46,00	21,00 (3 l.)	8,95	
	Mercadona	Girasol	0,2º		6,75		1,45	
	Mercadona	Semillas	0,2º	6,90	7,15		1,53	
Mercadona	Maíz	0,2º				1,67		

www.centrifugacionalemana.com

LA EXTRACCIÓN
EN PERFECTA **SINCRONÍA**

centrifugación
alemana

**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

SE BUSCA

Socio/comercial con amplia experiencia para la zona de Jaén/Granada para empresa en expansión dedicada a la integración de líneas completas de embotellado y envasado -así como de maquinaria de final de línea- para los sectores de alimentación, bebidas, química, farmacia y cosmética.

Se requiere ser autónomo o con empresa propia.

Teléfono: 661 500 154

SE BUSCA

Almazara provincia Tarragona busca maestro de almazara para integrarse en el equipo de molino.

Trabajo para todo el año, incorporación inmediata. Maquinaria GEA-Westfalia Separator.

Mínima experiencia 5 años en puesto similar.

Más información: 630 825 235

VENDEMOS

Decánters y centrifugas de varias marcas de segundo uso y en buen estado de funcionamiento.

Más información: 639 662 170

SE VENDEN

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

Teléfono: 625 683 192

SE BUSCA

Empresa productora de AOVE busca comerciales multiproductos que visite sector Horeca: restaurantes, bares, tiendas gourmet y supermercados. Se ofrece formación, muestrario y herramientas para la formalización de los pedidos.

Más información: info@sagazextra.com

SE VENDEN

Decánters de 2º uso reparados y sin reparar.

Teléfono: 680 690 618

SE VENDE

Diverso material de laboratorio.

Más información: 618 753 164 (Pilar)

VENDEMOS

Decánters usados de distintas marcas en buen estado de funcionamiento.

Más información: 630 900 805

SE VENDE

Laboratorio completo compuesto de medidor de grasa AUTELEC modelo MG 707, y su homogeneizador de muestras con accesorios accesorios. En perfecto estado de funcionamiento.

Teléfono: 680 714 391

SE VENDE

Autelec MG 707 revisada por la casa con todos sus accesorios, un filtro ecológico de filtración directa de ZENITRAM FE-1500 prácticamente nuevo y un filtro de papel.

Más información: 958 463 046

SE VENDE

Mayor exposición de maquinaria usada de Andalucía para patios de recepción de aceitunas (cintas transportadoras, limpiadoras, lavadoras, pesadoras, etc.), de distintas marcas y tamaños.

Interesados, llamar al 957 600 150

www.treico.com

Convocatorias

Más ayudas del programa Kit Digital para agricultores

El programa Kit Digital, que gestiona la entidad Red.es -adscrita al Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial- ha anunciado un incremento de las ayudas para el segmento de microempresas y autónomos/as. La Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos (UPA), que colabora con el proyecto, ha valorado el anuncio y ha animado a todo el sector a participar en el programa.

UPA ha precisado que la modificación del programa significa un aumento de la cuantía de la ayuda para las empresas pertenecientes al segmento III, aquellas con entre 0 y menos de 3 empleados, en el que se incluyen la mayoría de los agricultores y ganaderos españoles. Actual-

mente, la cuantía de la ayuda es de 2.000 euros y pasa a ser de 3.000 euros. Este aumento de la ayuda tendrá además carácter retroactivo, es decir, podrán solicitarla aquellas empresas beneficiarias del segmento III que ya lo hubieran hecho con anterioridad e incluso si ya han consumido su bono digital.

La solicitud de la ayuda con la nueva cuantía podrá realizarse una vez se haya abierto el formulario de solicitud en el mes de junio. A partir de ese momento, las empresas del segmento III podrán solicitar la ayuda de 3.000 euros. Según esta organización, si ya ha sido beneficiario/a y quiere solicitar la ampliación de 1.000 euros, el proceso será muy sencillo: únicamente debe entrar en su expediente, seleccionar el botón habilitado para ello y fir-

mar esa conformidad. En este caso, la concesión es automática.

En esta modificación se incluyen además las medianas empresas como nuevas beneficiarias de la ayuda de Kit Digital y se establecen dos nuevos segmentos en función del número de empleados. Por una parte, el segmento IV, que estará formado por empresas de entre 50 y menos de 100 empleados cuya cuantía será de 25.000 euros; y, por otra, el segmento V, compuesto por empresas de entre 100 y menos de 250 empleados para los que el bono digital será de 29.000 euros.

La solicitud para medianas empresas se podrá realizar una vez se publique la convocatoria correspondiente y posteriormente se abra el formulario de solicitud, lo que está previsto que ocurra en el último trimestre de 2024.



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

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

Calendario de Ferias y Eventos en 2024

1 Mayo 2024

- ☞ Del 22 al 23 de mayo
AGROSEGURIDAD
Jaén
www.agroseguridad.com
- ☞ Del 23 al 25 de mayo
FUTUROLIVA
Baeza (Jaén)
info@futuroliva.com
www.futuroliva.com
- ☞ Del 23 al 25 de mayo
OLIVTECH
Izmir (Turquía)
olivtech@izmirfair.com.tr
www.olivtech.izfas.com.tr/home
- ☞ Del 28 al 29 de mayo
PLMA
Ámsterdam (Holanda)
info@plma.nl
www.plmainternational.com
- ☞ Del 28 al 30 de mayo
SIAL SHANGHAI
Shanghai (China)
www.sialchina.com
- ☞ Del 28 de mayo al 1 de junio
THAIFEX-ANUGA ASIA
Bangkok (Tailandia)
www.thaifex-anuga.com

1 Junio 2024

- ☞ Del 4 al 5 de junio
ORGANIC FOOD IBERIA
Madrid
organicfoodiberia@divcom.co.uk
www.organicfoodiberia.com
- ☞ Del 11 al 12 de junio
MUNDOLIVAR
Córdoba
hola@mundolivar.es
www.mundolivar.es
- ☞ Del 23 al 25 de junio
SUMMER FANCY FOOD
Nueva York (EEUU)
press@specialtyfood.com
www.specialtyfood.com

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

Está pasando...

La marca de aceitunas *La Española* renueva su histórico jingle tras más de 60 años de recorrido publicitario

La marca de aceitunas rellenas *La Española* ha renovado su jingle "*Es La Española una aceituna como ninguna*", tras más de 60 años de trayectoria en televisiones y radios de todo el país. La nueva sintonía, que mantiene el tono alegre y su mítico lema, se acercará a las nuevas generaciones a ritmo de swing.



"En primer lugar, para que un jingle perdure en el tiempo es crucial que esté compuesto de manera correcta y profesional. A partir de ahí, debe ser pegadizo y poseer, además, un componente empático capaz de generar emociones como la alegría y la felicidad", ha resaltado.

La empresa familiar originaria de Alcoy (Alicante) ha querido celebrar sus más de 80 años en el negocio con la regrabación de su famoso jingle, que forma parte del imaginario colectivo. Por ello, en colaboración con el compositor musical Marcos González-Cuevas, la marca ha dado un giro a la canción original sin perder su esencia, que también forma parte de la historia de la publicidad en España.

Este histórico jingle ha acompañado a *La Española* durante toda su trayectoria publicitaria, siendo capaz de acercarse a los hogares de todo el país. De hecho, hasta el 80% de los españoles de más de 30 años conocen el famoso *claim* "*Una aceituna como ninguna*", según un estudio elaborado por la agencia de estudios de mercado Origin Insights para *La Española*. Ahora, la sintonía cuenta con el objetivo de acercarse a las nuevas generaciones y evocar la nostalgia de este himno tan querido a través de una nueva campaña publicitaria.

El director creativo de la agencia Hit The Roi, compositor e intérprete de la nueva versión, Marcos González-Cuevas, ha asegurado que la música juega un papel muy útil en las campañas publicitarias, pues es capaz de quedarse en el imaginario colectivo a través de las emociones.

La campaña también ha contado con el asesoramiento de expertos como Elisabet Alsina, directora de marketing independiente y asesora estratégica, y Carlos Bosch, asesor de marketing y medios con largo recorrido en este sector. En este sentido, Alsina ha incidido en que la fortaleza de la campaña radica en "mantener la esencia de *La Española*, que encapsula valores como la calidad, el liderazgo y lo tradicional, y al mismo tiempo es capaz de conectar con un público más joven".

Por su parte, Bosch ha reivindicado el rol de la radio, un formato que en esta época tecnológica aún sigue en forma. "Desde el primer momento hemos identificado el poder del audio, como ya hizo la marca hace muchos años. Por tanto, el retrabajo del jingle permitirá a *La Española* reforzar la conexión con sus consumidores habituales y establecer vínculos con nuevos oyentes, ya sea a través de las radios convencionales y/o de las recientes plataformas de audio. Al igual que *La Española*, como la radio no hay ninguna", ha considerado.

"Con el nuevo jingle, *La Española* refuerza su valor como marca histórica y renombrada, estrechamente ligada a la historia de la publicidad y al aperitivo, tradicionalmente vinculado a la cultura del país", ha concluido la firma.



NRI- 5530-2022/09681



AgroBank



¿PREOCUPADO CON LA PÉRDIDA DE FRUTADO ELABORANDO ACEITES PREMIUM?

El nuevo **decanter SPI 56.2** le permite procesar la misma cantidad de aceituna un 25 % más rápido, ocupando el mismo espacio que su instalación existente*.



Permite mantener refrigerada la salida de líquidos



Diseñado para facilitar la limpieza



Mayor capacidad de producción



Permite trabajar en 2 o 3 fases a su conveniencia**



PIERALISI
CIRCULAR THINKING

www.pieralisi.com