



INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR

Mercacei

SEMANAL

MERCACEI, PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA A LA COMUNICACIÓN

Editorial

¿Cómo influye el manejo de las cubiertas vegetales en cultivos leñosos sobre las plagas y enfermedades?
pág. 4

Mercado del aceite de oliva en octubre: las salidas se sitúan en 106.309 toneladas
pág. 13

La Interprofesional del Aceite de Oliva Español elabora AOVE en directo en una almazara en EXPO SAGRIS
pág. 16

Abierta la convocatoria para participar en los diferentes premios anuales de AEMO
pág. 17

Argentina impulsa el desarrollo del oleoturismo
pág. 18

Aislacel y Rebiol, dos proyectos para revalorizar la biomasa del olivar
pág. 19

Acesur especializa su almazara de Montoro (Córdoba) en la producción de AOVES procedentes de olivar tradicional
pág. 20

Hacia la estabilidad... con cautela

Por Pandora Peñamil Peñafiel

La decisión del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de no aplicar la retirada de aceite de oliva en la campaña 2025/26 llega como un soplo de alivio para un sector acostumbrado a convivir con la incertidumbre. Según los datos manejados por el MAPA, las existencias iniciales junto con las previsiones de producción no alcanzan el umbral establecido por la normativa -el 120 % de las dos campañas más productivas de los últimos seis años-, lo que impide activar este mecanismo extraordinario. El propio ministro Luis Planas ha subrayado que se trata de una medida de "seguridad" más que de rutina, y que su simple existencia otorga estabilidad al mercado aun cuando no se utiliza.

La noticia, sin embargo, no debe interpretarse como una normalización definitiva del sector. El mercado del aceite de oliva continúa mostrando una gran volatilidad, marcada por oscilaciones bruscas en las cosechas y precios sensibles a cualquier variación en la oferta. Después de años en los que la producción ha sido errática –con campañas cortas seguidas de otras más generosas–, la herramienta de retirada sigue actuando para muchos como un recurso imprescindible para amortiguar desequilibrios futuros. Que no se aplique ahora es un síntoma positivo, pero no una garantía de estabilidad permanente.



El nuevo marco normativo, aprobado recientemente, consolida este instrumento dentro de una estrategia de gestión de mercado más amplia. De hecho, la orden ministerial que regula las normas de comercialización para esta campaña define criterios objetivos y procedimientos claros para intervenir cuando sea necesario. La retirada -que podría destinarse parte del aceite a usos no alimentarios o almacenarlo temporalmente- deja de ser una opción excepcional para convertirse en un mecanismo estructural destinado a evitar crisis de precios por sobreoferta.

Para el sector oleícola, la no aplicación de la medida este año significa mantener la normalidad comercial, asegurar liquidez y no ver condicionada la venta de la cosecha. Pero también exige una lectura más estratégica. La existencia del mecanismo en el horizonte invita a reforzar la transparencia informativa, a través de sistemas como SIMO, que aún deben ganar agilidad y fiabilidad; a profundizar en la valorización de la calidad, diferenciando categorías y orígenes; y a prepararse para la variabilidad climática, que seguirá marcando las campañas y, por tanto, la estructura de mercado.

En definitiva, estamos ante una decisión positiva, pero no exenta de riesgos potenciales. La retirada no se activa, pero permanece. El sector recibe un respiro, sí, pero también una llamada a consolidar su resiliencia. La estabilidad es bienvenida; la previsión, indispensable.

IMS
CONTROL INDUSTRIAL

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

INDEPENDENCIA DIGITAL 5.0

www.imscontrolindustrial.com

PATROCINA LA NOTICIA DE LA SEMANA

Oportunidades del mercado sueco de aceite de oliva: estilo de vida saludable, innovación y sostenibilidad

pág. 12



SUMARIO

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.
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
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
• Agronomía	
• Gastro	
6-10	Mercado
12	Legislación
ACTUALIDAD	
• Exportación	
• Campaña	
• Eventos	
22	Premios
25	Oleoturismo
26	Subproductos
27	Empresas
Comercio Exterior	
Precios en el lineal	
Anuncios Breves	
Agenda	

Certificación

Oleoestepa renueva el certificado del Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social

Oleoestepa ha renovado el certificado IQNet SR10 obtenido en el año 2019, auditado por AENOR, que avala que la cooperativa gestiona su actividad con criterios de responsabilidad social, transparencia y buen gobierno. Con esta renovación, la entidad ha destacado que se consolida “como pionera en el sector oleícola en la obtención y mantenimiento de este reconocimiento de alcance internacional”.

Esto se traduce, a su juicio, “en una sostenibilidad real y que se nota con el 100% de nuestros olivares con producción sostenible (Integrada o Ecológica), cuidando nuestro suelo su biodiversidad y la calidad

de nuestros aceites de oliva vírgenes extra en el futuro, enfocando todas nuestras decisiones en reducir nuestro impacto, generar mejores eficiencias y creando valor en nuestra comarca”.

“Se trata de una apuesta por nuestros cooperativistas, colaboradores, proveedores y clientes, escuchando y dialogando, con relaciones a largo plazo basadas en la transparencia, la confianza y el respeto por la legalidad y las normas internacionales de comportamiento”, ha resaltado Oleoestepa.

Con una gestión financiera responsable, la cooperativa ha detallado que busca el crecimiento sostenible en el tiempo, a través de la eficiencia operativa y la transparencia, con una clara apuesta por la calidad, la innovación y la estabilidad.

The advertisement features several pieces of industrial equipment from AMENDUNI:

- EVO LINE**: Nuevo Decanter. An industrial unit with a blue frame and a large cylindrical component labeled "EVO".
- NUEVOS MOLINOS**: PARA ACEITUNA VERDE O MADURA. Shows two smaller units and a larger industrial mill.
- HEATEX**: INTERCAMBIADOR DE CALOR DE ALTA EFICIENCIA. A long, horizontal heat exchanger unit.
- REX LIMITED**: NUEVO NUEVO MODELO. A large industrial pump unit with a blue frame and a white cylindrical component labeled "REX250".
- ACCIAIERIE VALBRUNA**: High quality is our standard. Shows a filter unit with a blue frame and a yellow triangular logo.

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

Follow us on:



Aceite de oliva

Escasez de aceite viejo y recolección lenta mantienen la prudencia en el sector

El mercado oleícola nacional atraviesa una fase de calma casi absoluta mientras la nueva campaña da sus primeros pasos y la recolección aún no se ha generalizado en muchas zonas productoras. La escasez de aceite viejo, unida a una oferta de aceite nuevo que llega muy lentamente, mantiene a operadores y compradores actuando con extrema prudencia. Las condiciones climáticas -temperaturas anormalmente altas para esta época del año y falta de precipitaciones en la mayor parte de las regiones, salvo episodios puntuales- añaden incertidumbre y condicionan el ritmo de la campaña.

Jaén

Tranquilidad absoluta y escasa operatividad a la espera de que se generalice la recolección. Queda poco aceite viejo, mientras que el nuevo sale a cuentagotas. Temperaturas elevadas para la época del año y el agua brilla por su ausencia. En este contexto, el lampante se establece a 3.500 €/t.; el virgen, a 3.600/3.700 €/t.; el AOVE, a 4.000/4.300 €/t.; y el refinado, a 3.550 €/t.

Córdoba

Picoteo puntual en una semana muy tranquila. Apenas queda aceite viejo y la campaña avanza con mucha lentitud, con muchas almazaras y cooperativas que aún no han comenzado a molturar. Así, el lampante se oferta a 3.450/3.500 €/t.; el virgen, a 3.650/3.700 €/t.; el AOVE, a 4.150/4.300 €/t.; y el refinado, a 3.500/3.550 €/t.

Sevilla

Sin apenas aceite viejo, y a la espera del aceite fresco, el comprador adquiere por estricta necesidad en un mercado donde, sobre todo el lampante, se sigue mostrando firme. Comienzan las lluvias, que probablemente interrumpirán la recolección en el campo. En este sentido, el lampante se sitúa a 3.450/3.500 €/t.; el virgen, a 3.700/3.800 €/t.; el refinado, a 3.500/3.600 €/t.; el AOVE viejo, a 4.000/4.200 €/t.; y el AOVE nuevo, a 4.600/5.000 €/t.

Rosa Moliterno

Broker
Aceite de oliva a granel

952 603 030
rm@iberiadeaceites.com

Iberia de Aceites S.L.

Málaga

La campaña está dando sus primeros pasos, con buenas perspectivas. Demanda muy lenta que opera por estricta necesidad y oferta a disposición de la demanda, por lo que no se muestran cotizaciones.

Castilla-La Mancha

Semana muy tranquila a la espera de conocer los datos de producción y salidas, mejores de lo esperado. Se mantiene el pulso entre oferta y demanda, con la prudencia

como característica común: una demanda que únicamente compra por necesidad y una oferta que tampoco coloca aceite en el mercado salvo de forma tímida. Así, el virgen se establece a 3.700/3.800 €/t.; el AOVE viejo, a 4.200/4.400 €/t.; y el nuevo a 4.700/5.200 €/t.

Extremadura

Semana similar a la anterior en lo que se refiere a la oferta y la demanda, con una campaña que va avanzando algo más lentamente de lo esperado. En este sentido, el lampante se oferta a 3.350/3.500 €/t.; el virgen, a 3.600/3.700 €/t.; el AOVE viejo, a 4.000/4.200 €/t.; y el nuevo a 4.700/5.100 €/t.

Valencia

Demandada paralizada y oferta tranquila y a la expectativa que apenas dispone de aceite viejo. Comienza a haber algo de aceite fresco, sobre todo AOVES de calidad Premium. Muy buena cosecha y excelentes perspectivas para la presente campaña. Así, el lampante se sitúa a 3.400 €/t.; el virgen, a 3.700 €/t.; el AOVE, a 4.200 €/t.; y el refinado, a 3.500 €/t.

Lérida/Tarragona

Poca operatividad, a excepción de alguna cisterna suelta. La cosecha -que se prevé mucho mejor que la anterior- avanza muy rápido debido al buen tiempo. En este contexto, los AOVES con DOP se establecen a 5.200 €/t.



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



¿Cómo influye el manejo de las cubiertas vegetales en cultivos leñosos sobre las plagas y enfermedades?

La cubierta vegetal, bien implantada y gestionada, es una herramienta agroecológica clave, eficaz y sostenible para el control preventivo de plagas y enfermedades en cultivos leñosos. Favorece la autorregulación biológica, mejora la salud del suelo y contribuye a la reducción de insumos químicos, fortaleciendo el equilibrio del agroecosistema, según ha informado la Red de Alerta e Información Fitosanitaria de Andalucía (RAIF).

La RAIF ha precisado que las cubiertas vegetales actúan como infraestructura ecológica, ofreciendo refugio, alimento y hábitat alternativo para enemigos naturales de las plagas. A su juicio, aumentan la biodiversidad funcional favoreciendo la presencia de depredadores (coccinélidos, crisópidos, sírfidos) y parásitoides (Trichogramma spp., Aphidius spp....) que regulan poblaciones de pulgones, trips o ácaros.

A su vez, interrumpen el ciclo de las plagas al proporcionar plantas hospedantes alternativas. Además, modifican el microclima del suelo reduciendo las oscilaciones térmicas y la humedad relativa y dificultando el desarrollo de ciertas plagas del suelo como larvas de dípteros o coleópteros. También favorecen la fauna auxiliar del suelo, como lombrices, carábdos y estafilíndidos; mejorando, además, la descomposición orgánica y limitando la presencia de patógenos radiculares.

En su opinión, la implantación de una cubierta vegetal deberá ir enfocada, entre otros objetivos, al control fitosanitario de los cultivos. Para este fin, considera que se deberán elegir especies de plantas que no sean hospedantes de patógenos comunes del cultivo leñoso. Así, ha recomendado emplear especies que favorezcan la fauna auxiliar, como leguminosas (*Vicia sativa*, *Trifolium* spp., etc) y umbelíferas (*Fagopyrum esculentum* o *Coriandrum sativum*).

La cubierta vegetal se podrá instalar en calles alternas para mantener el acceso y reducir competencia hídrica. La siembra de la cubierta vegetal se realizará en otoño, entre septiembre y noviembre, con laboreo superficial para no dañar las raíces del cultivo; empleando una densidad de siembra moderada, con el fin de mante-

Intermediario de aceite de oliva

Ramón Alcalá 

607 628 997

administracion@origenia.com

Tel.: 957 498 590 • Fax: 957 245 155

ner una buena aireación y evitar exceso de humedad que favorezca enfermedades criptogámicas.

Para el mantenimiento invernal, según ha detallado la RAIF, se efectuarán siegas ligeras para evitar condensación de agua en la base del tronco, ya que son condiciones propicias para *Phytophthora*, *Armillaria* o *Botrytis*; así como para evitar refugios de plagas como roedores o caracoles. En concreto, aconseja realizar un monitoreo entomológico, con el objetivo de controlar poblaciones de insectos vectores (cicadélidos, cochinillas,...) y promover enemigos naturales mediante refugios vegetales. Se deberá evitar aplicar herbicidas de contacto que reduzcan la biodiversidad o dañen organismos auxiliares.

Respecto al manejo en primavera, la RAIF ha apuntado que se deberá efectuar desbroces e incorporación de la cubierta vegetal antes de su floración para

controlar vectores y equilibrar la población de insectos, evitando competencia y reduciendo la humedad relativa. En otros casos, se

podrán mantener cubiertas vegetales con especies nectaríferas (*Phacelia tanacetifolia*, *Borago officinalis*) para sostener a la fauna auxiliar.

A su vez, para el control preventivo de enfermedades, recomienda mantener la ventilación en las calles, evitando excesiva humedad y fermentaciones que favorezcan la aparición de patógenos; eliminando restos vegetales húmedos y evitando la acumulación de materia orgánica en la línea de cultivo.

“Todo esto implica obtener ciertos beneficios fitosanitarios en el cultivo, como la reducción del uso de productos químicos al potenciar el control biológico natural; tener un equilibrio ecológico en el agroecosistema, disminuyendo los brotes epidémicos; una importante disminución de inóculos fúngicos debido al mejor drenaje y aireación del suelo; así como, una mayor resistencia frente a condiciones climáticas extremas y estrés biótico”, ha añadido, al tiempo que ha recomendado mantener bandas libres o zonas sin cubierta cerca del tronco para reducir riesgos fúngicos; alternar cubiertas temporales y permanentes para romper ciclos de patógenos; combinar con otras prácticas de Gestión Integrada de Plagas (GIP), como trampas cromáticas, control biológico inoculativo (sueltas); y monitoreo fenológico.





El Campeonato de Tapas, una plataforma promocional de los Aceites de Oliva de España para llegar a chefs de todo el mundo

Patrocinado por la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, el IX Campeonato Mundial de Tapas Ciudad de Valladolid, con cocineros procedentes de 16 países, se ha convertido en una convención de los principales países destino de los Aceites de Oliva de España: empezando por España y siguiendo por Alemania, Australia, Australia, Canadá, Corea del Sur, Estados Unidos, Indonesia, Malasia, México, Noruega, Nueva Zelanda, Reino Unido, Sudáfrica, Tailandia, Taiwán y Uruguay.

El chef italiano afincado en Australia Andrea Vignal ganó el premio que, con el nombre de Aceites de Oliva de España y dotado con 10.000 euros, reconoce a la mejor tapa internacional del certamen, con su propuesta "Humo bajo la tapa", que incluía en su elaboración la carne de canguro. Según ha informado la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, "Australia es nuestro primer comprador en Oceanía y lleva años situados entre nuestros mejores clientes en el mundo". Según los datos de Aduanas, en los ocho primeros meses del año vendimos en ese país 18.838 toneladas de aceites de oliva, un 33,29% más que igual periodo de 2024.

En este país la Interprofesional del Aceite de Oliva Español ha colaborado en la campaña de promoción lanzada por la Asociación Australiana del Aceite de Oliva (AOOA), que invita a los australianos a dar vida a sus platos con el lema "Alíñalo" (Get Drizzling).

El segundo premio del campeonato mundial ha recaído en el chef taiwanés Chen Cheng Dian con su tapa "Esmeralda". Otro país en el que la organización ha realizado acciones promocionales. En concreto, la campaña Olive Oil World Tour estuvo activa durante tres años en un total de nueve países de tres continen-

LEONARDO D'ERRICO
610 78 51 92
Brokerage Olive Oil

ACEITES TUCCITANOS

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

nentes. Taiwán es un mercado que evoluciona muy positivamente, ya que en los ocho primeros meses del año ha adquirido 3.502 toneladas de aceites de oliva de España, casi un 129% más que en 2024.

A su vez, ha cerrado el palmarés el chef noruego Øyvind Boe Dalev y su tapa "La Reina del Mar". Un país al que la Interprofesional ha destinado este año unas 1.300 toneladas, una cifra muy similar a la de 2024.

El jurado estuvo presidido por la chef Pichaya "Pam" Soontornyanakij, del restaurante Potong en Bangkok, reconocida como Mejor Cocinera del Mundo 2025 y galardonada con una estrella Michelin. También ha formado parte del jurado Paco Morales, chef del restaurante Noor, con tres estrellas Michelin y tres soles Repsol, y Rafael Pico, vocal de la Junta

Directiva de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, entre otros.

Morales ha resaltado el valor que la tapa está teniendo en la difusión de nuestra cultura culinaria en el mundo: "La tapa creo que está viviendo un momento muy especial, muy importante. Eventos como este la engrandecen y ayudan a que se pueda promocionar. El aceite de oliva virgen extra tiene mucho que contar en este territorio".

En la gala de entrega de premios, Juan Ignacio Antonio Senovilla, tesorero de la organización, ha entregado el premio Aceites de Oliva de España al ganador del campeonato mundial, así como un accésit del concurso nacional, que ha ido a parar a Juan Carlos Jiménez Pradas, del restaurante vallisoletano "Azul Mediterráneo" y su tapa "Principino".

La organización ha remarcado que los Aceites de Oliva de España han tenido "un enorme protagonismo en ambos certámenes, que han servido de escaparate para nuestros aceites de oliva virgen extra, a disposición de todos los concursantes, así como de la campaña El Complemento Perfecto, que ha estado muy presente durante tres días en el recinto en el que se realizaron los certámenes, así como en las calles de la capital de Castilla y León".



*Aceites de oliva*

JAÉN

	EUROS/T. SEMANA 10/16 noviembre '25 (Cierre dia 6 nov. '25)	EUROS/T. SEMANA 17/23 noviembre '25 (Cierre dia 13 nov. '25)
ANDALUCÍA	€/t.	€/t.
Lampante, base 1º	3.500	3.500
Virgen	3.600/3.700	3.600/3.700
Virgen extra	4.000/4.300	4.000/4.300
Refinado	3.550	3.550

CÓRDOBA

Lampante, base 1º	3.450/3.500	3.450/3.500
Virgen	3.650/3.700	3.650/3.700
Virgen extra	4.200/4.300	4.150/4.300
Refinado	3.530/3.550	3.500

SEVILLA

Lampante, base 1º	3.450/3.500	3.450/3.500
Virgen	3.700/3.800	3.700/3.800
Virgen extra	4.000/4.200	4.000/4.200 (viejo)
	4.700/5.000	4.600/5.000 (nuevo)
Refinado	3.500/3.600	3.500/3.600

GRANADA

Lampante, base 1º	3.500	3.500
Virgen	3.600/3.700	3.600/3.700
Virgen extra	4.000/4.300	4.000/4.300

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	3.700/3.800
Virgen extra	4.150/4.300	4.200/4.400 (viejo)
	5.000/5.400	4.700/5.200 (nuevo)

LÉRIDA Y TARRAGONA

Virgen extra (DOP)

Sin oper.

Sin oper.

ALICANTE

COMUNIDAD VALENCIANA

Lampante, base 1º	3.400	3.400
Virgen	3.700	3.700
Virgen extra	4.250	4.200
Refinado	3.550	3.500

BADAJOZ

EXTREMADURA

Lampante, base 1º	3.350/3.500	3.350/3.500
Virgen	3.600/3.700	3.600/3.700
Virgen extra	4.100/4.400	4.000/4.200 (viejo)
	4.700/5.100	4.700/5.100 (nuevo)

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

Grup AGROISA patrocinador oficial de los precios del aceite de oliva

INMECAL ITB IntecBIO Agrotechbiomed

AGROISA.COM info@agroisa.com

PYME INNOVADORA CDTI Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial

Facebook Twitter YouTube LinkedIn Google+ CDTI Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial

Cámara de la innovación tecnológica agroisa.com

agroisa tratamiento y adecuación post cosecha del fruto y del agua



Aceites de orujo

SEVILLA

ANDALUCÍA

EUROS/T.

SEMANA

10/16 noviembre '25
(Cierre día 6 nov. '25)

EUROS/T.

SEMANA

17/23 noviembre '25
(Cierre día 13 nov. '25)

Refinable, base 10º	1.400
Refinado, winterizado, a granel, sobre origen	2.100

€/t.

€/t.

1.400

2.100

2.100

2.100

Aceites de semillas

SEVILLA

ACEITE DE GIRASOL
(Sobre origen a granel)Crudo
RefinadoSin oper.
1.350Sin oper.
1.340/1.350ACEITE DE SOJA
(Sobre origen cisternas)Crudo
Refinado1.200
1.3501.350
1.400

ACEITE DE SEMILLAS

Refinado

1.350

1.340/1.350

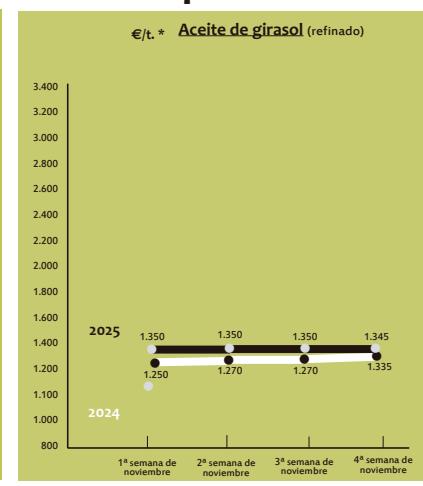
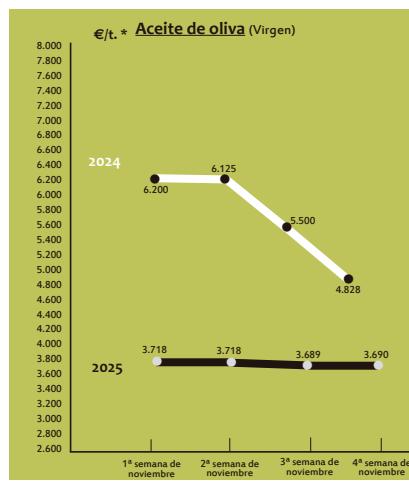
Oleinas y Ácidos grasos

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

(Estos precios se entienden sin envase sobre fábrica).

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

Evolución mensual de los precios



(* 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 10/16 noviembre '25 (Cierre día 6 nov. '25)	EUROS/KG. SEMANA 17/23 noviembre '25 (Cierre día 13 nov. '25)
	€/t.	€/t.
SEBO FUNDIDO	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO, Extra-fancy	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO, Fancy	s/c	s/c
GRASA ANIMAL 3°/5° (origen)	1.100	1.100
MANTECA DE CERDO 0,5° (origen)	1.175	1.175
ACEITE DE COCO (refinado)	2.650	2.650
ACEITE DE LINAZA (refinado)	s/c	s/c
ACEITE DE PALMA	1.400	1.400
ACEITE DE PALMISTE	2.225	2.225
ACEITE DE MAÍZ	1.470	1.470
ACEITE DE COLZA	1.350	1.350
ACEITE DE RICINO	1.260	1.260
ACEITE DE PESCADO refinado	4.350	4.350

*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 nº1, índice de yodo 80/90. Color Gardner 2/3. Sobre Barcelona.

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

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

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

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

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

GLICERINA DESTILADA: 98% glicerol, en cisternas.

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

JOSÉ MARÍA PUERTO CASTRO

AGENTE COMERCIAL COLEGIADO
ESPECIALIZADO EN ACEITES

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

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



Mercado internacional

ITALIA

SUR DE PUGLIA

EUROS/KG.
SEMANA
10/16 noviembre '25
(Cierre día 6 nov. '25)

EUROS/KG.
SEMANA
17/23 noviembre '25
(Cierre día 13 nov. '25)

€/t. €/t.

ACEITE DE OLIVA virgen extra	7,00	7,20/7,50
ACEITE DE OLIVA refinado	3,65	3,65
ACEITE DE OLIVA lampante	2,60/2,80	3,00/3,20

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	7,50/7,80	7,50/7,80
ACEITE DE OLIVA virgen	Sin oper.	Sin oper.

TÚNEZ MARRUECOS TURQUÍA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	Sin oper.	3,50/3,70
ACEITE DE OLIVA virgen extra	4,20/5,50	4,20/5,50
ACEITE DE OLIVA refinado	Sin oper.	Sin oper.

GRECIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra Creta	5,00/5,20	4,90/5,00
ACEITE DE OLIVA virgen extra Peloponeso (Precios facilitados por 25 Olio Officina Magazine)	4,80/5,00	4,70/4,80

PORTUGAL

ACEITE DE OLIVA virgen extra nuevo	Sin oper.	4,50/4,80
------------------------------------	-----------	-----------

TIPOS DE INTERÉS INTERBANCARIO (13 de noviembre 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





Legislación

El MAPA confirma que no es necesario determinar un porcentaje de retirada de aceite de oliva en la campaña 2025/26

La Dirección General de Producciones y Mercados Agrarios del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) ha publicado en el Boletín Oficial del Estado (BOE) una resolución en la que detalla que no es necesario determinar un porcentaje de retirada de producto, al no alcanzar el umbral establecido en la normativa.

En concreto, la resolución se refiere al artículo 4 de la Orden APA/1192/2025, de 27 de octubre, por la que se establece la norma de comercialización del aceite de oliva para la campaña 2024/25.

Según recuerda, el artículo 5 de dicha Orden establece que el porcentaje de producto afectado por la norma se determinará mediante resolución de la Dirección General de Producciones y Mercados Agrarios y se pu-

blicará en el BOE antes del 15 de noviembre. Por otra parte, este artículo recoge que el porcentaje de retirada se aplicará sobre la producción y se calculará con base en la diferencia de los recursos estimados para la campaña 2025/26 y el 120% de la media de los dos valores máximos de la comercialización de las seis últimas campañas. En todo caso, el porcentaje a retirar no podrá exceder el 20% de la producción estimada.

No obstante, el MAPA subraya que no se alcanza el umbral descrito a la vista de las existencias iniciales para la campaña 2025/26 comunicadas por los operadores a través del sistema de información de los mercados oleícolas (SIMO) y los datos de estimaciones de producción comunicados por las Comunidades Autónomas.

MARÍA JOSÉ GÁLVEZ MUÑOZ, S.L.U.

Agente Comercial Colegiado
especializado en aceites

TEL.: 957 50 08 31
957 50 10 07

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

MATERIAS PRIMAS PARA *piensos compuestos*

HARINAS	PRECIOS
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)	s/c
(Precios cif Rotterdam)	
CEREALES	€/t.
(Estos precios son en origen)	
Maíz	325
Trigo panificable	360
Trigo forrajero (puerto destino)	340
Cebada cervecera	270
Cebada dos carreras	270
Colza (puerto destino)	752
Guisantes	280
Centeno	220
Harina de girasol (pellets)	230
Harina de girasol (alto proteíco)	290

LA BOLSA DE CHICAGO

Habas de soja: La semana cerraba a 1.146,00 centavos de dólar por bushel; la última semana cerró a 1.109,20.

◆ Precios: Futuros enero.

Harina de soja: 329,30 dólares por tonelada corta era el último precio de cotización al cierre de nuestra revista, mientras que la anterior indicaba 315,00.

◆ Precios: Futuros diciembre.

Aceite de soja: Cerraba a 50,21 centavos de dólar por libra, desde la última cotización de a 52,34.

◆ Precios: Futuros diciembre.

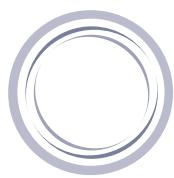
Maíz: Terminó la semana a 442,25 centavos/bushel, habiendo comenzado a 430,65.

◆ Precios: Futuros diciembre.



¡YA ESTAMOS LISTOS!

Siempre a tu lado en la campaña



PIERALISI
CIRCULAR THINKING

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



ASISTENCIA TÉCNICA ELÉCTRICA

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

ASISTENCIA TÉCNICA MECÁNICA

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



ALMACÉN REPUESTOS

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



ASUNTOS GENERALES

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





Oportunidades del mercado sueco de aceite de oliva: estilo de vida saludable, innovación y sostenibilidad

Los pronósticos de crecimiento del mercado sueco indican que existen oportunidades para las empresas del sector del aceite de oliva que quieran adentrarse en este país. Aunque Italia continúa siendo el competidor más fuerte para España en el mercado sueco, nuestro país sigue contando con un margen significativo de crecimiento, especialmente si logra posicionarse en las tendencias emergentes del mercado, según recoge un informe de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Estocolmo publicado por ICEX España Exportación e Inversiones.

En el año 2024, el valor de las importaciones de aceite de oliva en Suecia alcanzó los 901.623 miles de SEK (aproximadamente 78,9 millones de euros), con Italia como principal país exportador, seguido por España y Grecia. En conjunto, estos tres países concentraron el 85% de la cuota de mercado, con un valor total de 794,4 millones de SEK (aproximadamente 69,5 millones de euros).

Según este estudio, en un mercado dominado por los aceites de procedencia italiana, resulta difícil la entrada de nuevos actores, lo que, a su vez, constituye una ventaja competitiva para aquellos que ya cuentan con una posición consolidada, entre los que se encuentran algunos de origen español.

Un análisis del sector por origen muestra que Italia destaca de manera notable sobre los demás países, exportando un total de 5.216 toneladas de aceite de oliva por un valor 438,923 MSEK (unos 38,4 millones de euros) en 2024 (que representa el 48,7% de las importaciones totales). España se sitúa en segundo lugar en esta clasificación, con 2.918 toneladas de aceite de oliva exportadas al país, con un valor de 282,229 MSEK (algo más de 24,7 millones de euros). En suma, ambos países ostentan el liderazgo de las importaciones, representando en total el 80% del volumen adquirido en Suecia.

En los próximos cinco años se espera un crecimiento gradual en la demanda de aceite de oliva, con un aumento del 14,9% en valor y un 10% en volumen debido en gran medida relacionado con la creciente preocupación de la población por mantener un estilo de vida y una alimentación saludables. Ante este escenario, el estudio destaca que será crucial destacarse para hacerse hueco entre los consumidores, y las principales tendencias apuntan hacia la “premiumización” y la diversidad de sabores como estrategias diferenciadoras.

En cuanto a la distribución del aceite de oliva en Suecia, cabe destacar sus dos principales canales de comercialización: el canal Horeca y el minorista (compuesto por la gran distribución y las tiendas especializadas). La gran concentración y centralización caracterizan al sector del aceite de oliva en Suecia, así como la fuerte lealtad y estrecha relación que los importadores y minoristas mantienen con los proveedores. La forma más común de acceder al mercado del país es mediante la exportación directa a través de un importador o un gran distribuidor, ya que ofrece mayor estabilidad, oportunidades de crecimiento y posibilidad de consolidación en el mercado, factores clave que juegan un rol fundamental en toda la cadena de distribución.

Aunque no existen barreras arancelarias en el comercio entre España y Suecia, destaca la creciente demanda del aceite de colza producido localmente en Suecia, que se ha convertido en el principal sustituto del aceite de oliva, junto a otros aceites comestibles. En este sentido, se observa una preferencia del consumidor sueco por los productos de proximidad debido a su menor impacto medioambiental.

Asimismo, el aceite de oliva no requiere de ninguna adaptación al mercado, pero es importante tener en cuenta las regulaciones relacionadas con el empaquetado y etiquetado del producto. Estas regulaciones establecen que deben especificarse los detalles relativos a los alérgenos presentes, ingredientes y contenido del producto en sueco. A su vez, los consumidores suecos otorgan una gran importancia a los productos ecológicos y respetuosos con el medio ambiente y los animales, por lo que se recomienda la utilización de algunas certificaciones o etiquetas para ayudar a los consumidores a tomar decisiones informadas.

Oportunidades

Según el informe, la creciente preocupación de los consumidores suecos por un estilo de vida saludable propicia el consumo de productos de mayor calidad. Este escenario favorece las oportunidades de promoción del aceite de oliva virgen extra. El potencial cliente de este tipo de productos valora la innovación, como las versiones infusionadas con ingredientes naturales (AOVE con ajo, limón y trufa).

En cuanto a los precios, el mercado sueco también ha demostrado tener sensibilidad por la competitividad en los costes de los productos. En este sentido, el consumidor busca maximizar la calidad sin renunciar al valor añadido, lo que ha hecho de la oferta de aceite de oliva de marca blanca la apuesta favorita de una gran parte del público. Este comportamiento ha provocado que los principales distribuidores del sector retail hayan ampliado su abanico de oferta, introduciendo aceites como el de aguacate o el de linaza. Se observa una tendencia a la premiumización que se ha consolidado en los últimos años, también con la introducción de gamas ecológicas (como las marcas ICA I Love Eco y Coop Änglamark).

Puesta en valor del producto español

De cara a la visibilización y puesta en valor del producto español, Suecia cuenta con varias tiendas de alimentación certificadas con el distintivo “Colmados from Spain”, con una dilatada experiencia como embajadores, entre otros del aceite de oliva español de los que se destacan Madrid Deli, Salmantinos Delikatesser y Casa Navarro. Paralelamente, en el sector de la restauración, el país cuenta con locales con el sello “Restaurants from Spain”, en los que se pueden degustar platos originales de la gastronomía española.



Mercado del aceite de oliva en octubre: las salidas se sitúan en 106.309 t.

La Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) ha hecho públicos los datos provisionales del mercado del aceite de oliva en octubre, primer mes de la campaña 2025/26, de los que se desprende de que la producción ha sido de 41.611 t., mientras que las salidas se sitúan en 106.309 t., sin incluir las importaciones.

En total, las existencias se sitúan en 223.517 toneladas, de las cuales 92.906 t. se encuentran en almazaras; 129.114 t. en envasadoras; y 1.497 t. en el Patrimonio Comunal Olivarero.

“Continúa el buen dato en cuanto a las salidas en este primer mes de comercialización de la campaña, lo que es indicativo de que hay fluidez en el mercado”, ha considerado el gerente y portavoz de Asaja-Jaén, Luis Carlos Valero.

Por su parte, el secretario general de UPA-Andalucía, Jesús Córzar Pérez, ha asegurado que “comenzamos la campaña



2025/26 con unas magníficas cifras de venta. Tanto es así que calificamos el mes de octubre como muy positivo, porque a pesar de que todavía tenemos poco aceite producido, comprobamos cómo el consumidor se mantiene fiel a la grasa vegetal más saludable que existe, el aceite de oliva, que consolida las salidas entorno a la media del año pasado”.

“Constatamos la fortaleza del aceite de oliva en los mercados. Y esa vía tenemos

que seguir potenciándola y explorar nuevos canales y mercados europeos y de terceros países de cara a futuras campañas de producción, reforzando desde la Unión Europea la defensa a ultranza del aceite, sobre todo en Estados Unidos, donde somos líderes de venta”, ha añadido.

A su juicio, “las lluvias que se están registrando estas últimas semanas servirán para mejorar la imagen del campo, pero no para hacer más aceite. El aceite que tenemos es el que es y estamos comprobando que la cosecha va a ser más baja de la prevista por los aforos. De ahí que insistamos en que los precios en origen deben estabilizarse en torno a los 5 euros”. Por ahora, en su opinión, el inicio de la campaña de comercialización es “bueno”, porque se está vendiendo por encima de los 4,5 euros, “lo que nos sitúa en unas remuneraciones positivas para el olivar tradicional”.

Los stocks de aceite de oliva en Italia se sitúan en 138.982 t.

El total de aceite de oliva almacenado en Italia a 31 de octubre se sitúa en 138.982 toneladas, de ellas 114.027 t. a granel y 24.955 t. envasadas, lo que supone un 32,7% más respecto a la misma fecha del año anterior, según un informe de la Inspección Italiana de Prevención del Fraude (ICQRF) publicado por el Ministerio de Agricultura del país transalpino.

Este informe detalla que el AOVE repre-

senta el 69,6% del stock (96.693 toneladas, +37,5%), de las que 49.151 toneladas (+8,7%) son de origen italiano, mientras que 38.934 toneladas (+100%) proceden de la UE.

Alrededor de la mitad del aceite de oliva nacional (46,8%) se almacena en las regiones del sur de Italia, con la significativa contribución de las regiones de Puglia y Calabria, con el 22,9% y el 13,7%, respectivamente.

A nivel regional, según el informe, destacan Puglia (31.695 t.), Toscana (26.961 t.), Calabria (18.915 t.), Sicilia (12.922 t.), Umbria (12.808 t.), Campania (8.422 t.) y Liguria (8.051 t.).

A pesar de la gran cantidad de DOPs e

IGPs presentes (50), de un total de 10,6 millones de litros de aceite de oliva bajo este distintivo de calidad en stock (8,5 millones de litros en la misma fecha de 2024), Toscano, Sicilia y Terra di Bari representan el 59,9%.

En general, el aceite de oliva con DOP e IGP en stock representa el 7% del total de aceite de oliva almacenado en Italia y el 10,1% de las existencias de AOVE.

Asimismo, el stock total de aceite de oliva virgen y virgen extra procedente de la agricultura ecológica asciende a 18.872 toneladas (+45,7%), casi exclusivamente AOVE (el 99,6%). El virgen extra ecológico constituye el 19,4% del AOVE total almacenado en Italia.





ESCAPARATE DE PROVEEDORES



ANÁLISIS

AxFlow

LA MEJOR TECNOLOGÍA NIR EN ALMAZARA

Mayor Rentabilidad - Rápida Amortización

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

SpectraAlizer ZEUTEC Sistema Polytic

www.axflow.es

DEPÓSITOS INOX. Y LÍNEAS DE EXTRACCIÓN



MANZANO
Fleottweg

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

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

tecnilab
tecnología analítica

La solución integral para su almazara

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

ENVASES/ENVASADO

AUTELEC
TECNOLOGÍA, S.L.

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

EXTRACCIÓN

centrifugación alemana

La extracción convertida en arte.

BOMBAS

bombas
TRIEF desde 1967

Bombas de aletas de desplazamiento positivo para aceites vegetales

ventas@bombastrief.es
www.bombastrief.es

Codi - Pack®
MARCAJE Y CODIFICACIÓN, S.L.

20 AÑOS SOLUCIONANDO SUS PROBLEMAS DE LLENADO Y ETIQUETADO

www.codi-pack.com

Durante más de 150 años, ANDRITZ SEPARATION se ha especializado en el desarrollo de tecnologías y conocimientos claves en el sector de la separación. Con más de 15.000 separadoras centrífugas instaladas en todo el mundo, ANDRITZ SEPARATION es uno de los líderes mundiales en el suministro de centrifugadoras.

La separación es una tecnología clave para la industria alimentaria y en especial para el sector oleícola, cumpliendo con las exigencias más estrictas. PIGAGN incorpóra en su línea de extracción continua este gran marca y se convierte en el distribuidor exclusivo de ANDRITZ SEPARATION para España y Portugal.

GP
González y París

La experiencia marca la diferencia

ifamensa
INSTITUTO DE FABRICACIÓN DE ENVASADOS INDUSTRIALES

Únicos Fabricantes Especializados en el Envasado de Aceites desde 1962

POLAT®

Logra Grandes Cosas en Espacios Pequeños

LINEAS PARA EXTRACCIÓN DE ACEITE DE OLIVA

www.polatas.com.tr

Literaera semi-automática
Semi-automatic Hopper

CAUDALIMETROS DE ALTA PRECISIÓN
HIGH ACCURACY FLOWMETERS

EXPERIENCIA
EXPERIENCE

50 AÑOS / 40 PAÍSES / COUNTRIES

Ausere

Tel: +34 976 50 47 21 - Fax: +34 976 50 47 21
ausere@ausere.es
C/ Constitución, 26, 50610 Cuarte de Huerva
Zaragoza ESPAÑA / SPAIN
www.ausere.es

FÁBRICA Y ALMACÉN
Avda Valencia, nº 12
44300 BAEZA (Jaén) España
Tel.: 0034 957 665 115
e-mail: fccsal@fccsal.com

DELEGACIÓN EM PORTUGAL
Rua da Póvoa, nº 03
Zona Ind. da Mindeiros
5370-565 MIRANDELA
Tel.: 00351 278 096 522

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

TAOSA®



ESCAPARATE DE PROVEEDORES



LABORATORIOS

The infographic illustrates the Agrama quality control process through five sequential steps:

- PRECIOS**: A woman stands next to a scale, representing pricing.
- PLAZOS**: A woman sits at a desk with a computer, representing deadlines.
- RESULTADOS**: A woman stands next to a large open door, representing results.
- RECOPILA MUESTRAS**: A man stands next to a person in a white lab coat who is holding a test tube, representing sample collection.
- SATISFACCIÓN CLIENTE**: Three people are shown smiling, one holding a checkmark, representing customer satisfaction.

The image shows the TAMESUR, S.A. logo at the top left, followed by five photographs of industrial equipment: a mobile conveyor belt, a large motor pump unit, a vertical hydraulic lift, a multi-level industrial building, and a fixed conveyor belt system.

VIVEROS/CAMPO

The image features the Treico logo in large white letters with a registered trademark symbol, overlaid on a red diagonal band. Below the logo, the text "Industrial Machinery Solutions" is displayed in white. The background is a blurred photograph of an industrial setting, likely a factory floor with machinery.

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



BALAM

AGRICULTURE

OLIVARUM

Fundación
CAJA RURAL JAÉN

asesoramiento | análisis | investigación | formación

LABORATORIO
CENTRO DE ASESORAMIENTO
TÉCNICO AGRARIO

www.olivarum.es

The image shows the IMATEC exhibition stand at the CeM 2015 fair. The stand is divided into several sections: 'PESAJE' (weighing) featuring a green scale icon; 'AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS' (process automation) showing a factory interior with a circular arrow icon; 'AVANCE TECNOLÓGICO DEL SECTOR OLEÍCOLA' (technological advancement of the oil sector) with a green oil pump icon; 'ELECTRICIDAD' (electricity) showing a power plant interior with a lightning bolt icon; and 'SOFTWARE' (software) showing a computer interface with a green bar chart icon. The IMATEC logo is prominently displayed at the top left, and the CeM 2015 logo is at the bottom right.

An orange Kubota tractor with a white spray boom is shown working in a field. The tractor is positioned in the center foreground, facing towards the right. It is spraying a liquid onto the crops. The background shows a green field with some trees and a clear sky. A large blue banner on the left side of the image contains the text "Tractores estrechos de Kubota, más potentes, confortables y seguros". In the bottom right corner, there is a circular logo with the Kubota 'K' symbol and the text "5 AÑOS DE GARANTÍA".

SOFTWARE ANSOTEC

High Technology
Great Performance

No podemos controlar el clima, pero sí los procesos.

INICIAR SOLICITUD



The image contains the Moresil logo (a red diamond shape with a white 'M' inside) and two photographs of agricultural machinery. The left photo shows a yellow and black front-end loader with a bucket attachment, labeled 'Olivar tradicional'. The right photo shows a larger yellow and black self-propelled harvester unit, labeled 'Superintensivo'. Below the images is the company's address and website.

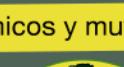
Fábrica: Ctra. Córdoba-Palma del Río km. 31 14730 Posadas (Córdoba)
Tel: 957630243 www.moresil.com

PATIO

The image features a central graphic of a stylized tree with green leaves and branches. Superimposed on the tree are several circular icons representing different agricultural concepts: a magnifying glass over a leaf, a downward-pointing arrow, a document, a location pin, a gear, and a euro symbol. To the right of the tree is a hand holding a black smartphone. The screen of the phone displays the 'Agrocuaderno' app's menu, which includes options like 'Home', 'Videos', 'Alarmes', 'Fertilizantes', 'Cultivos', 'D. Cultivo: Guías', 'D. Cultivo: Impresiones', 'D. Cultivo: Preferencias', 'Costeador de explotación', 'Entregar Sema', 'Sistema de riego', and 'Ayuda de sistema'. At the bottom left of the image, there is a logo for 'AgroSMARTADO' featuring a blue square with a white hand icon. At the bottom right, there is a logo for 'PROSUR' with a stylized tree icon.

**Nuevos marcos
de Olivar en Seto
para fincas de
Secano y Regadio**

Económicos y muy rentables



Infórmate

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



La Interprofesional del Aceite de Oliva Español elabora AOVE en directo en una almazara en EXPO SAGRIS

El stand de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español se erigió como una de las estrellas del Salón de la Agricultura y la Ganadería EXPO SAGRIS, cuya primera edición se celebró del 6 al 8 de noviembre en IFEMA Madrid. La organización creó un escaparate de los Aceites de Oliva de España y de todo el sector que lo hace posible con su trabajo. Y lo llevó a cabo con una apuesta realmente atractiva: una almazara como gran atracción del espacio.

Para la Interprofesional, esta iniciativa supuso una oportunidad única para que los visitantes pudieran asistir en vivo al proceso de elaboración del zumo 100% natural de aceituna, desde la limpieza de la fruta, su molturación, batido y separación, hasta que el aceite de oliva virgen sale de la centrifuga. “Este espacio puede considerarse una embajada del olivar español, donde vivir el proceso que hay detrás de la producción de los mejores AOVES del mun-

do. Y no menos importante, los visitantes prueban ese zumo de aceituna de la mejor calidad recién obtenido”, resaltó.

Una experiencia que, según la organización, gustó especialmente a los centenares de colegiales que pasaron por el stand en los dos primeros días. Así, con una cata guiada pudieron distinguir los matices de aroma y sabor que hacen únicos a los AOVES que se extraen de las más de 260 variedades de aceituna que se cultivan en nuestro país.

Los visitantes también participaron en juegos en donde pudieron calibrar sus conocimientos sobre el olivar, los Aceites de Oliva de España, sus usos y las ventajas saludables de emplearlos en nuestras cocinas. Además, la Interprofesional destacó que no se fueron con las manos vacías, ya que pudieron ganar AOVES, pero también libros divulgativos y un “atractivo” merchandising creado para la ocasión.

“Esta acción transmite perfectamente el

trabajo promocional que hace la Interprofesional del Aceite de Oliva Español. Llevamos 17 años creando cultura del oro líquido en más de 30 países de todo el mundo, empezando, lógicamente, por España. Somos el primer productor y consumidor de aceites de oliva del mundo y eso se tiene que notar también en la imagen de nuestro producto y en los conocimientos que nuestros consumidores tienen de un alimento que es pura marca España”, resaltó el presidente de la organización, Pedro Barato.



La elevada afluencia de público y de ventas de AOVE marcan la XII Fiesta del Primer Aceite de Jaén

La duodécima Fiesta del Primer Aceite de Jaén, organizada la Diputación Provincial y desarrollada los días 8 y 9 de noviembre en Martos, estuvo marcada tanto por la gran afluencia de público como por el elevado volumen de ventas de aceites de esta cosecha.

“Han sido miles de visitantes los que se han acercado a este evento a lo largo de sus dos jornadas de celebración atraídos por los aceites tempranos, que han sido adquiridos de forma masiva, y por la amplia variedad de actividades complementarias que se han diseñado”, destacó el diputado de Promoción y Turismo, Francisco Javier Lozano, que agradeció al Ayuntamiento marteño su colaboración e implicación en esta fiesta.

Lozano realizó un balance “muy posi-

tivo” de esta edición, que calificó de “éxito” y cuya excelente acogida “deja patente que este evento está cumpliendo con creces sus objetivos”.

La buena acogida de este evento se reflejó también en el programa de actividades diseñadas en esta edición, ya que se agotaron las plazas ofertadas en las mismas. Las catas de aceite realizadas por las tres DOPs -Sierra Mágina, Sierra de Cazorla y Sierra de Segura- y la IGP Aceite de Jaén, así como el taller de microalmazara ofrecido por Oleoescuela Guardián de los Trofeos, o las visitas guiadas por enclaves de Martos -que abarcaron desde los olivos centenarios, hasta la Vía Verde del Aceite, su centro histórico, la cooperativa San Amador o al Cortijo El Madroño- colgaron el cartel de completo.

Asimismo, la afluencia masiva de visitantes fue la característica predominante durante la celebración del pregón de la fiesta, a cargo del periodista Javier Ruiz, -en la que también fue distinguido como embajador el presidente ejecutivo de Europa Press, Asís Martín de Cabiedes-; así como en los desayunos con aceite temprano, la degustación gastronómica realizada por el cocinero Juan José Mesa, del restaurante Radis, de Jaén capital, con una estrella Michelin; o las actuaciones musicales que corrieron a cargo del grupo Apache y de la artista Irene Martínez, así como durante los espectáculos flamencos a cargo de Carmen Laguna o la Escuela Municipal de danza marteña, así como en las iniciativas dirigidas al público infantil.



Abierta la convocatoria para participar en los diferentes premios anuales de AEMO

La Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) ha abierto una nueva convocatoria para participar en los diferentes concursos con los que cada año reconoce al mejor olivo monumental, la mejor almazara, la difusión de la cultura del olivo y la mejor gestión ambiental de olivar y almazara en España, según publica en su página web.

En cuanto al XXIII Concurso AEMO a la Mejor Almazara de España, patrocinado por Caja Rural de Jaén, pueden concurrir todas las almazaras localizadas en municipios socios de la asociación.

Respecto a los criterios de valoración de este concurso, cuya convocatoria estará abierta hasta el 31 de enero de 2026, destaca que a cada industria se asignará una puntuación global, obtenida, por ponderación, a partir de dos calificaciones. Por un lado la puntuación organoléptica, emitida por un jurado de expertos independiente, denominada Índice de la calidad del aceite (I1), y por otro una puntuación de valoración de instalaciones y manejo que se obtendrá a partir de inspección técnica realizada por técnicos competentes, denominada Índice de Valoración de la Almazara (I2).

En concreto, establece el Premio a la Mejor Almazara, un Accésit y un Reconocimiento al Mejor Maestro de Almazara, de forma personal, éste último dirigido al Jefe de Producción que a pie de industria realice el manejo más adecuado de las instalaciones, desde el patio a la bodega.

Por su parte, en el XXIV Premio AEMO a la Difusión de la Cultura del Olivo, cuya convocatoria estará abierta hasta el 31 de marzo de 2026, podrán participar todas aquellas personas individuales y entidades públicas o privadas

que consideren haber realizado una labor relevante en cualquier aspecto relacionado con la promoción y difusión de la cultura del olivo.

Los temas preferentemente deben tratar sobre entorno natural, histórico y turístico del olivar, comunicación, educación, nuevas tecnologías, gastronomía y otros de relevancia para la promoción de la cultura del olivo.

A su vez, el XX Premio AEMO al Mejor Olivo Monumental de España tiene como objetivo valorizar y ensalzar la majestuosidad de los olivos más monumentales y ancestrales de la geografía española.

Podrán optar al premio todas aquellas personas individuales y entidades públicas o privadas que sean propietarias de un olivo singular. Además de las candidaturas presentadas por los propietarios, se aceptarán las elaboradas por los ayuntamientos de forma directa u otras personas o entidades que deberán comprometerse a solicitar autorización al propietario del olivo para que, en caso de resultar premiado, acepte el premio y se haga público el fallo.

Los criterios que se fijan para la valoración del olivo que se presente a este premio -cuya convocatoria estará abierta hasta el 31 de marzo de 2026- son el tamaño, la edad, la producción estimada y su interés estético, histórico o cultural.

Finalmente, el Concurso AEMO a la Mejor Gestión Ambiental de Olivar y de Almazara en España 2026, que impulsa junto a Deoleo y cuyo plazo de inscripción finalizará el 31 de enero de 2026, podrán optar todas aquellas explotaciones olivareras y almazaras localizadas en un municipio socio de la entidad.

En el caso del olivar más sostenible de España, el jurado valorará tanto la disposición de la explotación olivarera como su manejo agronómico en todo lo referente a las técnicas de cultivo empleadas, y se hará desde la óptica del impacto ambiental que generen dichas prácticas. Serán evaluadas especialmente las medidas destinadas a optimizar el balance de carbono derivado del cultivo en todo el ciclo anual del mismo.

Respecto a la almazara más sostenible de España, se valorarán las instalaciones de la fábrica, la disposición y eficiencia del proceso productivo y el manejo en las distintas etapas de extracción, conservación, envasado y distribución de aceite de oliva. Se pondrá especial atención a la optimización del uso de recursos y de las distintas emisiones, así como de las formas de aprovechamiento de los distintos subproductos generados en la almazara.



herpasur sa
CALDERERÍA INOX

LA CALIDAD
NUESTRA RAZÓN
DE SER LÍDER

FÁBRICA Y OFICINA
Polígono Industrial El Portal
C. Sudáfrica, Parcela 83
11408 Jerez de la Frontera (Cádiz)

Tlf: + 34 956 14 32 71
Fax: + 34 956 14 36 27
Email: info@herpasur.com
www.herpasur.com



SECOVISA
Soluciones en Acero Inoxidable

 SISTEMAS CERTIFICADOS
SGS

TANKINOX



Argentina impulsa el desarrollo del oleoturismo

Mendoza fue escenario los días 7 y 8 de noviembre de las Primeras Jornadas Nacionales de Oleoturismo, que se desarrollaron en el marco del *Programa Mendoza Oliva Bien*. Organizadas por el Ente Mendoza Turismo (Emetur), el encuentro reunió a autoridades nacionales y provinciales, expertos internacionales, productores, empresarios y estudiantes, con el objetivo de fortalecer el desarrollo del turismo vinculado al aceite de oliva virgen extra, “una de las expresiones más distintivas de la identidad mendocina”.

En la inauguración del encuentro participaron Gabriela Testa, presidenta del Emetur, y Marcelo Reynoso, director de Desarrollo Turístico e Innovación, además de Laura Scimone, coordinadora de Desarrollo de Destinos Turísticos de la Nación; María del Lucero Glorio, coordinadora de Apoyo al Desarrollo Asociativo en la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca; y Abderraouf Laajimi, director ejecutivo adjunto del Consejo Oleícola Internacional (COI).

Durante su intervención, Gabriela Testa destacó la importancia de estas jornadas “como un espacio de encuentro, formación y promoción que busca visibilizar el valor cultural, productivo y turístico del olivo y del aceite de oliva virgen extra en Mendoza y en el país”.

Por su parte, Adriana Federigi, vicepresidenta de Asolmen, subrayó el papel del sector privado y asociativo en la consolidación del oleoturismo, mientras que Abderraouf Laajimi, del COI, felicitó a Mendoza por “impulsar un modelo de desarrollo que combina calidad, sostenibilidad y experiencia turística”.

Intercambio de experiencias

El programa incluyó una intensa agenda de paneles, conferencias y debates. Así, el director de Desarrollo Turístico e Innovación, Marcelo Reynoso, abrió las presentaciones con “Oleoturismo con identidad: la experiencia Mendoza Oliva Bien”, en la que expuso las principales acciones provinciales para posicionar el oleoturismo.

Posteriormente, Laura Scimone y María del Lucero Glorio presentaron el Programa de Turismo Rural Productivo, mientras que, desde España, vía streaming, el experto Juan Ignacio Pulido, de la Universidad de Jaén, ofreció la conferencia magistral “Jaén, capital mundial del AOVE: claves de un modelo de oleoturismo competitivo”.

A su vez, Joaquín Morillo, del Grupo Oleícola Jaén, compartió la experiencia “AOVELand: innovación, sostenibilidad y experiencia inmersiva en oleoturismo”, destacando cómo la articulación

entre innovación y territorio puede transformar al olivar en un destino turístico sostenible.

Paneles temáticos y experiencias regionales

Por la tarde, los debates giraron en torno a la identidad territorial, las indicaciones geográficas y los paisajes del olivo. En concreto, en el panel “Indicaciones geográficas y patrimonio oleícola”, moderado por Mónica Bauzá, de la Red Interuniversitaria para la docencia y la investigación sobre olivar y aceites de oliva, participaron Abderraouf Laajimi; Martín Giaccio, de la Subsecretaría de Economías Regionales y de Pequeños y Medianos Productores; Mario Bustos Carra, de la Asociación Olivícola de Mendoza; Susana Mattar, de la Universidad Católica de Cuyo (San Juan); y Valeria Albaracín, referente de la Cadena Olivícola de la Subsecretaría de Economías Regionales y de Pequeños y Medianos Productores, quienes analizaron los desafíos de la valorización del producto en el contexto global.

El debate “Paisajes del olivo: destinos oleoturísticos en Argentina”, moderado por Gabriel Fidel, reunió a Guillermo Acevedo, de la Ruta del Olivo Catamarqueño (Catamarca); Julio Luján, de Camino del Olivo de Córdoba (Córdoba); Jorge Corrales, de Ruta del Olivo de General San Martín (Mendoza); Maika Rech, de Ruta del Olivo de San Juan (San Juan); y Cristian García, de Ruta del Olivo de Maipú (Mendoza), que compartieron experiencias de las distintas rutas del olivo del país.

También se realizó el panel “Negocios y experiencias en oleoturismo”, moderado por el periodista Carlos Hernández, donde participaron productores y emprendedores como Gisela Rosell (Olibó), Carlos Sáez (Olivícola Laur), Gabriel Guardia (Corazón de Lunlunta) y Bettina Moral Torés (La Pocitana).

Otro espacio destacado fue el debate “Gastronomía & oleoturismo”, conducido por Roxa-

na Badaloni, con la presencia de Patricia Courtois (Restaurante 5 Suelos), Miguel Zuccardi (Restaurante Pan y Oliva) y Beatriz Barbera (Francesco Restaurante), quienes exploraron la integración del AOVE en la alta cocina mendocina.

Finalmente, el cierre estuvo a cargo del panel “Olivicultura sostenible & oleoturismo: innovación, educación y conservación del patrimonio”, moderado por Mónica Mirábile, con las intervenciones de Facundo Soria, Alfredo Baroni y Adriana Banco, quienes remarcaron la importancia de la sostenibilidad y la educación como pilares del desarrollo del sector.

Actividades complementarias

Además de la jornada de disertaciones y paneles, se desarrollaron otras acciones como una cata y maridaje de aceites, en La Enoteca y, el sábado, visitas técnicas a ocho establecimientos de Maipú: Almaoliva, Olivícola Centenario, Luigi Bosca-Finca Paraíso, Bodega Atilio Avena, Laur, Corazón de Lunlunta, Maguay y Pasrai.

En este recorrido participaron operadores turísticos, periodistas e invitados nacionales.

Conclusiones y cierre

Las jornadas concluyeron con las palabras de Gabriela Testa, quien celebró la realización de este primer encuentro y destacó que “Mendoza tiene las condiciones ideales para liderar el desarrollo del oleoturismo en Argentina, articulando producción, cultura, gastronomía y experiencia turística”.

“Estas Primeras Jornadas de Oleoturismo aportaron no solo conocimientos técnicos y se llegó a conclusiones relevantes, sino que se generó un punto de encuentro que servirá para el desarrollo de futuros proyectos. A lo largo de estas jornadas se puso de relevancia el gran capital humano con el que cuenta nuestra provincia y que el trabajo que venimos haciendo está en sintonía con grandes instituciones internacionales, como el COI o la Universidad de Jaén”, añadió.



Aislacel y Rebiol, dos proyectos para revalorizar la biomasa del olivar



Andaltec, Centro Tecnológico del Plástico, presentó en la última edición de Expo AgriTech tres de sus proyectos estratégicos -Aislacel, Rebiol y Climaplasev-, que reafirman su apuesta por la sostenibilidad, la economía circular y la revalorización de los recursos agrícolas de la provincia de Jaén.

En concreto, dos de los proyectos, Aislacel y Rebiol, se centran directamente en la revalorización de la biomasa del olivar y otros cultivos jiennenses.

La iniciativa Aislacel es un proyecto de I+D de Andaltec, que cuenta con financiación de la Diputación Provincial de Jaén. Esta línea de investigación busca dar una doble vida a los residuos de cultivos como

la poda de olivo, los tallos de algodón y el cañote de girasol. El objetivo es aislar la celulosa de estos residuos mediante un pretratamiento sostenible (agua líquida caliente a presión) para, posteriormente, sintetizar plásticos biodegradables y compostables. Estos nuevos materiales se destinarán a la fabricación de envases activos para la industria alimentaria.

Por su parte, la iniciativa Rebiol está centrada también en la poda del olivar. Este proyecto evalúa las vías técnicas y económicas más eficientes para revalorizar materiales compuestos (polímeros) que ya han sido reforzados con fibras de este residuo agrícola. El estudio busca encontrar la mejor solución para el final de la vida útil de estos materiales.

Junto a estas iniciativas de bioeconomía, Andaltec también ha destacado su capaci-

dad de innovación en eficiencia energética con el proyecto Climaplasev. Se trata de un novedoso sistema de climatización por enfriamiento evaporativo que utiliza materiales plásticos y procesos de fabricación avanzados para lograr un bajo consumo energético.

“Proyectos como Aislacel y Rebiol son el ejemplo perfecto de bioeconomía aplicada: transformamos un residuo abundante en nuestra provincia en un recurso de alto valor para nuevos bioplásticos y materiales avanzados”, ha subrayado Daniel Aguilera, gerente de Andaltec.

A su juicio, “no sólo aportamos una solución sostenible, sino que generamos una nueva oportunidad industrial. Climaplasev, por su parte, demuestra nuestra capacidad para innovar en la eficiencia energética, un reto clave para toda la industria agroalimentaria”.

Trabaja
con conexión
al SIEX o
sin ella.

AGROCUADERNO

100%

Fácil Seguro Eficiente

PROSUR INFORMATICA

Transforma el cambio en evolución.

El Cuaderno de Campo Digital de los Agricultores.



AGROCUADERNO

Download on the
App Store

GET IT ON
Google Play



Acesur especializa su almazara de Montoro (Córdoba) en la producción de AOVEs procedentes de olivar tradicional

Acesur ha dado un paso decisivo en su apuesta por el olivar tradicional al especializar su almazara de Montoro (Córdoba) en la producción de aceites de oliva vírgenes extra procedentes exclusivamente de olivares centenarios. Con esta iniciativa, la compañía ha destacado que "refuerza su compromiso con la sostenibilidad, el desarrollo rural y la preservación de un modelo agrícola que forma parte esencial del patrimonio oleícola español".

Esta almazara contará con una capacidad de molturación de 300 toneladas diarias, recibiendo aceituna procedente de olivares tradicionales ubicados en las provincias de Jaén, Córdoba y Ciudad Real, con predominio de las variedades picual y cornicabra.

El objetivo de esta especialización, según ha resaltado el Grupo, es obtener un aceite

de oliva virgen extra "diferente, exclusivo y de alto valor añadido, que refleje la autenticidad del olivar tradicional y contribuya a la generación de riqueza en el medio rural".

El director general de Acesur, Gonzalo Guillén, ha explicado que "esta decisión refuerza nuestro compromiso con el territorio y con un modelo de producción que genera valor y futuro en las zonas rurales. En Acesur creemos firmemente que la sostenibilidad empieza en el origen, y el olivar tradicional es un ejemplo de equilibrio entre economía, medio ambiente y legado cultural".

Con este proyecto, la empresa ha considerado que "consolida su liderazgo en innovación y calidad dentro del sector oleícola, reafirmando su compromiso con

la excelencia, la trazabilidad y la preservación del olivar tradicional como pilar del desarrollo rural".

El proyecto contempla la modernización integral de la almazara de Montoro, con un diseño que combina "eficiencia, sostenibilidad e integración" en el entorno rural. Así, Acesur ha desarrollado una propuesta arquitectónica que "refleja su apuesta por la innovación y el respeto al territorio".



Aerofor presenta el dron agrícola "más avanzado" del mundo

Aerofor presentará en primicia en el Agrobiotech Innovation Forum el nuevo DJI Agras T100, el dron agrícola "más potente y versátil del mercado", según han informado desde la organización de este foro. El evento, que se celebrará del 25 al 27 de noviembre en Lleida, reunirá a empresas, start-ups y centros de investigación para mostrar las últimas soluciones tecnológicas en agricultura sostenible.

El DJI Agras T100 supone un antes y un después en la mecanización aérea del campo. Con una capacidad de depósito de 100 litros y una carga máxima de 100 kg., este modelo dobla la eficiencia de sus predecesores y permite realizar tareas de pulverización, abonado, siembra y transporte con la máxima precisión.

Gracias a su sistema de rociado inteligente de hasta 40 litros por minuto, el T100 puede cubrir amplias superficies

en menos tiempo, reduciendo el uso de agua, producto y horas de trabajo. Además, sus sensores de pesaje en tiempo real y los alimentadores intercambiables garantizan una aplicación exacta de fertilizantes y semillas, evitando desperdicios.

El dron incorpora un sistema de detección de obstáculos en 360 grados, con visión nocturna y visualización aumentada (AR) para operar con total seguridad incluso en entornos complejos.

Con funciones como el retorno automático al punto de carga, el mapeo de precisión y la recarga ultrarrápida, el T100 está diseñado para maximizar la productividad diaria de las explotaciones.

Más allá de las tareas agrícolas, el DJI



Agras T100 puede transportar hasta 100 kg. de carga, facilitando el movimiento de materiales, alimento o plantones en zonas de difícil acceso. Una herramienta innovadora que, según los organizadores del evento, redefine la eficiencia, la sostenibilidad y la seguridad en el campo.

La presentación del DJI Agras T100 tendrá lugar dentro del Agrobiotech Innovation Forum, organizado por Fira de Lleida con el apoyo de la Generalitat de Cataluña, la Diputación de Lleida, el Ayuntamiento de Lleida y la Cámara de Comercio de Lleida. El foro será el gran punto de encuentro de la innovación agroalimentaria, con más de 250 empresas y start-ups mostrando las tecnologías que están transformando el futuro del sector.



La DOP Sierra Mágina presenta en La Comunal los AOVEs frescos de la nueva campaña

La Comunal, la oleoteca de la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero en pleno centro de Madrid, acogió el 12 de noviembre la presentación de los AOVEs tempranos de nueva campaña de la DOP Sierra Mágina, con la empresa Finca Alamillos del Prior como gran protagonista.

Un año más, la DOP Sierra Mágina eligió La Comunal, la tienda del Patrimonio Comunal Olivarero en el centro de Madrid -que ha multiplicado por tres su facturación desde 2021-, para presentar ante medios de comunicación, amigos e influencers los primeros AOVEs elaborados en esta DOP de la nueva campaña, que se espera ligeramente inferior a la anterior, con aproximadamente un 15% de rendimiento.

“Este año hemos alcanzado un récord en volumen elaborado al haber superado entre todas las almazaras los 150.000 kilos de cosecha temprana”, indicó el gerente del CRDOP Sierra Mágina, Jesús Sutil, quien precisó que a 31 de octubre “ya contábamos con esa cantidad, en la que han participado casi todas las almazaras adscritas a nuestra DOP, unas con más cantidad y otras con menos, según su presencia en el mercado”.

Jesús Sutil añadió que “a pesar de que el campo no ha ofrecido las mejores condiciones, con muy poca lluvia entre septiembre y octubre, y temperaturas elevadas, estamos muy satisfechos con la calidad y deseando ver cómo evolucionan nuestros AOVEs. Creemos que van a ser unos grandes representantes de la DOP y todo un placer para los consumidores”.

Además de presentaciones de este tipo, el CRDOP Sierra Mágina lleva a cabo catas dirigidas en colectivos como escuelas de hostelería y en otros eventos contemplados en el plan de promoción de este sello de calidad. Al respecto, Sutil avanzó que en 2026 uno de los grandes retos de la DOP es aumentar el esfuerzo en materia de promoción. “Creemos que la asignatura de la calidad la hemos aprobado con nota, pero no logramos embotellar todo el aceite de oliva virgen extra que somos capaces de producir. Y aunque desde la DOP no podemos



realizar venta directa, sí podemos llevar a cabo acciones de promoción y publicidad para llegar a los consumidores y conseguir que cada vez salga más aceite envasado y un poco menos a granel”, afirmó.

Así, el CRDOP Sierra Mágina está trabajando en campañas publicitarias y en reforzar la asistencia a ferias como Alimentaria o Salón de Gourmets “para lograr que nuestras marcas sean cada vez más conocidas y crezcan las ventas de AOVE con DOP Sierra Mágina”.

El evento contó en esta ocasión con una cata dirigida por el propio Sutil del AOVE temprano de la DOP Sierra Mágina de esta nueva campaña -en concreto, de la marca Finca Alamillos del Prior- y de la campaña anterior -Señorío de Camarasa- para apreciar los atributos y diferencias entre uno y



otro; concluyendo con sendos maridajes con yogurt griego y chocolates -de frutos rojos, cerezas y mango- de la firma Pintarré.

Defender el campo con orgullo y sin justificarse

Por su parte, Mayte Ortega Gallego, cofundadora de Finca Alamillos del Prior, una empresa familiar con olivar tradicional ubicada en Jimena (Jaén), destacó que “nuestra mayor preocupación es el campo, por eso nuestro proyecto está muy vinculado a la tierra y para nosotros pertenecer a una DOP es muy importante. Creemos en el AOVE de calidad, en el producto envasado y en la innovación, de ahí que nuestro aceite estrella sea el AOVE temprano de los primeros días de cosecha”.

Según explicó Ortega Gallego, “acabamos de moler hace dos semanas este aceite, que presenta unos frutados espectaculares con claras notas de tomate, alcachofa, hoja de olivo... Son aceites muy verdes e intensos, muy protagonistas, que hay que degustar no más allá de 3-4 meses desde su elaboración, cuando están en su cúspide; no hay que guardarlo en el cajón, sino consumirlo ahora o regalarlo en Navidad”.

Asimismo, apuntó que “el apego romántico que tenemos al campo lo queremos llevar con cierta altura de miras; creemos que estos procesos son muy largos, exigen mucho esfuerzo y hay que contarlos, y que el producto final debe venderse con orgullo y sin justificar año a año su precio. El aceite de calidad merece su precio justo como lo merecen otros productos como el vino. Una botella de medio litro te puede durar 4 ó 5 meses, por lo que hablamos de una cantidad ridícula. Hay que defender el campo con orgullo y no justificarnos, porque el proceso es muy costoso y detrás hay un año entero de trabajo”.



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

Fuente: Dirección General de Aduanas

IMPOR TACIÓN	EXPOR TACIÓN
--------------	--------------

Aceites y grasas

Materias	País	Toneladas	Euros	Materias	País	Toneladas	Euros
A. de Oliva	Portugal	1.111	3.302.426	A. de Oliva	Portugal	6.434	21.468.586
V. LAMPANTE	Otros	11	219.493	LAMPANTE	Italia	4.405	14.903.998
	TOTAL	1.122	3.521.919		TOTAL	22.045	79.801.053
LOS DEMÁS	Tunez	1.733	4.275.762	LOS DEMÁS	Italia	20.673	78.425.044
A. DE OLIVA	Portugal	1.719	5.704.505	A. DE OLIVA	Francia	5.870	24.580.902
	Costa Marfil	867	3.763.575		Portugal	3.433	13.030.750
	Argentina	620	2.126.675		EEUU	3.425	18.807.222
	Perú	303	1.119.785		Japón	1.622	7.979.818
	Marruecos	180	295.466		China	1.362	6.593.681
	Otros	234	1.664.970		Australia	1.358	7.080.954
	TOTAL	5.657	18.950.737		R. Unido	1.209	5.792.112
					Brasil	1.108	5.810.319
					Bélgica	1.086	3.914.649
					Alemania	1.070	5.169.534
					Canada	1.024	4.666.417
					Marruecos	886	3.255.692
					Otros	11.138	59.730.917
					TOTAL	55.266	242.536.141
TOTAL A. OLIVA		6.779	22.472.656	TOTAL A. OLIVA		77.311	322.337.194
A. ORUJO	Portugal	858	829.119	A. ORUJO	Italia	1.042	2.142.430
	Tunez	400	434.526		México	1.037	2.290.187
	Otros	84	73.794		Portugal	616	1.318.057
	TOTAL	1.341	1.337.439		Otros	4.519	12.655.628
					TOTAL	7.214	18.406.302
ACEITUNA DE MESA	Portugal	1.693	1.652.000	ACEITUNA DE MESA	Bielorrusia	355	612.365
	Otros	256	420.014		Alemania	196	728.790
	TOTAL	1.950	2.072.014		Otros	521	1.097.488
					TOTAL	1.072	2.438.643
A. GIRASOL	Ucrania	68.396	71.184.727	A. GIRASOL	Portugal	4.734	7.980.311
	Bulgaria	8.118	10.269.423		Francia	3.321	5.049.196
	P. Bajos	5.992	5.784.114		Otros	7.254	11.144.186
	Otros	10.078	17.155.604		TOTAL	15.309	24.173.693
	TOTAL	92.584	104.393.868				
A. COCO	Filipinas	6.958	16.023.141	A. COCO	Italia	879	2.507.263
	Otros	351	1.232.358		Otros	1.330	3.626.009
	TOTAL	7.309	17.255.499		TOTAL	2.210	6.133.272
A. PALMISTE	Malasia	1.782	3.589.987	A. PALMISTE	Francia	220	468.964
	Otros	4.504	7.779.541		Otros	407	1.020.382
	TOTAL	6.286	11.369.528		TOTAL	627	1.489.346
ACEITE PALMA	Indonesia	17.720	18.293.885	ACEITE PALMA	Francia	2.143	3.117.901
	Colombia	11.496	10.900.770		Italia	1.260	1.695.457
	Guatemala	8.006	7.514.524		Otros	1.352	2.449.741
	Malasia	6.104	6.609.786		TOTAL	4.754	7.263.099
	Otros	3.199	5.206.423				
	TOTAL	46.523	48.525.388				
ACEITE DE MAÍZ	Italia	2.378	2.476.670	ACEITE DE MAÍZ	Bélgica	100	104.033
	Otros	393	377.822		Otros	153	208.636
	TOTAL	2.771	2.854.492		TOTAL	253	312.669
A. RICINO	India	821	1.180.419	A. RICINO	Italia	26	43.047
	Otros	318	540.621		Otros	22	65.889
	TOTAL	1.139	1.721.040		TOTAL	49	108.936



IMPOR TACIÓN				EXPOR TACIÓN			
A. LINAZA	Bélgica	143	209.870	A. LINAZA	Canada	10	40.400
	Otros	134	369.584		Otros	8	70.713
	TOTAL	277	579.453		TOTAL	18	111.113
A. CACAHUETE	Bélgica	44	112.072	A. CACAHUETE	Luxemburgo	9	32.191
	Otros	25	87.367		Otros	10	41.597
	TOTAL	69	199.438		TOTAL	19	73.789
A. SOJA	Ucrania	6.379	6.259.328	A. SOJA	Marruecos	13.970	12.501.526
	Turquía	5.239	5.160.414		Italia	8.600	9.202.000
	Otros	5.368	5.612.341		Otros	2.712	3.433.785
	TOTAL	16.987	17.032.083		TOTAL	25.282	25.137.311
ACEITE COLZA	Francia	12.581	12.729.609	ACEITE COLZA	P. Bajos	315	396.488
	Bélgica	6.365	7.024.831		Otros	955	1.242.050
	Otros	4.267	4.726.351		TOTAL	1.271	1.638.538
	TOTAL	23.212	24.480.791				
A. SÉSAMO	P.Bajos	119	330.377	A. SÉSAMO	Japón	6	18.207
	Otros	195	1.177.413		Otros	5	66.634
	TOTAL	314	1.507.790		TOTAL	11	84.841
A. PESCADO	Noruega	1.358	1.540.757	A. PESCADO	Italia	455	871.334
	Mauritania	828	1.550.036		Portugal	408	946.116
	Otros	3.494	6.119.143		Otros	927	2.881.427
	TOTAL	5.681	9.209.998		TOTAL	1.790	4.698.877
A. CONCRETOS	Francia	987	1.358.943	A. CONCRETOS	EEUU	1.841	7.903.289
	Kenia	962	4.747.179		Italia	1.050	6.445.632
	Otros	2.225	8.965.565		Portugal	797	2.339.221
	TOTAL	4.174	15.071.687		Otros	2.214	10.821.766
					TOTAL	5.905	27.130.396
GLICERINA BRUTA	Francia	266	160.431	GLICERINA BRUTA	China	6.471	2.574.342
	Otros	294	70.889		India	1.169	470.761
	TOTAL	560	231.319		Turquía	981	458.795
					Otros	1.794	581.970
					TOTAL	10.416	4.085.869
GLICERINA DESTILADA	Indonesia	2.096	1.904.346	GLICERINA DESTILADA	Chipre	201	66.264
	P. bajos	1.252	1.171.082		Otros	451	472.228
	Otros	2.050	2.290.992		TOTAL	653	538.492
	TOTAL	5.398	5.366.420				
GRASA DE CERDO	Francia	1.704	1.695.885	GRASA DE CERDO	Italia	247	803.752
	Italia	628	670.274		P. Bajos	153	99.520
	Otros	491	381.167		Otros	425	675.009
	TOTAL	2.823	2.747.326		TOTAL	826	1.578.281
MANTECA DE CERDO	P. Bajos	2	10.343	MANTECA DE CERDO	Portugal	0,10	161
	Otros	1	4.843		TOTAL	0,10	161
	TOTAL	3	15.185				
SEBOS	Francia	1.753	1.685.362	SEBOS	Francia	725	12.033
	Otros	70	95.617		Otros	2	4.558
	TOTAL	1.824	1.780.978		TOTAL	727	16.591
GRASAS ANIMALES O VEGETALES HIDROGENADAS	P. Bajos	172	386.909	O VEGETALES HIDROGENADAS	Italia	921	1.892.103
	Indonesia	156	158.315		Francia	907	1.964.366
	Otros	691	1.921.834		Alemania	413	1.295.441
	TOTAL	1.020	2.467.058		Otros	1.003	3.554.226
					TOTAL	3.250	8.706.135
MARGARINA	Bélgica	1.351	3.797.367	MARGARINA	Francia	3.584	6.571.676
	Portugal	1.181	2.092.402		Portugal	2.744	4.271.766
	Otros	1.841	4.046.318		EEUU	1.530	4.125.846
	TOTAL	4.377	9.936.087		Italia	1.188	2.543.123
					Otros	5.131	11.144.969
					TOTAL	14.176	28.657.381
TALL-OIL	Argentina	79	56.163	TALL-OIL	Marruecos	6	28.512
	Otros	48	82.217		Otros	3	23.314
	TOTAL	126	138.380		TOTAL	8	51.826
LECITINA DE SOJA	P. Bajos	519	1.061.811	LECITINA DE SOJA	Alemania	304	614.525
	Bélgica	210	221.939		Francia	145	338.089
	China	209	540.858		Otros	544	1.581.444
	Otros	916	1.920.579		TOTAL	993	2.534.058
	TOTAL	1.854	3.745.187				



COMERCIO EXTERIOR

Cereales

Tortas

Harinas

Semillas oleaginosas

Jabones

IMPOR TACIÓN

EXPORTACIÓN

TRIGO	Alemania	28.819	5.961.895	TRIGO	Portugal	798	187.960
	Francia	16.232	4.061.890		Italia	510	242.153
	Canada	14.959	4.631.764		Otros	177	85.424
	Otros	4.238	1.096.075		TOTAL	1.485	515.538
	TOTAL	64.249	15.751.623				
MAÍZ	Brasil	447.419	85.858.411	MAÍZ	R. unido	1.881	596.780
	Francia	102.758	22.944.001		Portugal	1.842	581.711
	EEUU	41.748	8.067.303		A. Saudí	1.650	684.443
	Otros	23.555	7.016.857		Otros	3.258	3.063.578
	TOTAL	615.481	123.886.573		TOTAL	8.643	4.926.512
TORTA SOJA	Brasil	179.196	49.608.684	TORTA SOJA	Francia	8.422	2.978.693
	Argentina	59.103	17.033.383		Portugal	8.331	2.544.906
	Otros	1.220	701.215		TOTAL	16.756	7.308
	TOTAL	239.520	67.343.282				
TORTA LINO	Alemania	0,10	1.255		Hungría	0,10	1.961
	TOTAL	0,10	1.255		TOTAL	0,10	1.961
TORTA COPRA	Sri Lanka	15	14.259	TORTA COPRA	Vietnam	5.663	2.277.598
	Otros	6	32.706		Francia	3.555	2.800.058
	TOTAL	21	46.965		Costa Marfil	2.340	1.449.375
TORTA PALMA	Malasia	15.008	2.346.512	TORTA PALMA	Alemania	1.668	1.226.660
	Otros	47	1.896		Otros	5.177	3.971.753
	TOTAL	15.056	2.348.408		TOTAL	18.402	11.725.444
TORTA GIRASOL	Francia	500	127.232	TORTA GIRASOL	Francia	2.735	654.840
	Otros	777	144.434		Otros	252	64.513
	TOTAL	1.277	271.666		TOTAL	2.987	719.352
TORTA COLZA	Canada	20.157	4.313.655	TORTA COLZA	Francia	4.993	1.349.667
	Otros	46.332	10.948.666		Otros	203	45.602
	TOTAL	66.849	15.262.321		TOTAL	5.195	1.395.269
HARINA DE SOJA	Portugal	984	401.718	HARINA DE SOJA	Francia	414	140.660
	Otros	1.244	660.526		Otros	130	48.592
	TOTAL	2.228	1.062.244		TOTAL	545	189.253
HARINA DE CARNE	Francia	2.006	540.217	HARINA DE CARNE	Vietnam	5.663	2.277.598
	Portugal	1.508	881.049		Francia	3.555	2.800.058
	Otros	804	832.031		Costa Marfil	2.340	1.449.375
	TOTAL	4.318	2.253.298		Alemania	1.668	1.226.660
HARINA DE PESCA DO	Costa Marfil	2.246	3.245.972	HARINA DE PESCA DO	Otros	5.177	3.971.753
	Perú	1.456	1.825.498		TOTAL	18.402	11.725.444
	Marruecos	1.400	1.643.217				
	Otros	2.398	3.364.487				
	TOTAL	7.499	10.079.173				
CACAHUETES CRUDOS	Argentina	1.598	2.064.344	CACAHUETES CRUDOS	Portugal	50	202.726
	China	1.576	2.209.614		Otros	125	217.728
	Otros	1.696	2.285.237		TOTAL	176	420.453
	TOTAL	4.870	6.559.195				
HABAS DE SOJA	Brasil	391.435	141.795.264	HABAS DE SOJA	Francia	587	240.384
	Portugal	971	438.974		Otros	70	69.559
	Otros	1.058	800.620		TOTAL	658	309.944
	TOTAL	393.464	143.034.857				
SEM. GIRASOL	China	3.808	7.516.213	SEM. GIRASOL	Francia	308	398.981
	Rep. Moldova	3.207	1.646.263		Otros	284	1.033.617
	Francia	2.959	1.613.162		TOTAL	602	1.432.598
	Otros	1.286	2.584.198				
	TOTAL	11.261	13.359.836				
SEM. LINO	Polonia	313	322.034	SEM. LINO	Portugal	72	93.429
	Otros	91	174.022		Otros	33	63.484
	TOTAL	404	496.056		TOTAL	104	156.913
SEM. SÉSAMO	India	170	288.429	SEM. SÉSAMO	Portugal	21	62.071
	Otros	245	622.117		Otros	5	23.685
	TOTAL	420	910.547		TOTAL	27	85.756
SEM. ALGODÓN	Grecia	14	42.059	SEM. ALGODÓN			
	Otros	5	19.700				
	TOTAL	19	61.759				
SEM. COLZA	Francia	4.181	5.126.786	SEM. COLZA	Portugal	8.489	4.086.885
	Otros	52	408.998		Francia	3.081	1.759.557
	TOTAL	4.233	5.535.784		Otros	301	2.429.072
					TOTAL	11.871	8.275.514
SEM. CÁRTAMO	Portugal	25	6.527	SEM. CÁRTAMO	Portugal	5	16.070
	Otros	0,11	48.662		TOTAL	5	16.070
	TOTAL	25	55.188				
JABÓN DE TOCADOR	Alemania	561	1.143.261	JABÓN DE TOCADOR	R. Unido	1.492	2.678.070
	China	290	449.815		Rumanía	635	1.040.967
	Otros	802	2.361.130		Portugal	607	1.260.736
	TOTAL	1.653	3.954.206		Otros	1.619	3.820.672
JABÓN EN POLVO, COPOS O GRANULOS	Portugal	295	655.442	JABÓN EN POLVO, COPOS O GRANULOS	R. Unido	1.492	2.678.070
	Otros	619	1.666.431		Rumanía	635	1.040.967
	TOTAL	914	2.321.873		Portugal	607	1.260.736



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

extra, ecológico, oliva, otros tipos de aceites y marcas blancas. Se señala, en cada envase, el precio más bajo y el más alto expuesto en los lineales. Las ofertas se señalan con: (Of.)
Última revisión de precios: 24 de octubre de 2025.

Aceite de girasol refinado (euros)

MARCA	GRADOS	ENV. 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA
Capicúa	Alto Oleico	13,45		2,29
Coosol		12,95		2,09/2,69
Coosol Premium	Alto Oleico			2,42
Donsol		10,39		1,99
Fuensol				2,10
Koipesol		8,75/13,08		2,36/2,59
Masisol				1,69

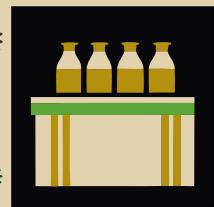
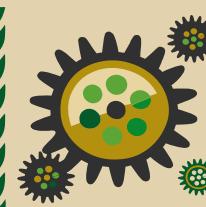
Otros aceites de semillas (euros)

MARCA	TIPO	ENV. 5 L.	BOTELLA
Asúa	Maíz		2,80/3,29
Soy Plus Omega 3	Girasol+Soja		3,88
Coosol	Maíz		2,42
La Masía	Semillas	10,90	2,19

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		22,85		4,70	5,95
	El C. Inglés	Oliva	0,4º y 1º	17,85	18,75/19,45		3,85/4,00	4,65
	El C. Inglés	Girasol	0,2º		8,45		1,78	
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra Arbequina					19,50 (1/2 l)	
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra Cornicabra					19,50 (1/2 l)	
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra Hojiblanca					19,50 (1/2 l)	
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra Picual					19,50 (1/2 l)	
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra Picuda					19,50 (1/2 l)	
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra Ocal					19,50 (1/2 l)	
Hipercor	Hipercor	Virgen extra	0,4º		28,25		5,95	
	Hipercor	Oliva Sabor Suave	0,4º	15,25	21,25		4,65	
	Hipercor	Oliva Sabor Intenso	1º	15,25	21,25		4,65	
	Hipercor	Girasol	0,2º		8,70		1,79	
Carrefour	Carrefour	Virgen extra S. Intenso	0,7º		22,80		4,64	5,95
	Carrefour	Virgen extra S. Suave	0,3º		22,80		4,64	5,95
	Carrefour	Oliva Sabor S./Intenso	0,4º/1º		18,74/19,44		3,99	
	Carrefour	Girasol	0,2º		8,49		1,75	
	Carrefour	Girasol Ecológico					6,69	
	Carrefour	Semillas			7,50		2,55	
Auchán	Alcampo	Virgen extra	0,5º		24,89		4,99	4,79
	Alcampo	Virgen extra ecológico						
	Alcampo	Oliva Intenso	1º		19,44		3,99	
	Alcampo	Oliva Suave	0,4º		18,74		3,84	
	Alcampo	Girasol	0,2º		8,45		175	
	Alcampo	Arbequina/Hojiblanca					2,15 (0,5l)	
Hacendado	Mercadona	Virgen extra	0,5º	13,70 (3 l.)	20,00		4,65	5,95
	Mercadona	Oliva	0,4º/1º		18,75/19,45		3,85/4,00	
	Mercadona	Girasol	0,2º		8,70		1,80	
	Mercadona	Semillas	0,2º	6,90	7,15		1,53	
	Mercadona	Maíz	0,2º				1,67	

PERFECCIÓN EN LA EXTRACCIÓN DEL ACEITE DE OLIVA



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 centrifugas horizontales, 2 tamices, centrífuga vertical, 2 decantadores, deshuesadora, bodega de inoxidable apta para inertización, 2 filtros de aceite, bombas correspondientes, 2 bombas de trasiego, pequeña envasadora por aire

Precio: 65.000 € (no incluye desmontado)

Teléfono de contacto: +34 639 72 54 11

SE BUSCA EXPERTO EXTERNO EN ENAC

¿Quieres colaborar con la Entidad Nacional de Acreditación como experto externo? ENAC busca profesionales con experiencia en el sector agroalimentario en áreas como los ensayos físico-químicos de aceites y certificación del vino. Podrás compaginarlo con tu actividad profesional <https://www.enac.es/quienes-somos/unete-a-nosotros/colaboradores-externos/ofertas-disponibles/sensorial-aceite>

SE BUSCA INVERSOR PARA ALMAZARA-DISTRIBUIDORA EN ZONA EXTREMADURA

Empresa mediana de distribución con marcas muy posicionadas en el sector gourmet de aceites y vinagres premium y amplia cartera de clientes tanto mercado nacional como internacional busca inversor.

Trato directo. Contacto: María 689 005 765

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

El Gobierno incorpora el orujo como materia prima de cómputo doble para obtener biocarburantes

A partir del mes de enero de 2026, el orujo, material sólido obtenido tras el procesamiento del alperujo en la producción de aceite de orujo, computará el doble para el cumplimiento de los objetivos obligatorios de consumo de biocarburantes en el transporte, según una resolución de la Dirección General de Política Energética y Minas del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico publicada el pasado 20 de octubre.

La Asociación Española de Valorización Energética de la Biomasa (AVEBIOM) ha detallado en su página web que la medida amplía el listado de materias primas recogido en el anexo I de

la Orden TED/728/2024, de 15 de julio, por la que se desarrolla el mecanismo de fomento de biocarburantes y otros combustibles renovables. Además del orujo, se incorpora también el polvo de maíz, un subproducto procedente del proceso de obtención de bioetanol.

Ambas materias se clasifican en la parte A del anexo I del Real Decreto 376/2022, dentro del grupo de fracciones de biomasa de residuos industriales no aptas para su uso en la cadena alimentaria humana o animal, en línea con los criterios de sostenibilidad exigidos por la normativa europea.

La inclusión del orujo como materia de cómputo doble supone, según AVEBIOM, un

importante reconocimiento a su potencial como recurso energético sostenible y refuerza el aprovechamiento integral de los subproductos del sector oleícola español.

“Este paso facilitará su valorización en forma de biocarburantes avanzados, contribuyendo a la descarbonización del transporte y al impulso de la economía circular en las zonas rurales productoras de aceite de oliva”, ha añadido.

La resolución será efectiva desde enero de 2026 y está disponible en el portal del sistema SICBIOS del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

www.avebiom.org



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

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

Calendario de Ferias y Eventos en 2025 y 2026

1 Noviembre

- ⇒ Del 20 al 21 de noviembre
CONGRESO SOBRE OLIVAR DE MONTAÑA Y SALUD
Cádiz
www.oleasylvestris.com
- ⇒ Del 21 al 23 de noviembre
MERCAT DE L'OLI NOU
Barcelona
www.prodeca.cat
- ⇒ Del 25 al 27 de noviembre
SITEVI
Montpellier (Francia)
promosalons@promosalons.es
www.sitevi.com
- ⇒ Del 25 al 27 de noviembre
AGROBIOTECH INNOVATION FORUM
Lleida
www.agrobiotechforum.com
- ⇒ Del 30 de noviembre al 2 de diciembre
NATEXPO
París (Francia)
www.natexpo.com

1 Diciembre

- ⇒ Del 4 al 7 de diciembre
7º SIMPOSIO INTERNACIONAL DE YALE SOBRE ACEITE DE OLIVA Y SALUD
New Haven (Connecticut)
<https://web.cvent.com/event/172dc884-a568-49bd-84e9-8466444f0f5b/summary>
- ⇒ Del 9 al 12 de diciembre
FOOD AFRICA
El Cairo (Egipto)
info@ifpegypt.com
www.foodafrica-expo.com

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 25 de enero
FITUR
Madrid
fifema.es
www.ifema.es/fitur

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

Está pasando

Mercat de l'Oli Nou

Un total de 21 comarcas catalanas se podrán "recorrer y degustar" a través de los AOVES tempranos de los 50 productores que participarán en la primera edición del Mercat de l'Oli Nou de Barcelona. La Plaza de Cataluña se convertirá, por primera vez, del 21 al 23 de noviembre en el mayor escaparate del aceite de oliva virgen extra catalán.

Se trata de un espacio abierto a todo el mundo para adquirir este "preciado" aceite. Además, la propuesta se completa con una oferta gastronómica de cocina catalana de temporada y un aula de cata con charlas y demostraciones en directo guiadas por expertos de la cultura del aceite.

El evento, impulsado por el Departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de la Generalitat de Cataluña, a través de PRODECA, pretende acercar el aceite de oliva virgen extra al público barcelonés, pero, sobre todo, poner en valor este ingrediente culinario, símbolo de la Dieta Mediterránea, así como dar visibilidad al sector oleícola catalán y reforzar el vínculo entre productores y ciudadanos.

A través de los 50 productores, el Mercat de l'Oli Nou ofrecerá al visitante la oportunidad de realizar un recorrido diverso por los diferentes aceites de oliva que se elaboran en todo el territorio. Así, se podrán probar no sólo aceites de la "apreciada y fina" arbequina de Les Garrigues y de otras zonas del Camp de Tarragona; también AOVES de la variedad farga, representativa del patrimonio genético de las Terres de l'Ebre; aceites de la variedad grossal, que se encuentran en el Pallars y el Montsec;

de las variedades carrasqueña y vera del montserratí, típicas de las comarcas vallesanas y de Cataluña central; o también el AOVE de la variedad argudell, originaria del Alt Empordà.

Según ha detallado el Departamento de Agricultura, Cataluña dispone de más de 60 variedades autóctonas identificadas de olivos que dan fruto a un gran abanico de AOVES, algunos de ellos amparados por las cinco DOPs -Les Garrigues, Siurana, Terra Alta, Baix Ebre-Montsià y Empordà-.

"Se trata de una oportunidad única para probar el territorio catalán a través de su oro líquido, porque cada botella de AOVE atesora paisaje y guarda historias de esfuerzo y tradición. También supone una oportunidad para descubrir su versatilidad en la cocina y conocer trucos y secretos de un producto que, siendo tan querido, es muchas veces un gran desconocido", ha resaltado la Generalitat, al tiempo que ha precisado que los asistentes podrán adquirir el aceite de oliva sin intermediarios.

La Plaza de Cataluña de Barcelona, además de convertirse en un mercado abierto y gratuito, acogerá muchas más experiencias, pensadas para familias, jóvenes y foodies.

Así, se organizarán talleres y exhibiciones de cocina en directo en el aula gastronómica, con cocineros y cocineras de todo el territorio; food-trucks, con cocina de proximidad y temporada elaborada con aceite nuevo como protagonista; una barra de vinos catalanes, que permitirá maridar las catas; y un espacio de degustación con mesas y sillas para disfrutar del ambiente del mercado.

Contigo en cada paso

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

Tú y yo. Nosotros.

AgroBank



INGENIERÍA Y
DESARROLLO
AGRO-INDUSTRIAL



SOLUCIONES INTEGRALES PARA EL ÉXITO DE TU CAMPAÑA

✉ POLÍGONO INDUSTRIAL ASEGRA,
CALLE DE ALMERÍA, S/N, 18210
PELIGROS, GRANADA
📞 +34 958 40 50 42
✉ INDAISA@CALERO-GROUP.COM



CALERO-GROUP.COM

