


 INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR  
**Mercacei**  
 SEMANAL

MERCACEI, PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA A LA COMUNICACIÓN

**E**ditorial

Los stocks de aceite de oliva en Italia caen un 11,1%  
pág.6

Nueva edición del curso "Experto en redes sociales y comercio electrónico aplicado al sector oleícola"  
pág.7

El consumo y el gasto de aceitunas se ha mantenido estable en España durante los últimos cinco años  
pág.13

Describen el efecto antitumoral de dos componentes minoritarios del AOVE cuando actúan de manera conjunta  
pág.16

Las indemnizaciones al olivar por los siniestros de 2021 crecieron un 219%  
pág.19

Fábrica do Azeite, un nuevo espacio en Oporto para descubrir el AOVE portugués  
pág.22

El aceite de oliva, el producto gourmet español más consumido en Colombia  
pág.24

## El aperitivo milenario

Por Pandora Peñamil Peñafiel

**S**egún cuentan numerosos escritos de la Antigüedad, el territorio de Ascoli Piceno -en la región italiana de Las Marcas- estaba cubierto de plantaciones de olivos. De ahí el nombre otorgado a las aceitunas que llegaban a Roma procedentes de aquella provincia: *olivae Picenae*. Unas olivas grandes y jugosas que el escritor romano Plinio el Viejo definió como "las mejores de toda Italia".

En el año 1500, esta variedad seguía cultivándose en la zona gracias al cuidado de los monjes benedictinos, quienes inventaron el tradicional método de conservación a base de agua, cal, potasio y sal para poder consumir los frutos del olivo durante todo el año. No fue lo único que esta orden religiosa aportó al sector, puesto que en el siglo XVII los benedictinos comenzaron a rellenar las aceitunas con restos de legumbres secas, creando así al precursor de las aceitunas rellenas. Hasta ese momento se habían consumido solas y eran llamadas judías, pues al eliminar el hueso el fruto se quedaba "sin alma".

Dos siglos más tarde transformaron esta receta y comenzaron a incluir la carne sobrante de los festines y celebraciones de las familias nobiliarias de la ciudad para terminar rebozándose en huevo y pan rallado. Surgió así un aperitivo originario de la zona que hoy en día se sigue consumiendo: *olivas a la escolana*. Se trata de una receta de *antipasti* -cuyo

producto principal es una aceituna con Denominación de Origen Protegida (DOP)- que ha llegado intacta hasta nuestros días.

Cabe recordar que en la Antigua Roma las aceitunas y el aceite de oliva eran productos indispensables. De hecho, éste último era parte de la dieta diaria romana, utilizándose tanto para aliñar los platos como para condimentar, cocinar y freír. Además, por aquel entonces antes de servir un plato en la mesa era frecuente rociarlo con unas gotas de aceite.

La fuerte dependencia de los romanos del aceite de oliva se puso de manifiesto en los tiempos del emperador Lucius Septimius Severus, quien acordó recoger aceite de oliva como parte del pago de los impuestos sobre las provincias y redistribuirlo después a la población de Roma. En el campo de batalla, el kit de supervivencia de las centurias romanas incluía un recipiente con aceite de oliva, junto con pan, cereales, legumbres, frutas, verduras y vino, los otros alimentos que conformaban la dieta de los legionarios. Y por si todo ello fuera poco, el omnipresente AOVE, fiel aliado en la victoria, también sirvió para iluminar las largas noches de desvelo e incluso para sanar las heridas de los soldados. Por suerte, miles de años más tarde seguimos rindiendo culto al aceite de oliva en los países mediterráneos. No nos iluminará por fuera pero, desde luego, sí que lo hace por dentro. ¡Brindemos por ello y acompañemos el brindis con unas *olivas a la escolana!*



CALDERERÍA  
**BUJALANCE**

CONSTRUCCIÓN DE DEPÓSITOS  
 PARA ACEITE EN ACERO INOXIDABLE

T y F. +34 957 171 889 • www.caldereriabujalance.es • info@caldereriabujalance.es

### Noticia de la Semana

"Los beneficios del aceite de oliva a largo plazo, avalados por una investigación estadounidense"

pág.17

# TOP 10 EVOOLEUM EVOO AWARDS



## Best of Class Awards

*Mejor Absoluto*

*Mejor Frutado Verde*

*Mejor Frutado Maduro*

*Mejor Frutado Mezcla Verde-Maduro*

*Mejor de cada País*

*Mejor Monovarietal*

*Mejor Coupage*

*Mejor Hemisferio Sur*

*Mejor Hemisferio Norte*

*TOP3 de Producción Orgánica*

*Mejor DOP*

*Mejor Diseño de Packaging*

*Mejor Mujer Productora de AOVE*

*TOP10 AOVEs Saludables*

*¿Cómo es tu AOVE?*

*EVOOLEUM, el  
Concurso Internacional y  
la Guía de AOVE más  
influyentes del mundo*

---

*¡Regístrate ya y  
envíanos tus muestras!*

*Últimas semanas para participar*

[PINCHA AQUÍ](#)



**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  
Alcaide  
**Administración:** Cristina Álvarez Llorente  
**Departamento Comercial:**  
Natalia de las Heras  
**Corresponsal Italia (Milán):**  
Daniela Capogna  
**Corresponsal América del Sur:**  
Leonardo Moral

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

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

Publicación confidencial para uso exclusivo de los suscriptores.

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

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



## sumario

1	Editorial
4	Sumario
5	Análisis de Mercado
6	Actualidad
	• Campaña
	• Formación
8-12	Mercado
	• Aceituna de mesa
13	Actualidad
	• Consumo
	• Salud
	• Calidad
	• Indemnizaciones
	• Proyectos
	• Delicatessen
	• Internacional
25	Precios al Detall
26	Anuncios Breves
27	Agenda

## Exportaciones

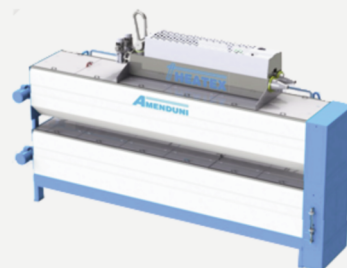
### Vietnam y Singapur, destinos de la próxima misión agroalimentaria de la CE

El comisario de Agricultura, Janusz Wojciechowski, visitará Vietnam y Singapur del 10 al 16 de julio, acompañado de una delegación empresarial de altos representantes del sector agroalimentario europeo. El objetivo de esta visita es facilitar las exportaciones europeas de alimentos y beneficiarse de los resultados positivos de los acuerdos de libre comercio entre la UE y ambos países.

El objetivo de la visita de la delegación empresarial es brindar a los representantes de los productores europeos la oportunidad de conocer a socios potenciales de los mercados locales, así como a representantes del sector agroalimentario de toda la región.

El programa de actividades para los delegados empresariales incluirá seminarios informativos sobre las características de los mercados locales y las tendencias de consumo, visitas a comercios minoristas y locales, y oportunidades de networking.

La visita tendrá lugar en Hanoi (Vietnam) del 10 al 12 de julio, en Ho Chi Minh del 12 al 14 de julio y en Singapur del 14 al 16 de julio.



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

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





# Aceite de oliva

## Campaña avanzada y precios sostenidos

La ausencia de lluvias hace que la campaña avance a buen ritmo -en algunas regiones concluirá a finales de enero-, lo que hace que los mercados se encuentren firmes y muestren precios sostenidos, apoyados por los últimos datos provisionales de la AICA. Éstos apuntan que la producción de aceite de oliva durante el pasado mes de diciembre se situó en 530.228 toneladas, mientras que el acumulado en lo que va de campaña asciende a 867.226 t. en España, un 14,5% más respecto a la campaña pasada por estas fechas.

Asimismo, según la organización agraria Asaja-Jaén, las existencias totales ascienden a 973.157 toneladas, de las que 705.455 t. se encuentran en almazaras; 239.428 t. en envasadoras; y 28.273 t. en el Patrimonio Comunal Olivarero.

### Jaén

La producción marcha bastante avanzada en la provincia y la oferta sigue manteniéndose muy firme, a pesar de que no se opera mucho. La demanda se muestra más tranquila, picoteando y a la expectativa. Así, el lampante se oferta a 3.000 €/t.; el virgen, a 3.100/3.200 €/t.; el AOVE, a 3.300/3.400 €/t.; y el refinado, a 3.050/3.100 €/t.

### Córdoba

Semana más tranquila, tras conocerse los últimos datos de la AICA. Se estima que la cosecha será similar a la del año pasado -se ha molido ya aproximadamente el 70%, aunque por el momento hay menos cantidad de aceitunas pero con mayor rendimiento. En este contexto, el lampante se establece a 3.000 €/t.; mientras que el virgen lo hace a 3.000/3.150 €/t.; el virgen extra, a 3.350/3.500 €/t.; y el refinado, a 3.100 €/t.

Rosa Moliterno

Broker

Aceite de oliva a granel

952 603 030

rm@iberiadeaceites.com

Iberia de Aceites S.L.

### Sevilla

Firmeza en el mercado, con precios muy sostenidos. Se prevé que a finales de enero la campaña ya esté liquidada en la provincia. Con este escenario, el lampante -del que hay poco disponible a estas alturas- se sitúa a 3.000 €/t.; el virgen, a 3.200 €/t.; el refinado, a 3.050/3.100 €/t.; y el AOVE, a 3.350/3.500 €/t.

### Málaga

Mercado prácticamente inoperativo con precios meramente orientativos en el caso del virgen extra (3.600/3.750 €/t.).

### Castilla-La Mancha

La producción en Castilla-La Mancha será cercana a las 100.000 toneladas, coincidiendo con la estimación inicial. Queda poca recolección, ya que la campaña ha transcurrido muy rápidamente debido a la climatología, con un fruto que va saliendo muy sano por el momento. En este contexto, el virgen repite a 3.150/3.300 €/t.; y el AOVE a 3.350/3.600 €/t.

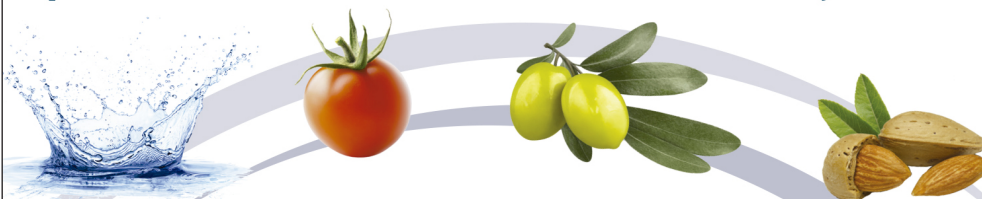
### Extremadura

Campaña bastante avanzada y superior en cantidad a lo esperado, con un mercado pendiente de las ansiadas lluvias que no terminan de llegar. Así, el lampante se establece a 2.950/3.000 €/t.; el virgen, a 3.100/3.150 €/t.; y el virgen extra a 3.300/3.450 euros/t.

### Valencia

Mercado firme con un lampante que, al escasear, es el que manda. Los precios podrían seguir incrementándose si sigue sin llover. Así, el lampante se sitúa a 3.050 €/t.; el virgen, a 3.150 €/t.; el refinado, a 3.100 €/t.; y el virgen extra, a 3.300 €/t.

**Somos conscientes del valor de las materias primas  
Aprovechando al máximo los recursos, sin desperdiciar recursos.**



 **PIERALISI**  
CIRCULAR THINKING  
[www.pieralisi.com](http://www.pieralisi.com)



## Los stocks de aceite de oliva en Italia caen un 11,1%

La cantidad de aceite de oliva almacenado en Italia a 31 de diciembre de 2021 se sitúa en 299.075 toneladas, de las cuales 274.330 t. son a granel y 24.745 t. envasadas, lo que supone un 11,1% menos 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 Política Agrícola, Alimentaria y Forestal (Mipaaf).

Este informe detalla que el AOVE representa el 75,4% del stock (225.493 toneladas, -6,5%), de las que 146.591 toneladas (-2,6%) son de origen italiano, mientras que 66.742 toneladas (-13,7%) proceden de la UE.

La mitad del aceite de oliva nacional (55%) se almacena en las regiones del sur de Italia, con la significativa contribución de las regiones de Puglia y Calabria, con el 37,5% (112.169 t.) y el 10,1% (4.434 t.), respectivamente.

A nivel provincial, según el informe, destacan Bari (50.229 t.), Barletta-Andria-Trani (28.179 t.), Perugia (23.281 t.), Brindisi (17.971 t.), Lucca (15.678 t.), Agrigento (14.998 t.), Firenze (14.869 t.) e Imperia (10.652 t.).

A pesar de la gran cantidad de DOPs e IGP presentes (49), de un total de 24,9 millones de litros de aceite de oliva bajo este distintivo de calidad en stock, la DOP Terra di Bari representa el 42,1% (10,4 millones de litros).

En general, el aceite de oliva con DOP e IGP en stock representa el 7,7% del total de aceite de oliva almacenado en Italia y el 10,2% de las existencias de AOVE.

Asimismo, el stock total de aceite de oliva virgen extra y aceite de oliva virgen procedente de la agricultura ecológica asciende a 39.449 toneladas, casi exclusivamente AOVE (el 99,6%), una cifra relevante ya que el virgen extra ecológico constituye el 17,4% del aceite de oliva virgen extra total almacenado en Italia.

## La producción de aceite de oliva en España se sitúa en 867.226 t. hasta diciembre

Intermediario de aceite de oliva

**Ramón Alcalá**

607 628 997

administracion@origenia.com

Tel.: 957 498 590 • Fax: 957 245 155

Los datos provisionales de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) apuntan que la producción de aceite de oliva durante el pasado mes de diciembre se situó en 530.228 toneladas, mientras que el acumulado en lo que va de campaña asciende a 867.226 t. en España, un 14,5% más respecto a la campaña pasada por estas fechas, según han informado las organizaciones Asaja-Jaén y UPA-Andalucía.

“Estos datos apuntan a que podremos cumplir el aforo de la Junta de Andalucía, puesto que todavía queda todo el mes de enero, donde no se ha parado de trabajar, y los retazos de febrero. En función de eso habrá más o menos aceite”, ha explicado el gerente y portavoz de Asaja-Jaén, Luis Carlos Valero. En el caso de Andalucía se sitúa en las 625.888 toneladas, mientras que en Jaén asciende a 230.553 t.

Asimismo, según esta organización agraria, las existencias totales ascienden a 973.157 toneladas, de las que 705.455 t. se encuentran en almazaras; 239.428 t. en envasadoras; y 28.273 t. en el Patrimonio Comunal Olivarero.

Desde UPA-Andalucía han asegurado que la producción en España rondará la cantidad de 1.250.000 toneladas de aceite de oliva esta campaña, “una cifra que se mantiene porque el olivar está muy condicionado por la sequía que ha padecido y que las últimas

precipitaciones, recibidas en el campo como agua de mayo, no han paliado”.

En cuanto a la comercialización, esta organización ha apuntado que en diciembre se vendieron 113.000 toneladas (contando con las importaciones), lo que supone un total de 354.000 toneladas en los tres meses de campaña. “Si bien es cierto que es menos aceite vendido que el pasado año, tenemos que darnos cuenta de que venimos de dos campañas de comercialización récord. Además, este año nos hemos encontrado con menos enlace al inicio de campaña y una estimación de menor producción, por lo que vamos a tener menos aceite para comercializar. Aún así, las ventas, y sobre todo las exportaciones, gozan de muy buena salud”, ha remarcado Cristóbal Cano, secretario general de UPA-Andalucía.

Cano ha hecho hincapié en que el sector olivarero español volverá a ser determinante en la producción y en la comercialización mundial de aceite de oliva.





## Nueva edición del curso "Experto en redes sociales y comercio electrónico aplicado al sector oleícola"

La plataforma virtual de la Universidad Internacional de Andalucía (UNIA) acogerá del 7 de marzo al 17 de junio una nueva edición del curso "Experto en redes sociales y comercio electrónico aplicado al sector oleícola", cuyo objetivo es dotar de conocimiento a las empresas o facilitar la formación y la inserción laboral de personas interesadas en la gestión de la venta por comercio electrónico y las herramientas del marketing digital y las redes sociales disponibles.

Según han informado sus organizadores, el sector de los aceites de oliva está desarrollando en los últimos años una transformación de sus estructuras empresariales, adaptando cada vez más la oferta hacia el consumidor y generando una mayor vinculación entre éste y las empresas.

El nuevo consumidor puede definirse como un consumidor hiperconectado gracias a la tecnología *smartphone*, además de basar sus decisiones de compra en el poder de la recomendación.

**LEONARDO D'ERRICO**

**610 78 51 92**

Brokerage Olive Oil

**ACEITES TUCCITANOS**

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

Por lo tanto, a su juicio, se hace necesaria una apuesta clara por este tipo de formaciones en el ámbito académico, con el fin de diagnosticar, implantar, desarrollar y gestionar todas las estrategias que tienen que ver con este nuevo escenario en el ámbito de la venta electrónica y la gestión social media, así como conocer el uso de las herramientas Google, parte muy activa del proceso de digitalización empresarial.

Asimismo, han destacado que en los últimos años el perfil del "Community Manager" resulta fundamental en una compañía que desea ser competitiva y llegar a todos los mercados posibles de una forma rápida y económica. Este perfil es capaz de gestionar una comunidad de consumidores fans, que prescriben el producto y lo recomiendan utilizando el efecto multiplicador que brindan las redes sociales.

El departamento de comunicación y social media es ya una realidad en las empresas, y en el ámbito oleícola esta sección se considera un yacimiento de empleo para modernizar las cooperativas y almazaras privadas existentes. En este sentido, cada vez más consejos rectores, gerentes y responsables de almazaras orientan sus estrategias a la creación de este tipo de perfiles sociales, a la venta por Internet y a la gestión de comunidades virtuales.

La dirección de la actividad formativa corre a cargo de Enrique Bernal y Juan Antonio Parrilla, de la Universidad de Jaén (UJA).

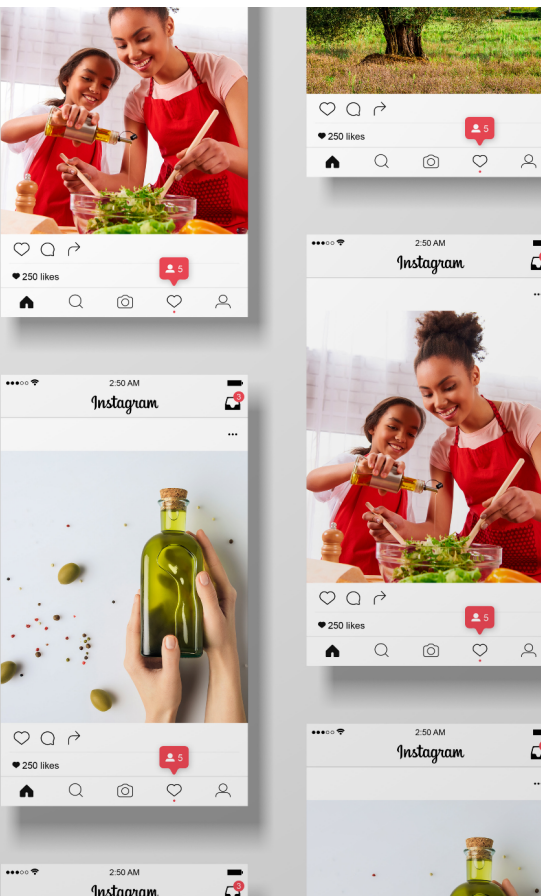
## Nuevo módulo del Programa de Actualización y Perfeccionamiento en Análisis Sensorial del Aceite de Oliva

El pasado 15 de enero comenzó el módulo "Relación entre características organolépticas y técnicas de elaboración (factores tecnológicos)" que se enmarca en la sexta edición del Programa de Actualización y Perfeccionamiento en Análisis Sensorial del Aceite de Oliva (PAAS), correspondiente a la campaña oleícola 2021/22 y puesto en marcha por la Fundación del Olivar.

El Programa de Actualización y Perfeccionamiento en Análisis Sensorial es un sistema de entrenamiento cualitativo en la cata de aceites de oliva vírgenes dirigido a profesionales del sector oleícola y basado en una metodología de aprendizaje activo de alto rendimiento específicamente desarrollada por la Fundación del Olivar para la asimilación de conocimientos de nivel avanzado.

Basada en la sistemática del "método del caso", el programa PAAS es íntegramente de carácter práctico. Cada muestra o material de referencia constituye en sí misma un caso práctico, a partir de cuyo análisis sensorial se produce la memorización y su correspondiente correlación con las técnicas de cultivo y los procesos de elaboración que han determinado las características organolépticas identificativas de la muestra.

Los cuatro módulos que integran esta formación se centran en la "Valoración sensorial, estados de maduración del fruto y técnicas de cultivo (factores agronómicos)"; "Relación entre características organolépticas y técnicas de elaboración (factores tecnológicos)"; "Análisis sensorial de aceites de oliva virgen y calidad reglamentada"; y "Cata orientada a la composición de aceites en función de los diferentes mercados objetivo".



*Aceites de oliva*

		EUROS/T. SEMANA 10/16 enero '22 (Cierre día 5 enero '22)	EUROS/T. SEMANA 17/23 enero '22 (Cierre día 13 enero '22)
		€/t.	€/t.
JAÉN	<b>ANDALUCÍA</b>		
	Lampante, base 1º	3.000	3.000
	Virgen	3.100/3.150	3.100/3.200
	Virgen extra	3.350/3.400	3.300/3.400
	Refinado	3.050/3.100	3.050/3.100
CÓRDOBA	Lampante, base 1º	3.000	3.000
	Virgen	3.150/3.200	3.000/3.150
	Virgen extra	3.350/3.500	3.350/3.500
	Refinado	3.100	3.100
SEVILLA	Lampante, base 1º	3.000	3.000
	Virgen	3.150	3.200
	Virgen extra	3.300/3.450	3.350/3.500
	Refinado	3.050/3.100	3.050/3.100
GRANADA	Lampante, base 1º	3.000	3.000
	Virgen	3.100/3.150	3.100/3.200
	Virgen extra	3.350/3.400	3.300/3.400
MÁLAGA	Lampante, base 1º	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra	3.600/3.750	3.600/3.750
ARAGÓN	<b>ARAGÓN</b>		
	Virgen extra (DOP Bajo Aragón)	Sin oper.	Sin oper.
TOLEDO	<b>CASTILLA-LA MANCHA</b>		
	Virgen	3.150/3.300	3.150/3.300
	Virgen extra	3.350/3.600	3.350/3.600
LÉRIDA	Virgen extra (DOP Garrigues) frutado	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra (DOP Garrigues) dulce	Sin oper.	Sin oper.
TARRAGONA	Virgen extra (DOP Siurana) frutado	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra (DOP Siurana) dulce	Sin oper.	Sin oper.
ALICANTE	<b>COMUNIDAD VALENCIANA</b>		
	Lampante, base 1º	2.950	3.050
	Virgen	3.050	3.150
	Virgen extra	3.250	3.300
	Refinado	3.050	3.100
BADAJOZ	<b>EXTREMADURA</b>		
	Lampante, base 1º	2.950/3.000	2.950/3.000
	Virgen	3.100/3.150	3.100/3.150
	Virgen extra	3.300/3.450	3.300/3.450

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

patrocinador oficial de los precios del aceite de oliva








**agroisa**  
maquinaria | servicios

trata<sup>m</sup>to y adecuación postcosecha del fruto y del agua

PYME INNOVADORA

AGROISA.COM | info@agroisa.com





## Aceites de orujo

EUROS/T.  
SEMANA  
10/16 enero '22  
(Cierre día 5 enero '22)

EUROS/T.  
SEMANA  
17/23 enero '22  
(Cierre día 13 enero '22)

SEVILLA

### ANDALUCÍA

	€/t.	€/t.
Refinable, base 10º	1.300/1.350	1.350/1.400
Refinado, winterizado, a granel, sobre origen	1.800/1.850	1.850

## Aceites de semillas

SEVILLA

### ACEITE DE GIRASOL

(Sobre origen a granel)

Crudo	1.320	1.300
Refinado	1.400/1.420	1.400

### ACEITE DE SOJA

(Sobre origen cisternas)

Crudo	1.250	1.300
Refinado	1.380	1.380

### ACEITE DE SEMILLAS

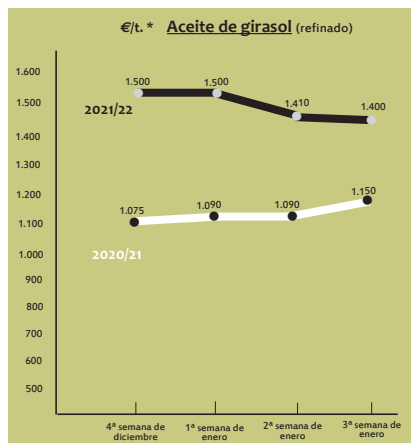
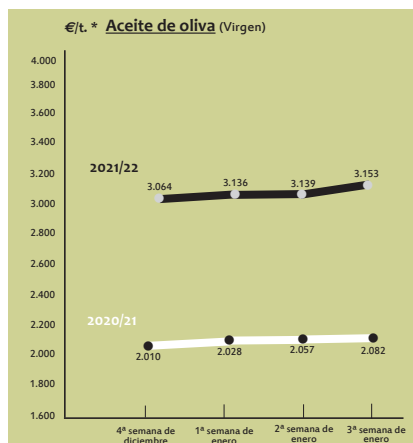
Refinado	1.400/1.420	1.400
----------	-------------	-------

## Oleínas y Ácidos grasos

Oleínas de aceite de girasol-soja	450/460	450/460
Oleínas de orujo	500/550	500/550
Ácidos grasos de oliva (de refino físico)	850/890	850/890

(Estos precios se entienden sin envase sobre fábrica).

## Evolución mensual de los precios



(\* Media ponderada a nivel nacional).

*Aceites y Grasas industriales*MADRID  
BARCELONA

	EUROS/T. SEMANA 10/16 enero '22 (Cierre día 5 enero '22)	EUROS/T. SEMANA 17/23 enero '22 (Cierre día 13 enero '22)
	€/t.	€/t.
SEBO FUNDIDO	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO, Extra-fancy	1.060	1.060
SEBO FUNDIDO, Fancy	1.040	1.040
GRASA ANIMAL 3° (origen)	670	670
GRASA ANIMAL 5° (origen)	660	660
MANTECA DE CERDO 1°/3° (origen)	815	815
ACEITE DE COCO (refinado)	1.985	1.985
ACEITE DE LINAZA (refinado)	1.830	1.830
ACEITE DE MADERA	4.020	4.020
ACEITE DE RICINO	1.440	1.440
ACEITE DE PATA DE BUEY	3.100	3.100
ACEITE DE PESCADO refinado	1.200	1.200
GLICERINA BIDEUTILADA	890	890
GRASA ANIMAL DE CORTEZAS DE CERDO < 5° (destino)	680	680

\*Precios orientativos.

**Características de los aceites y las grasas industriales**

SEBOS FUNDIDOS nacionales son: Título 42/43° C, 3% acidez, a granel (sobre Madrid y Cataluña).  
 SEBOS FUNDIDOS de importación USA: Fancy y Extra-fancy, a granel, sobre Barcelona.  
 GRASA ANIMAL: 10/12° de acidez, color FAC 34/36 título 39° C; humedad e impurezas, 2% base, sobre camión muelle Barcelona.  
 MANTECA DE CERDO: acidez 1%, color FAC 1/3, a granel.  
 ACEITE DE COCO: acidez base 3%, sobre Barcelona.  
 ACEITE DE LINAZA refinado: 0,5° de acidez. Color Gardner 2. 4 max. Índice de yodo 182 mínimo.  
 ACEITE DE MADERA: sobre Barcelona.  
 ACEITE DE RICINO: calidad n°1, índice de yodo 80/90. Color Gardner 2/3. Sobre Barcelona.  
 ACEITE DE PATA DE BUEY: punto de enturbamiento 2/3°C, sobre Barcelona.  
 ACEITE DE PESCADO: índice de yodo 150/160, acidez 2%, color Gardner 7/9, sobre Vigo, envase aparte.  
 ACEITE DE PESCADO color oscuro: Acidez 5% / 10%, sobre Barcelona.  
 ACEITE DE SARDINA crudo: color anaranjado, índice de yodo 175 mínimo, acidez 5%, sobre Vigo, a granel.  
 ACEITE DE SARDINA neutro: índice de yodo 170/180, color amarillo, sobre camión Barcelona.  
 GLICERINA DESTILADA: 98% glicerol, en cisternas.  
 GLICERINA BIDEUTILADA: 99,5% glicerol, color apha 10, sobre camión Barcelona.

**GARRIDO HERMANOS, C.B.**

*Agentes comerciales especializados  
en aceites, grasas y derivados*

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



## Mercado internacional

		EUROS/KG. SEMANA 10/16 enero '22 (Cierre día 5 enero '22)	EUROS/KG. SEMANA 17/23 enero '22 (Cierre día 13 enero '22)
		€/t.	€/t.
<b>ITALIA</b>			
NORTE DE PUGLIA & CALABRIA	ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,80/4,10	3,80/4,10
	ACEITE DE OLIVA refinado	3,20	3,20
	ACEITE DE ORUJO refinado	1,80	1,80
	ACEITE DE GIRASOL refinado	1,50	1,50
	ACEITE DE MAÍZ refinado	1,50	1,50
	ACEITE DE SOJA refinado	1,34	1,34
	ACEITE DE CACAHUETE refinado	2,10	2,10
<b>SUR DE PUGLIA</b>			
ACEITE DE OLIVA virgen extra	4,10	4,10	
ACEITE DE OLIVA virgen	s/c	s/c	
ACEITE DE OLIVA refinado	2,85/2,93	2,85/2,93	
<b>TÚNEZ</b>			
	ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,35/3,40	3,35/3,40
<b>MARRUECOS</b>			
	ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,60/3,80	3,60/3,80
<b>TURQUÍA</b>			
	ACEITE DE OLIVA refinado	s/c	s/c
<b>GRECIA</b>			
	ACEITE DE OLIVA virgen extra Creta	3,50/3,60	3,55/3,60
	ACEITE DE OLIVA virgen extra Peloponeso	3,50/3,55	3,50/3,55
(Precios facilitados por Olio Officina Magazine)			

### TIPOS DE INTERÉS INTERBANCARIO (13 de enero de 2022) (Los tipos de mercado)

	1 semana	1 mes	2 meses	3 meses	6 meses	12 meses
Euro (euribor) .....	-0,58	-0,57	-0,55	-0,55	-0,53	-0,48
Dólar .....	0,06	0,10	0,12	0,16	0,18	0,26
Yen Japonés .....	-0,09	-0,08	-0,06	-0,09	-0,04	0,06
Libra Esterlina .....	0,04	0,05	0,06	0,09	0,10	0,16
Franco Suizo .....	-0,83	-0,80	-0,77	-0,75	-0,70	-0,59
Dólar Canadiense .....	-	-	-	-	-	-

### Euro

Peseta .....	166,386
Lira italiana .....	1.936,270
Escudo portugués .....	200,482
Dracma griego .....	340,750
Florín .....	2,204
Dólar .....	1,120
Dólar Canadá .....	1,422
Yen japonés .....	129,06
Corona sueca .....	10,190
Corona checa .....	25,501
Libra esterlina .....	0,839
Franco suizo .....	1,048



Si eres comprador: (+34) 722 14 08 06, Jesús Miranda  
Si eres vendedor: (+34) 690 27 97 33, Juanjo Torres  
Envío de muestras: C/Miguel Moya, 16. 12-C. 29017 Málaga

**BROKER INTERNACIONAL  
DE ACEITE DE OLIVA**

[www.mirandaoliveoilbrokers.com](http://www.mirandaoliveoilbrokers.com)



## Aceituna de mesa

# España solicitará a la CE más esfuerzos para acabar con los aranceles a la aceituna negra

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, informó el pasado 12 de enero de que va a solicitar a la Comisión Europea (CE) que intensifique los esfuerzos para alcanzar una solución negociada con EEUU para acabar con los aranceles a la importación de aceituna negra, una vez que la Organización Mundial del Comercio (OMC) ha resuelto en favor de la UE en este contencioso.

Cabe recordar que el informe final de la OMC -aceptado por la Administración estadounidense el pasado mes de diciembre- concluía que los aranceles aplicados por EEUU a las importaciones de aceitunas negras de España son contrarios a las normas del propio organismo.

EEUU decidió imponer aranceles del 35% a las aceitunas negras procedentes de España desde el 1 de agosto de 2018 tras considerar que las ayudas que recibía el sector de la PAC eran ilegales y que la importación procedente de España causaba un daño importante al sec-

tor californiano de la aceituna de mesa.

El Ministro trasladó este tema a los consejeros y consejeras del ramo de las Comunidades Autónomas en el marco de las prioridades de la presidencia de turno francesa de la Unión Europea (UE), entre las que destaca avanzar en la reciprocidad en las relaciones comerciales con terceros países. Francia y España son partidarias de la aplicación de las denominadas "cláusulas espejo" para garantizar que los productos importados cumplen las mismas exigencias ambientales, sanitarias o de bienestar animal que las que se requieren a los producidos dentro de la UE.

Planas anunció que en el próximo Consejo de Ministros de Agricultura de la UE, que se celebrará el próximo 17 de enero, volverá a insistir en la necesidad de que la Comisión Europea ahonde en el seguimiento pormenorizado de la situación de los mercados agrarios afectados por el encarecimiento de los costes de producción.

# FINIBUS

COMERCIO DE  
ACEITE DE OLIVA  
Y DERIVADOS

MIGUEL S. VERDASCO  
INTERMEDIARIO

móvil 0034 659 920 608  
miguel@finibus.es

## MATERIAS PRIMAS PARA *piensos compuestos*

PRECIOS	
<b>HARINAS</b>	
Harina de soja (s. fábrica) .....	€/t. 334
Harina de girasol (integ.) (abril).....	167
Harina de pescado (extra, sobre fábrica productora, con envase. 64/65% proteínas. Salido de fábrica en sacos paletizados fob Hamburgo).....	s/c
<b>Dólares/t.</b>	
Harina de pescado, de Perú	s/c
Harina de soja (Buenos Aires) (Precios cif Rotterdam)	s/c
<b>CEREALES</b>	
(Estos precios son en origen)	
Maíz	€/t. 216
Trigo panificable	240
Trigo forrajero (puerto destino)	230
Cebada cervecera	195
Cebada dos carreras	195
Colza (puerto destino)	277
Guisantes	255
Centeno	190
Harina de girasol (pellets)	190
Harina de girasol (alto proteico)	s/c

### LA BOLSA DE CHICAGO

**Habas de soja:** La semana cerraba a **1.391,75** centavos de dólar por bushel; la última semana cerró a **1.377,25**.

◆ Precios: Futuros enero 2022.

**Harina de soja:** 431,00 dólares por tonelada corta era el último precio de cotización al cierre de nuestra revista, mientras que la anterior indicaba **421,60**.

◆ Precios: Futuros enero.

**Aceite de soja:** Cerraba a **59,28** centavos de dólar por libra, desde la última cotización de **58,78**.

◆ Precios: Futuros enero.

**Maíz:** Terminó la semana a **598,25** centavos/bushel, habiendo comenzado a **604,50**.

◆ Precios: Futuros marzo.



# El consumo y el gasto de aceitunas se ha mantenido estable en España durante los últimos cinco años

Durante los últimos cinco años, el consumo y el gasto de aceitunas se ha mantenido estable, si bien en el último ejercicio se ha producido un incremento notable por los efectos del COVID-19. En el periodo 2016-2020, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (2,9 kilos), al igual que el mayor gasto (7,7 euros por consumidor), según recoge el informe que la agencia estatal Mercasa elabora anualmente basándose en la información aportada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) a través de los Paneles de Consumo Alimentario.

En la familia de aceitunas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2016-2020 ha sido diferente para cada tipo de producto, aunque con notables incrementos durante el último año motivados por los efectos de la pandemia. Así, respecto a la demanda de 2016, el consumo de todos los tipos de aceitunas -sin hueso, con hueso y rellena- ha aumentado.

La situación provocada por la pandemia elevó en 2020 el consumo de aceituna de mesa en los hogares españoles -donde se consume el 75% de este producto-, aunque el cierre parcial de la hostelería y la restauración ese año, así como la ausencia de turistas, lastraron la positiva evolución de este sector. El Panel de Consumo que publica anualmente el Ministerio de Agricultura refleja que en 2020 se produjo un aumento del consumo de aceitunas en los hogares del 19,2% en volumen y del 18,5% en valor, porcentajes muy superiores a los del conjunto de la alimentación.

Durante el año 2020, los hogares españoles consumieron 132,8 millones de kilos de aceitunas y gastaron 396 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 2,9 kilos de consumo y 8,6 euros de gasto.

El consumo más elevado se asocia a las aceitunas envasadas rellenas (1,2 kilos por persona y año), seguidas de las aceitunas envasadas con hueso (0,8 kilos per cápita, las que más crecieron en su consumo). En términos de gasto, las aceitunas envasadas rellenas concentran el 36% del mismo, con un total de 3,1 euros por persona, seguidas por las aceitunas envasadas con hueso, con un porcentaje del 23,3% y un total de 2 euros por persona al año.

Los hogares de clase alta y media-alta son los que cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja presentan el consumo más reducido. A su vez, mientras los hogares sin niños consumen más cantidad de aceitunas, los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.

Asimismo, si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de aceitunas es superior. En los hogares donde la compra es realizada por una persona de más de 65 años, el consumo de aceitunas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años. Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de aceitunas, mientras que los índices se van reduciendo a medida que

aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.

Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes, y parejas adultas sin hijos; mientras que los consumos más bajos se producen entre las parejas con hijos -independientemente de la edad de los mismos-, las parejas jóvenes sin hijos y en los hogares monoparentales.

Los consumidores que residen en grandes núcleos de población (por encima de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de aceitunas, mientras que los menores consumos se registran en los municipios con censos de menos de 2.000 habitantes.

Finalmente, por Comunidades Autónomas, Aragón, Cataluña y Baleares cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se produce en Extremadura, Galicia y Canarias.

En cuanto al lugar de compra, en 2020 los hogares españoles volvieron a recurrir mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceitunas a los supermercados, que aglutinaron un 70,9% de cuota de mercado. Mucho más atrás figuran los hipermercados (11,7%) y los establecimientos especializados (7,3%). El autoconsumo representa una cuota del 2,8%, el comercio electrónico supone el 2,2% y los mercadillos acaparan el 1,3%; mientras que otras formas comerciales completan el 3,8% restante.

**INDUSTRIAS DE LA ROSA**

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

FABRICANTES MARCA ESPAÑA

[WWW.INDUSTRIASDELAROSA.COM](http://WWW.INDUSTRIASDELAROSA.COM)

industria@industriasdelarosa.com

ANÁLISIS

Los NIR más potentes y resolutivos  
**SpectraAlzer  
Olivas**

- Conozca en segundos:
- Rendimiento, aceituna ENTERA o triturada
  - Agotamiento de orujos, evite pérdidas
  - Calidad aceite extraído, clasifique por calidades
  - Nutrición del olivar, abone lo necesario



¡SE AMORTIZAN EN 1 A 3 CAMPAÑAS!

**AxFlow**

www.axflow.es | T: 91 729 18 18  
Madrid | Barcelona | Toledo | Sevilla

**BOMBAS  
TRIEF**

Bombas de aletas de desplazamiento positivo para aceites vegetales



Edificio GAIETA  
Zorrogoiti, 17  
Tfno. 94 441 62 38  
Fax: 94 442 08 62  
48013 ZORROZA - BILBAO (Vizcaya)  
E-mail: ventas@bombastrief.es • www.bombastrief.es

EXTRACCIÓN

**HILLER**

**centrifugación  
alemana**



PLANTAS DE EXTRACCIÓN DE ACEITE DE OLIVA

**953 281 584** SERVICIO TÉCNICO  
**957 160 851**

Pol. Ind. Los Olivares, C/ Huelma, parc. 610 - B - JAÉN

www.centrifugacionalemana.com

**tecnilab**  
tecnología analítica

Tel.: 949 335 460  
NIT38 Olive Analyzer



Análisis rápido de rendimiento graso en aceituna

www.tecnilab.es Renting Coste 0

DEPÓSITOS INOX.

**MANZANO**  
**Flottweg**  
Separation Technology

Líneas completas de extracción  
Bodegas para aceite de oliva  
Servicio integral de mantenimiento y recambios



www.caldereriamanzano.net

**Palacín**

www.jpalacin.com

Info: +34 953 757 112 - Úbeda - Jaén

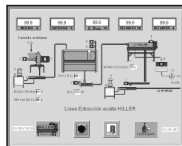
AUTOMATIZACIÓN/ELECTRICIDAD

SISTEMAS ELÉCTRICOS MORENO, S.L.

Electricidad Moreno



- Automatismos y cuadros eléctricos
- Automatización de bodega y trazabilidad automática en la almazara

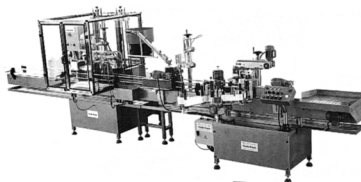


Polígono Industrial, Parcela 20  
23790 PORCUNA (JAÉN)  
Teléfono: 953 54 54 14 - Fax: 953 54 66 24  
www.electromoreno.com

ENVASES/ENVASADO

**Codi - Pack**

Marcaje y Codificación, S.L.



C/ Huerta de Arriba, 81 • 30560 ALGUAZAS (Murcia)  
Tel: 968 62 21 61 • 968 62 24 34 • Fax: 968 38 80 62  
E-mail: codipack@codipack.com • www.codipack.com



Ingeniería para un mundo mejor

La mejor tecnología alemana de separación para obtener el mejor aceite de oliva

Miles de almazaras de los cinco continentes confían en los equipos industriales de GEA Iberia para la elaboración de aceite de oliva. Fiabilidad y tecnología alemanas y asistencia técnica cercana y eficiente.

El mejor aceite de oliva sólo se elabora con la mejor maquinaria.



**GEA** engineering for a better world

gea.com

BOMBAS

La experiencia marca la diferencia



González y París

- Bombas transportadoras de alpeorjuo
- Separadoras de pulpa y hueso
- Despallilladoras de aceitunas

- Bombas sumergibles para alpeorjuo
- Transportadores neumáticos para huesos
- Vibradores de olivos

TALLERES GONZÁLEZ Y PARÍS, S.L.

Tel.: +34 954 016 132 / Mov: +34 606 992 244  
Pol. Ind. Santa Ana, 10 - 41590 La Roda de Andalucía (Sevilla)  
gonzalezyparis@gmail.com - www.talleresgonzalezyparis.com

Únicos Fabricantes Especializados en el Envasado de Aceites desde 1962



**ifamensa**

INDUSTRIAS DE FABRICACIÓN DE MÁQUINAS ENVASADORAS, S.L.

Polig. Industrial Villanueva, Sector 4 • C/ Galileo Galilei, 8, Nave 6  
Tel. 34 976 186 311 Fax 34 976 185 846  
ifamensa@ifamensa.com www.ifamensa.com  
50830 VILLANUEVA DE GÁLLEGO (ZARAGOZA) ESPAÑA



FÁBRICA Y ALMACÉN  
Avda Vicente Piernagorda nº 12  
14850 BAENA (Córdoba)  
Telf: 0034 957 665 115  
e-mail: tacsal@tacsal.com



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

FILTRACIÓN



**GARRIDO MONTERO REPRESENTACIONES, S.L.**

Compra-Venta, Alquiler y Reparación de Maquinaria para Bodegas y Almazaras

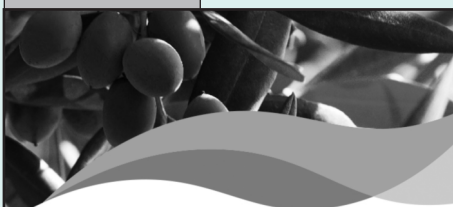
FILTROS ABRILLANTADORES PARA PLACAS DE CELULOSA DE 40x40 PARA ACEITES Y VINOS, DESDE 20 HASTA 100 PLACAS



Tel.: 678 531 111

info@maquinaria-vinicola.com • www.maquinaria-vinicola.com

LABORATORIOS



Expertos en análisis de aceites y grasas



www.laboratorioagrama.com

LABORATORIO DE ANALISIS DE PLAGUICIDAS, HERBICIDAS, ETC.

- Productos ecológicos.
- Aceites.
- Frutas y verduras.

LABORATORIOS ENOQUISA

Laboratorio cumpliendo norma de calidad en 17025, laboratorio acreditado por ENAC

Ctra. de Córdoba Málaga km. 47,5 • 14550 Montilla (Córdoba)  
Tfno. 957-65 48 31 • Fax 957-65 17 61  
email: enoquisa@enoquisa.com • www.enoquisa.com



LABORATORIO DE ANÁLISIS

ESPEJO

Fundado en 1944

Especializados en análisis de grasas y aceites

60 años de experiencia en el sector oleícola nos avalan  
P. I. La Negrilla • C/ Laminadora, Nº 3, Puerta 51 • 41016 Sevilla  
Telf. 954 57 12 21 • Fax 954 57 13 66  
espejo@laboratoriosespejo.com

**OLIVARUM**  
Fundación CAJA RURAL JAÉN  
análisis • aceites • investigación • transferencia • formación

Laboratorio de análisis especializado en aceituna, aceite de oliva y agronómicos. Acreditado por ENAC según Norma ISO 17.025 y reconocido por el COI para el periodo del 1/12/2019 a 30/11/2020

Parque Geolit • C/ El Condado, Manzana 23, 23620 • Mengibar, Jaén  
Telf.: 953 355 430 • olivarum@fundacioncrj.es • www.olivarum.es

**TREICO**

INNOVAMOS PARA TI

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

www.treico.com

**LABORATORIO TELLO**  
A Tentamus Company

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

Acreditados por ENAC según Norma ISO 17.025 (consultar Alcanoe Técnico en www.enac.es). Reconocidos por C.O.I. como Laboratorio de Análisis Físico-Químico y Contaminantes (período del 1 de diciembre de 2019 al 30 de noviembre de 2020).

953 281 116 laboratorio@laboratoriotello.com • www.laboratoriotello.com  
Pol. Ind. Los Olivares, C/ La Inrueta, 8 - 23009, Jaén, España

**PESAJE**

Pol. Ind. "Los Olivares" - C/ Escañuela, 34  
23009 Jaén - Tf: / Fax: 953 28 46 97  
www.imatec31.es - info@imatec31.es

AVANCE, SEGURIDAD Y COMPROMISO

**IMATEC**  
INGENIERÍA, METROLOGÍA Y ASISTENCIA TÉCNICA

**AGRINACO**  
Tecnología de futuro

Conjunto de Limpieza tipo LPV 45 ton/hora, con desfangado de fruto

Tel./Fax: 953 630 116  
Móvil: 606 335 973  
Barrio Colorado, 34  
23220 Vilches (Jaén)  
agrinaco@terra.es  
www.agrinaco.es

**SOFTWARE**

"Gestión de explotaciones agrícolas y cuadernos de campo."

**Agro Cuaderno**

Desarrollado por PROSUR  
www.agrocuaderno.com

La evolución está en nuestro ADN  
Tecnología avanzada para su recepción de aceituna y tratamiento de hueso.

**CALERO**  
INGENIERÍA Y DESARROLLO AGRO-INDUSTRIAL, S.A.

Pol. ASEGRA. C/Almería s/n. 18210 Peligros (Granada) ESPAÑA  
Tel. +34 958 40 50 42 - +34 958 40 50 74. Fax +34 958 40 51 11  
www.calero-group.com

**VIVEROS/CAMPO**

**MORESIL**  
Especialistas en Recolección

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

¿QUIERES PUBLICITARTE EN ESTE ESPACIO Y QUE TE VEA TODO EL SECTOR?

ESCRÍBENOS A  
info@mercacei.com

**JAR** ILDEFONSO ROSA RAMÍREZ E HIJOS, S.L.  
Plantas Receptoras de Aceitunas

**METEGAL**  
Pesaje conforme a METROLOGÍA LEGAL

Certificado UE de Tipo nº 0300-ES-142643001 + 1º Adicional nº 0300-ES-16242001

Ctra. de Cazorla, s/n • Apto. de Correos 44  
23100 • Mancha Real (Jaén) - ESPAÑA  
T: (+34) 953 350 238 • F: (+34) 953 352 736  
jarrr@jarrr.com • www.jarrr.com

Nuevos marcos de Olivar en Seto para fincas de Secano y Regadío Económicos y muy rentables

Infórmate

TODOLIVO

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



## Describen el efecto antitumoral de dos componentes minoritarios del AOVE cuando actúan de manera conjunta

Investigadores del Departamento de Ciencias de la Salud de la Universidad de Jaén (UJA) han descrito el efecto antitumoral que tienen dos componentes minoritarios del aceite de oliva virgen extra cuando actúan de forma conjunta.

Varios estudios relacionan la Dieta Mediterránea y la ingesta de AOVE con un menor riesgo de varias enfermedades crónicas, incluido el cáncer de mama. Muchos de ellos describieron propiedades antitumorales de compuestos minoritarios aislados presentes en el aceite de oliva virgen extra, pero las propiedades beneficiosas del mismo surgen de los efectos de todos sus compuestos actuando conjuntamente.

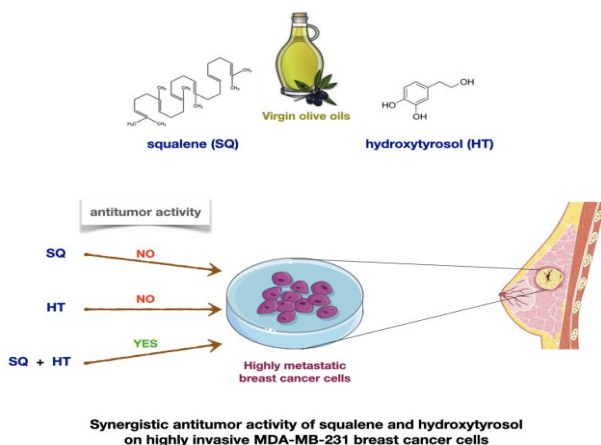
Esta investigación ha sido realizada por el catedrático de Inmunología de la UJA, José Juan Gaforio, junto a los investigadores de la UJA Cristina Sánchez Quesada, Francisco Gutiérrez Santiago y Carmen Rodríguez García. El estudio ha sido publicado por la prestigiosa revista *Nutrients*, y ha contado con financiación procedente de la Junta de Andalucía (Proyecto de Excelencia PI10-AGR-6724).

El objetivo del presente estudio fue probar los efectos antitumorales de dos compuestos minoritarios, el hidroxitirosol (HT) y el escualeno (SQ), en células tumorales de mama humanas altamente me-

tastásicas (MDA-MB-231), cuando actúan en combinación.

Ambos compuestos aislados fueron analizados previamente sin mostrar ningún efecto antitumoral en células de cáncer de mama altamente invasivas, pero los presentes resultados muestran que el HT a 100  $\mu$ M, combinado con diferentes concentraciones de SQ, ejerce efectos antitumorales. Cuando se combinan, HT y SQ pueden inhibir la proliferación celular, promueven la apoptosis (muerte celular) y el daño del ADN en las células de cáncer de mama metastásico. Por lo tanto, los resultados de esta investigación sugieren “que las propiedades promotoras de la salud del AOVE pueden deberse, al menos en parte, a la acción combinada de estos dos compuestos menores”, ha subrayado Gaforio.

Asimismo, ha afirmado que los resultados demuestran “que la menor incidencia de cáncer de mama que se ha asociado con la ingesta de AOVE puede ser una consecuencia de la actividad sinérgica de diferentes compuestos minoritarios, en lugar de la acción de un solo compuesto aislado”. Sin embargo, ha asegurado que “no se puede extrapolar resultados obtenidos in vitro a poblaciones humanas. Por esta razón, se necesitan más estudios para confirmar su posible papel preventivo”.



## La cadena de alimentación y gran consumo pide que el alta laboral por COVID sea automática

Las organizaciones AECOC, FIAB, Cooperativas Agro-alimentarias de España, ACES, ANGED, ASEDAS, Hostelería de España y Marcas de Restauración, han trasladado a los ministerios de Sanidad, Trabajo, Comercio, Industria y Turismo, Agricultura y Seguridad Social su preocupación por la situación generada por la gestión de las bajas laborales en la actual ola de contagios por COVID, así como para reclamar medidas que eviten que la falta de personal afecte al correcto funcionamiento del sistema productivo.

Estas organizaciones han explicado que el incremento de las bajas de trabajadores registradas en las empresas del sector supone un gran problema administrativo ante las dificultades que éstos encuentran para obtener el alta médica, debido a la congestión que sufre la Atención Primaria. En concreto, han precisado que se calcula que 1 de cada 7 de los trabajadores que está de baja en este momento podría reincorporarse de inmediato, pero no lo hacen al no conseguir la autorización médica.

Además, a su juicio, la decisión tomada por algunas Comunidades Autónomas en relación a conceder bajas telefónicas en base a auto-test de antígenos está suponiendo un problema añadido de gestión de las altas, que sí deben obtenerse de manera presencial en los centros de salud.

También han reclamado que se reduzcan los periodos de cuarentena a los mínimos indispensables para garantizar la correcta gestión de la pandemia en base a la información científica disponible y a la experiencia acumulada durante los últimos dos años de pandemia.

Según sus datos, sólo el comercio alimentario supera en este momento las 20.000 bajas laborales, “una cifra que aumenta a diario y que complica enormemente la gestión de las empresas”.



# Los beneficios del aceite de oliva a largo plazo, avalados por una investigación estadounidense

Investigadores de la Escuela de Salud Pública de Harvard, entre los que se encuentra el catedrático de Medicina Preventiva de la Facultad de Medicina de la Universidad de Navarra e investigador del CIBERobn Miguel Á. Martínez-González, asocian “por primera vez en EEUU una mayor ingesta de aceite de oliva con un menor riesgo de mortalidad total y por causas específicas”.

El estudio, titulado “Consumo de aceite de oliva y riesgo de mortalidad total y por causas específicas en adultos estadounidenses”, publicado en la revista *Journal of the American College of Cardiology (JACC)*, también revela que la sustitución de otras grasas por una cantidad equivalente de aceite de oliva reduce la mortalidad prematura.

“La investigación se desarrolló usando datos de los estudios estadounidenses más conocidos y solventes en nutrición, que son la cohorte de las enfermeras, con 60.582 mujeres participantes, y la de los profesionales sanitarios, con 31.801 varones voluntarios. Los trabajos están dirigidos desde la Universidad de Harvard y cuentan con un seguimiento de 28 años, durante los que se verificaron más de 36.000 fallecimientos y se identificó su causa”, ha explicado el profesor Martínez-González, catedrático visitante en la misma universidad desde 2016.

Según ha precisado el investigador, “po-



drían surgir dudas al pensar que el hecho de consumir aceite de oliva fuese solo un marcador global de vida sana. Sin embargo, la abundante información recogida de estos participantes cada dos años, que incluye una extensa valoración nutricional repetida cada cuatro años, así como los muchos otros aspectos de la dieta y el estilo de vida estudiados, permiten identificar con validez cuál es el efecto propio a largo plazo del consumo de aceite de oliva, una vez que se equiparan los participantes por edad y por una multitud de otros factores”.

El trabajo fue liderado por los investigadores Marta Guasch-Ferré y Frank Hu y también participó la Universidad Rovira i Virgili. En concreto, se comparó el consumo de aceite de oliva en distintas categorías y se observó que, a igualdad de las otras características, quienes más aceite de oliva consumían presentaban reducciones relativas del

19% en mortalidad cardiovascular, del 17% en mortalidad por cáncer, del 29% por enfermedad neurodegenerativa y del 18% por mortalidad respiratoria.

Martínez-González ha añadido que “además, se observó que la sustitución de 10 gramos al día de otras grasas, como la margarina, la mantequilla, la mayonesa o las grasas lácteas, por aceite de oliva, se asociaba a un riesgo entre un 8 y un 34% menor de mortalidad total y por causas específicas”.

Estos resultados avalan los ya obtenidos para el aceite de oliva y la Dieta Mediterránea en otras investigaciones pioneras en España, como son el estudio SUN (Seguimiento Universidad de Navarra), con 23.000 participantes y el ensayo PREDIMED (Prevención con Dieta Mediterránea), con más de 7.000 participantes y seguimiento solo a cinco años. Aunque estos y otros estudios previos ya permitían recomendar el aceite de oliva y la Dieta Mediterránea para la prevención cardiovascular, “no pudieron identificar una relación tan directa a largo plazo entre consumo de aceite de oliva y reducción de mortalidad prematura”, ha asegurado.

A su juicio, “los nuevos resultados estadounidenses resultan decisivos para confirmar los efectos preventivos a más largo plazo sobre la mortalidad prematura. Al ser un trabajo tan robusto ayudan, sin duda, a afianzar los consejos nutricionales que venimos dando”.

Pincha aquí para leer y descargar el “Especial Mercacei Día Mundial del Olivo 2021”





## La IGP Aceite de Jaén realiza un balance “muy positivo” de su primer año y confía en seguir creciendo en 2022

La Indicación Geográfica Protegida Aceite de Jaén ha realizado un balance “muy positivo” de su primer año de actividad, en el que ha comenzado a certificar sus primeros aceites y ha participado en numerosas actividades de promoción.

La IGP ha participado por primera vez en Expoliva, celebrada de forma extraordinaria en septiembre, y en la Fiesta del Primer Aceite de Jaén en Pamplona y Baeza, donde llevó a cabo la primera cata con sus aceites certificados. La entidad también ha llevado su actividad promocional al Salón de Goumets de Madrid, San Sebastian Gastronomika o el Simposio Internacional sobre Aceite de Oliva y Salud organizado por las Universidades de Yale y Jaén.

Uno de los momentos más importantes del año fue la entrega de las placas identificativas a los inscritos en la IGP, celebrado en el mes de noviembre, que supuso el primer gran acto oficial organizado por la entidad, que ha recibido una respuesta “muy positiva” por parte de todo el sector oleícola.

La IGP también ha acompañado a sus inscritos en numerosos eventos de relevancia, como la Fiesta de la Aceituna de Martos, las jornadas técnicas de “Origen España” celebradas en Sierra Mágina, la presentación de la segunda fase del proyecto “Oliveros Vivos” en Madrid, el Premio de Cocina con AOVE “Jaén, paraíso interior” o la cata-concurso “Jaén Selección 2022”, donde seis de las ocho cooperativas y almazaras seleccionadas están inscritas en la entidad.

También han comenzado las jornadas de cata y maridaje con una actividad en la Escuela de Hostelería Santa María de Belén de Huelva, una línea de trabajo que se va a potenciar de forma importante a lo largo de 2022.

Entre los objetivos de la entidad para 2022 figuran evaluar la actual campaña oleícola para mejorar los procedimientos en el seno de CertiÓleo, continuar con la labor de difusión de la propia IGP, ayudar a los inscritos a conseguir aceites susceptibles de ser calificados y llevar a cabo una intensa campaña de promoción de los AOVes certificados.

### Aumento de inscritos

La IGP ha subrayado que 2021 ha sido el año en el que su proyecto se ha hecho realidad con la certificación de sus primeros aceites y un importante aumento de los inscritos, que en la actualidad suman 49. “Estamos convencidos de que se unirán muchas más entidades en 2022, ya que los inscritos actuales están satisfechos con los primeros pasos que estamos dando en la IGP”, ha afirmado Miguel Soto, secretario general de la IGP Aceite de Jaén.

El proyecto también ha avanzado a nivel institucional con la constitución de su Consejo Regulador el pasado 5 de noviembre y la elección de Manuel Parras y Pedro Melgarejo como presidente y vicepresidente, respectivamente. Tras llevar a cabo un proceso electoral con amplia participación fueron elegidos los 12 vocales que van a dirigir la entidad durante los próximos cuatro años.

Los responsables y técnicos del Consejo Regulador se han puesto a disposición de todas las entidades para resolver dudas acerca de la inscripción, que se puede tramitar de forma *on line* a través de su web.

## Asolite estima una reducción del 20% del aforo de la Junta de Andalucía

La Asociación del Olivar Tradicional Español (Asolite) estima una reducción aproximada de un 20% respecto al aforo de la Junta de Andalucía hecho público a finales del mes de septiembre. “Lamentablemente, los efectos de la sequía han provocado una considerable pérdida de aceituna en nuestros oliveros, aunque también es cierto que han aumentado los índices de rendimiento, si bien lo uno no compensa lo otro”, ha señalado el presidente de la entidad, Francisco Guerrero.

Cabe recordar que, según los datos oficiales de aforo de la cosecha del olivar para la campaña 2021/22 del pasado mes de septiembre, se espera una producción de aceituna de almazara en esta Comunidad de 5.256.000 toneladas de las que se obtendrán 1.050.300 t. de aceite de oliva, lo que supone un descenso del 5,5% respecto a la temporada anterior y un 4,5% menos que la media de las cinco últimas.

Desde la asociación han asegurado que continúan a la espera de que se impulsen con “urgencia” medidas tales como la correcta aplicación de la Ley de la Cadena Alimentaria; la elaboración de un etiquetado claro para el consumidor; la diferenciación en calidad y precios de los AOVes por contenido en polifenoles incluyéndolos en el etiquetado; o el desarrollo de campañas de promoción y formación más efectivas.

A su juicio, éstas serían algunas de las medidas propuestas “para incentivar un aumento del precio a medio y largo plazo, además de la reducción de los costes de producción del olivar tradicional para que no pierda competitividad frente a otras modalidades de cultivo”.

“Lo que deben tener en cuenta los responsables de calcular un aforo es que la cantidad que se establece afecta a la estabilidad de los precios, siendo inversamente proporcional”, ha indicado Guerrero.





# Las indemnizaciones al olivar por los siniestros de 2021 crecieron un 219%

Las indemnizaciones de Agroseguro a los agricultores asegurados por los siniestros producidos durante el año 2021 superaron los 722 millones de euros, un 23% más que el año anterior. En el caso del olivar, se situaron en 16,6 millones de euros, frente a los 5,2 millones de euros de 2020, lo que supone un incremento del 219%.

La entidad aseguradora ha explicado que este incremento se explica por la reiteración y gravedad de los fenómenos meteorológicos adversos durante 2021. El campo español ha sufrido los efectos de extremas heladas y nevadas durante el invierno y el comienzo de la primavera, seguidas durante los siguientes meses de intensas borrascas cargadas de viento y lluvia, tormentas de pedrisco, inundaciones y olas de calor. Además, durante agosto y septiembre se produjeron dos depresiones aisladas en niveles altos (DANA) que causaron graves daños por su amplia extensión geográfica, afectando a una decena de Comunidades Autónomas al mismo tiempo.

Como resultado, a nivel general, 2021 se cerró con la segunda cifra más alta de indemnización en los 42 años de historia del seguro agrario, sólo superada por el año 2012, en el que, además de otros riesgos, se vivió una grave sequía. Por tanto, según Agroseguro, la cifra alcanzada en 2021 resulta especialmente reseñable, ya que se ha registrado en un año con poca incidencia de daños por sequía.

En el caso del olivar, y por Comunidades Autónomas, las indemnizaciones ascendieron a 9,33 millones de euros en Andalucía; 3,57 millones de euros en Castilla-La Mancha; 2 millones de euros en Extremadura; 450.000 euros en Cataluña; y 300.000 euros en Madrid. En total, se han declarado siniestros cuya superficie alcanza las 57.672 hectáreas.

## Adversidades por meses

Según el informe de Agroseguro, la enorme cantidad de nieve caída en enero, junto con el extremo descenso térmico provocado por la borrasca Filomena, afectó a numerosas explotaciones olivereras situadas en Castilla-La Mancha, Cataluña y Comunidad de Madrid. Al ser el olivo un árbol de hoja perenne, se produjo una gran acumulación de nieve en sus copas, cuyo peso provocó la rotura de ramas principales que soportan a otras secundarias en las que encuentra la producción.

Estos daños a la plantación fueron agravados por heladas que afectaron a la estructura leñosa -madera- de los árboles, así como a frutos -pérdida de peso por deshidratación- de cosechas que estaban aún pendientes de recolección. Las heladas de estas características son más uniformes en la parcela: provocan defoliaciones y afectan principalmente a plantaciones jóvenes y plantones.

Asimismo, en el mes de julio se produjeron algunos pedriscos en Castilla-La Mancha, así

como un aumento moderado de los daños provocados por las heladas de meses atrás; mientras que en agosto la actividad tormentosa afectó a la producción de aceituna de Castilla-La Mancha, Extremadura y Andalucía. En esta última Comunidad, el pedrisco ocasionó daños importantes en más de 2.500 hectáreas de cultivo en las provincias de Córdoba y Jaén.

En septiembre, la superficie siniestrada este mes -18.347 hectáreas- representa casi la mitad de toda la acumulada en los nueve meses transcurridos del año. El pedrisco fue la causa principal de este incremento, aunque otras adversidades climáticas también contribuyeron. Por Comunidades, las producciones de Andalucía, Castilla-La Mancha, Extremadura y Región de Murcia fueron las más castigadas por estos fenómenos meteorológicos.

A su vez, en octubre se produjo una disminución del rendimiento en varias zonas de producción de Andalucía y Castilla-La Mancha debido a diferentes adversidades climáticas en varios momentos del ciclo de cultivo que causaron pérdidas de cosecha.

Finalmente, en noviembre y diciembre, de forma análoga a lo ocurrido en octubre, se produjeron declaraciones de siniestro próximas a la recolección de la cosecha por adversidades climáticas, consecuencia de la errática evolución del cultivo a lo largo del año, según Agroseguro.



10 RAZONES PARA AMAR EL ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

VEN LOS DÍAS 21, 22 I 23 DE ENERO DE 2022

LES BORGES BLANQUES

O CONÉCTATE A FIRAOLI.CAT



más información  
www.firaoli.cat



## LIFE Resilience destaca las prácticas sostenibles desarrolladas en sus fincas demostrativas

LIFE Resilience, proyecto cofinanciado por el programa LIFE de la Unión Europea (UE) cuyo principal objetivo es la prevención de la *Xylella fastidiosa* en explotaciones de alta densidad tanto de olivar como de almendro, continúa con los trabajos que permitan a los agricultores adaptarse a las nuevas exigencias de la agricultura moderna, como es el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas.

Así lo ha explicado la directora del proyecto, Teresa Carrillo, quien ha afirmado que “en las fincas demostrativas de LIFE Resilience, ubicadas en España, Portugal e Italia, se llevan a cabo buenas prácticas sostenibles que fomentan la consecución de los ODS, como es el caso del uso de métodos naturales para el control de insectos vectores, la aplicación de estrategias de riego que reducen el consumo de agua y energía y la implementación de cultivos de cobertura que aumentan la fijación de carbono”.

“Esta iniciativa es un claro ejemplo del valor de las alianzas entre empresas, asociacio-

nes de agricultores, universidades y centros de investigación, lo cual está muy en línea con el ODS 17”, ha añadido Carrillo.

Los ODS son 17 retos impulsados por la ONU con el fin de que los 170 países que la componen y territorios de todo el planeta encaminen sus estrategias empresariales a garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles, erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar que toda la sociedad disfrute de paz y prosperidad. Por ello, “un proyecto como LIFE Resilience no puede quedar fuera de este compromiso planetario y con los trabajos realizado está poniendo su granito de arena para que todo el olivar apueste por sistemas productivos respetuosos con la sociedad, los productores y el medio ambiente”, han subrayado sus impulsores.

De forma concreta, este proyecto contribuye a cumplir con un buen número de las metas fijadas por Naciones Unidas para cada uno de sus ODS como, por ejemplo, una producción y consumo sostenible, la adopción

de medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos o la gestión sostenible de los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad, entre otras.

En definitiva, LIFE Resilience está investigando para adaptar los modelos actuales a sistemas producción de alimentos cada vez más sostenibles mediante prácticas agrícolas más resilientes. De esta forma, el proyecto se compromete con el planeta y la sociedad, “demostrando que tiene la capacidad de aplicar mejores prácticas y tecnologías sostenibles para los agricultores, aumentando la biodiversidad y la resistencia a los patógenos de sus cultivos sin un rendimiento comprometido”.

Este proyecto pretende ser un modelo replicable de mejores prácticas para el olivo, el almendro y otros cultivos leñosos, como los sistemas de producción de cítricos y vid en Europa, aumentando su capacidad de adaptación al cambio climático y futuras epidemias.

## Infaoliva y Ayanet firman un convenio para impulsar la digitalización de las industrias oleícolas

La Federación Española de Industriales Fabricantes de Aceite de Oliva (Infaoliva) ha suscrito un convenio de colaboración con la empresa de servicios informáticos Ayanet con el objetivo de impulsar la digitalización de las industrias oleícolas.

Ayanet ha desarrollado NutriNAV, un software específico para las fábricas de aceite de oliva capaz de conseguir una completa gestión informatizada para estas industrias que permite la integración en una única plataforma de todas las empresas de la cadena de valor del sector, desde la fabricación, hasta el transporte y la exportación.

La secretaria general de Infaoliva, Ana

Martínez, y el gerente de Ayanet, Juan Carlos Marín, han sido los encargados de rubricar este acuerdo comercial que contempla, asimismo, la prestación de un asesoramiento profesional e importantes ventajas comerciales para asociados en la implantación de este software de gestión específico.

Martínez se ha referido a la digitalización como “la gran aliada para seguir avanzando en la competitividad, la calidad y la comercialización del aceite de oliva”.

Ayanet TIC es una empresa del Grupo Ayanet que nace en 1985

con el objetivo de ayudar a las empresas con sus sistemas de información y está especializada en la realización de soluciones para los sectores agroalimentario y de la distribución.



DEL 2 AL 5 DE MARZO 2022

# AGROEXPO

FERIA INTERNACIONAL

[www.feval.com/agroexpo](http://www.feval.com/agroexpo)



FEVAL | Institución Ferial de Extremadura

**JUNTA DE EXTREMADURA**

Consejería de Agricultura, Desarrollo Rural,  
Población y Territorio

Patrocina:



cajalmendralejo



## Fábrica do Azeite, un nuevo espacio en Oporto para descubrir el AOVE portugués

**Acushla** ha abierto en el corazón de la ciudad portuguesa de Oporto la **Fábrica do Azeite**, un nuevo espacio de 120 metros cuadrados para descubrir el aceite de oliva virgen extra portugués, así como otras delicias regionales, que alberga una micro-almazara para que los visitantes puedan conocer cómo se procesan las aceitunas y degustar *in situ* el oro verde elaborado.



Según sus impulsores, **Fábrica do Azeite** es embajadora de la segunda región productora de aceite de oliva del país -200.000 hectáreas, lo que supone el 15% de la producción nacional- y donde se concentra la mayor parte de los olivares tradicionales.

El aceite de oliva virgen extra ecológico de Trás-os-Montes y Alto Douro es el protagonista de este nuevo espacio, especialmente de la marca **Acushla**, si bien contará permanentemente con otros productos gourmet tales como miel, quesos, vinos, frutos secos y mermeladas de gran calidad y origen ecológico, procedentes principalmente de Trás-os-Montes y Alto Douro, pero también de otras partes del país, que se podrán degustar en el establecimiento.

Una de las características distintivas de **Fábrica do Azeite** es que alberga una micro-almazara que permitirá a los clientes conocer cómo se elabora el AOVE *in situ* (en horarios previamente definidos) y degustarlo al momento.

La decoración del nuevo espacio, a cargo de **Stylelab**, apuesta por los tonos na-



turales, con una estética más industrial en la zona de la almazara. En la ventana principal, un vaso de vidrio de 5 metros proporciona el hábitat para que dos olivos crezcan y se conviertan en la tarjeta de presentación más auténtica de la **Fábrica do Azeite**.

La apuesta de **Joaquim Moreira** -administrador de **Acushla**- por crear este nuevo espacio en el corazón de la ciudad "invicta" no es ajena al hecho de que el aceite de oliva de Trás-os-Montes, un producto con Denominación de Origen Protegida, aumentó

sus ventas alrededor del 23% en 2020 y ya representa cerca de 30 millones de euros para la economía nacional.

"**Fábrica do Azeite** ha nacido para poner en valor el aceite de oliva, una de las culturas más destacadas de la región y que es fundamental para su economía. Esta inversión está en línea con la estrategia de expansión de nuestra marca, pero también pretende servir de escaparate para otras marcas de Trás-os-Montes y Alto Douro", ha resaltado este emprendedor textil que desde 2004 ha hecho del olivar su pasión.



## Gran manifestación en Madrid el 20 de marzo en defensa del mundo rural

Las organizaciones profesionales agrarias Asaja, COAG y UPA, la Real Federación Española de Caza (RFEC) y Alianza Rural han anunciado una gran manifestación del mundo rural, que tendrá lugar el 20 de marzo en Madrid.

El presidente de Asaja, Pedro Barato; el secretario general de COAG, Miguel Padilla; el secretario general de UPA, Lorenzo Ramos; el presidente de RFEC, Manuel Gallardo; y el presidente de Alianza Rural, Fermín Bohórquez, han coincidido en que el 20-M constituye una gran cita para apoyar un mundo rural vivo y para que el campo sea un espacio para vivir dignamente, comprendido y valorado desde el mundo urbano.

El presidente de Asaja, Pedro Barato, ha declarado que su organización está comprometida con esta manifestación “porque el mundo rural necesita salir a la calle para denunciar los atropellos de los que es objeto y reivindicar otros temas que son de justicia”. En concreto, se ha referido a la reforma laboral que prepara el Gobierno -“que no es la que necesita el sector”- o a la regulación de las tarifas eléctricas, donde el sector agrario “es el único que sin utilizar la luz tiene que pagarla. Que dejen de utilizar a la España vaciada y otorguen un tratamiento acorde a la situación que vive el mundo rural”, ha concluido.

Por su parte, el secretario general de COAG, Miguel Padilla, ha afirmado que el Plan Estratégico de la nueva PAC enviado a Bruselas “no responde a las necesidades de los agricultores profesionales. Se deben priorizar los apoyos a aquellos activos agrarios que viven de su trabajo en el campo y generan verdadera economía real en el medio rural. Sin sostenibilidad económica de las explotaciones agrarias profesionales difícilmente habrá sostenibilidad social y medioambiental”.

Desde UPA, Lorenzo Ramos ha considerado que “no podemos permitir que ningún

joven que quiera vivir y trabajar en su pueblo se vea obligado a abandonarlo. Tenemos que hacer lo que haga falta para favorecer el relevo generacional”. A su vez, ha destacado la “gravísima” coyuntura que atraviesan la agricultura y la ganadería debido a la falta de precios justos y el incremento de los costes de producción.

Por su parte, el presidente de la RFEC, Manuel Gallardo, ha expresado la preocupación del sector cinegético “ante la deriva anticaza del Gobierno de España, que desprecia a la caza como actividad generadora de economía, fijadora de empleo y sustento de muchas poblaciones rurales, además de aportar enormes beneficios sociales, culturales, económicos y medioambientales, y que está fuertemente arraigada a la cultura española”. Igualmente, a su juicio, “el Gobierno obvia el impacto negativo que tendría el abandono de la caza en España desde la perspectiva socio-económica, pero sobre todo de conservación de nuestros ecosistemas”.

Finalmente, el presidente de Alianza Rural, Fermín Bohórquez, ha realizado un alegato en defensa de un mundo rural vivo y ha señalado que “no es admisible que se legisle a nuestras espaldas, desde una visión urbanita desconocedora de la realidad del campo y del mundo rural, perjudicando nuestros intereses y empujando a nuestros pueblos al abandono o a convertirlos en museos para visitar los fines de semana”.

## Convocado el XIII Premio Agustí Serés “In memoriam”

La familia Serés Santamaría ha convocado la XIII edición del Premio Agustí Serés “In memoriam” a la promoción y difusión de la cultura del aceite de oliva con originalidad y recursos limitados, cuyo objetivo es reconocer la labor, individual o colectiva, de promoción y difusión de la cultura del aceite de oliva realizada en el territorio español en los últimos tres años.

Según las bases del concurso, se valorará especialmente la originalidad y los recursos empleados, siendo prioritarias aquellas actuaciones que sin grandes medios comporten un mayor compromiso de los implicados en la iniciativa.

Así, podrán optar al premio -el plazo finalizará el 28 de marzo- todas aquellas personas y entidades públicas o privadas que en el territorio español, y en los últimos tres años, hayan realizado una labor destacable en aspectos relativos a la promoción y difusión de la cultura del aceite de oliva, ya sea de forma individual o colectiva.

La temática está abierta al mundo del aceite de oliva, incluyéndose las referentes al olivo, con sus distintas variedades autóctonas y su monumentalidad, las labores del campo, la agricultura ecológica y las nuevas tecnologías, la historia, costumbres, tradiciones y museos, la gastronomía, la conservación del patrimonio o la divulgación y comunicación, entre otras.





## El aceite de oliva, el producto gourmet español más consumido en Colombia

El producto gourmet español más consumido en Colombia es el aceite de oliva, siendo el más popular si se compara con aceites de otras procedencias. El consumo de este producto se considera que está democratizado, al estar bastante expandido por todo el territorio. Sin embargo, el aceite de oliva virgen extra sí conserva esa percepción de producto gourmet siendo consumido por los estratos altos de la sociedad, encontrándose en supermercados y establecimientos especializados, según un estudio de ICEX España Exportación e Inversiones.

En el periodo entre 2015 y 2020, el consumo de aceite de oliva ha crecido en Colombia un 64,5%, mientras que el consumo del aceite de palma y aceite maíz ha decrecido un 27,6% y un 11% respectivamente. Se espera que en 2023 el mercado alcance los 4,7 millones de litros. Esto quiere decir, según ICEX, que ha habido un cambio en el criterio de compra del consumidor colombiano, optando por productos más saludables como es el aceite de oliva.

El consumidor colombiano de aceite de oliva se caracteriza por un alto poder adquisitivo, una edad comprendida entre los 30-45 años, con un estilo de vida saludable, que conoce los beneficios del producto y con una preferencia hacia cocinar en casa. Las variedades más consumidas en el país son arbequina, hojiblanca y picual.

El precio es la variable más importante a la

hora de adquirir este producto. Otras variables que influyen en su compra son las búsquedas por productos saludables (el aceite de oliva es percibido como un aceite más sano y que ofrece mayores beneficios nutricionales) y la localización (el mayor consumo de aceite de oliva se da en las ciudades de Bogotá -que concentra el 60% de las ventas-, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga, ya que es donde hay mayor concentración de supermercados y tiendas delicatessen).

Las importaciones totales de aceite de oliva en Colombia alcanzaron en 2020 los 26,49 millones de dólares. Por países, el mercado se encuentra dominado por España, país de origen de prácticamente el 90% de las importaciones.

Según este informe, los productos procedentes de España se relacionan con calidad y alta gastronomía y, en los últimos años, la presencia de artículos españoles ha aumentado a la vez que ha crecido el mercado gourmet en Colombia, muestra de la importancia del producto español en este mercado.

### Tendencias

Entre las oportunidades del sector del aceite de oliva en Colombia, el estudio destaca el comercio electrónico, que puede promover las ventas al por menor. Una de las consecuencias de la pandemia es que el consumidor se vio obligado a utilizar el canal online para realizar sus compras. Esto hizo que los

hábitos de consumo cambiasen y cada vez son más los usuarios del comercio electrónico. La plataforma más usada en Colombia es Rappi pero también existen otras como Merqueo que están ganando popularidad. A su juicio, apostar por este tipo de canales puede ser una oportunidad de posicionamiento del producto siendo incluso posible venderlo desde España.

También subraya la tendencia hacia el consumo de productos Premium o gourmet, lo que amplía la oferta de productos. Esto quiere decir que hay una oportunidad para afianzar la posición de producto gourmet dando lugar a un aumento de las ventas. Esto será resultado de la mejora del canal de venta al por menor que, a través del aumento de su portafolio, fomentan también la cuota de valor.

Asimismo, debido a la expansión de los establecimientos hard discount y a los establecimientos especializados en productos gourmet, cada vez son más la existencia de marcas blancas que ofrecen un producto de calidad a un menor precio. En este sentido, señala que el aceite de oliva va a estar más al alcance de los consumidores colombianos, lo que quizás haga que pierda esa concepción de producto gourmet. Por ello, cree que es importante realizar una buena campaña de comunicación en el que se resalten las ventajas del aceite de oliva virgen de origen español y se mantenga el posicionamiento.

## ¿Quieres iniciar o consolidar la presencia de tu AOVE en el mercado francés?

ICEX España Exportación e Inversiones organizará un Pabellón de España en la feria SIAL Paris que tendrá lugar en la capital francesa del 15 al 19 de octubre. Tras la cancelación de la edición de 2020 por el COVID-19, la organización espera que este año se batan récords de participación.

La muestra, de carácter bienal y dirigida a un público exclusivamente profesional, es la primera red mundial de salones con una cobertura geográfica muy amplia: Europa, América del Norte, América del Sur, Oriente Medio y Asia. Con esta fuerte presencia mundial, el salón ha desarrollado no sólo un conocimiento muy im-

portante del conjunto de los protagonistas del sector, sino que también se ha convertido en un observador privilegiado y reconocido de las tendencias y las innovaciones en todos los rincones del mundo, según ha destacado ICEX, cuya convocatoria para el pabellón español finalizará el próximo 21 de enero.



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

tra, ecológico, oliva, otros tipos de aceites y marcas blancas. Se señala, en cada envase, el precio más bajo y el más alto expuesto en los lineales. Las ofertas se señalan con: (Of.)  
Ultima revisión de precios: 31 de diciembre de 2021.

### Aceites de oliva virgen extra ecológica (Precio euros)

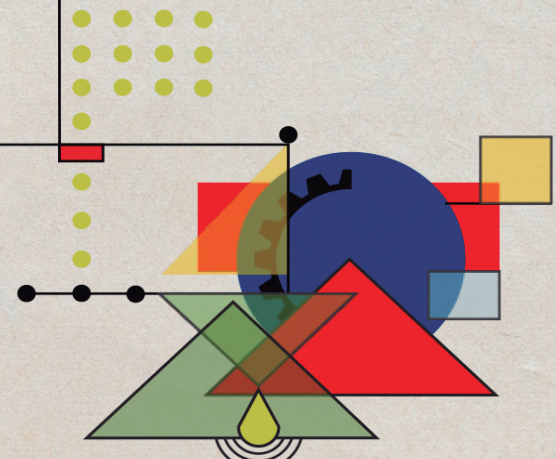
MARCA	LATA 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA 1 L.	CRISTAL 3/4 L.	CRISTAL 1/2 L.
Alhema de Queiles		33,00 (3 l.)			8,95
Baeturia Organic Morisca/Carrasqueña					10,00
Belvis de las Navas					23,90
Borges		3,50			4,29/5,68
Calandina Ecológico			5,99		
Campomar Nature Bio	19,25 (2,5 l.)	5,99	5,99		
Carbonell Eco				5,59 (Of.)/6,55	5,95
Carrefour Eco				3,32	5,30
Castillo de Canena Picual Biodinámico					21,50
Castillo de Tabernas	50,00	76,50 (cristal 5 l.)		13,25 (Coupage)	
Coosur Ecológico			6,69		
Dcoop Ecológico			5,99		
El Corte Inglés Ecológico				4,56	5,59
El Lagar del Soto	25,99				5,20 (lata)
Eolea Ecológico				8,75	
Finca La Torre		36,00 (lata 2,5 l.)			18,90
Flor de Olivo Ecológico					2,99
Hacienda Guzmán Ecológico					21,00
LA Organic				16,50 (lata)	14,95
L'Estornell Eco			13,00	14,50	13,90
La Española Ecológico				3,99	4,70
Luque	31,50	34,75 (lata 3 l.)			
Maestros de Hojiblanca Eco.			6,99		
Núñez de Prado	39,00				7,47/8,27
N Organic					14,50
Olivar de Segura	27,99		7,77	7,10	11,00
Oro Bailén Eco.					11,95/13,42
Oro del Desierto Ecológico					6,25
Oro de Génave			5,65		6,34
Padilla Oliva Bio	50,00		13,00	7,95 (lata)	7,15
Pago de Quirós				12,50	
Pago Piedrabuena				7,50	
Parqueoliva				5,00	
Rincón de la Subbética			6,50		
Románico Ecológico				4,25	
Señorío de Vizcántar Ecológico			6,50		5,98
Sierra de Génave				4,50	
Soler Romero					8,50
Veá (Lérida)	54,00	7,90 (0.370 l.)	15,00	5,80 (frasca 0,25 l.)	8,25
Verde Mágina Ecológico	27,55				2,99
Vieiru		20,50 (lata 3 l.)			13,50

### Aceite de orujo de oliva (euros)

MARCA	GRADOS	ENV. 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA
Capicúa	0,4	9,92		1,84/1,94
La Masía Lindoliva		12,77		1,92

### Aceite de oliva (Precio euros)

MARCA	GRADOS	LATA 5 L.	ENVASE 5 L.	ENVASE 2 L.	BOTELLA 1L
Abril		26,70			3,73
Borges			24,95		4,99/5,12
Carbonell	0,4°	25,95	17,94/24,45	9,95	3,98/4,99
Coosur Sabor			19,94	5,70	3,69/4,29
Coosur Suave			19,94		3,69/4,29
Dintel	0,4°/1°		19,99		3,68
La Española Sabor Suave	0,4°	21,99	21,50/24,40	5,70	4,99
La Española Sabor Intenso	1°	15,40	21,50/24,40		4,99
La Masía Suave	0,4°		16,45/21,99	13,74 (3 l.)	4,31/4,59
La Masía Sumum			16,45/21,99	13,74 (3 l.)	4,31/4,59
Ybarra Suave		23,99	17,99	9,49 (3 l.)	4,59
Ybarra Más Sabor			17,99	9,95 (3 l.)	4,59



## La extracción convertida en arte.

**centrifugación alemana**

[www.centrifugacionalemana.com](http://www.centrifugacionalemana.com)



## SE VENDEN

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

**Teléfono: 625 683 192**

## SE VENDE

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

**Más información: 958 463 046**

## SE BUSCA

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

Trabajo para todo el año, incorporación inmediata. Maquinaria GEA-Westfalia Separator. Mínima experiencia 5 años en puesto similar.

**Más información: 630 825 235**

## VENDEMOS

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

**Más información: 639 662 170**

## SE BUSCA

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

**Más información: info@sagazextra.com**

## SE VENDEN

Decánters de 2º uso reparados y sin reparar.

**Teléfono: 680 690 618**

## SE VENDE

Diverso material de laboratorio.

**Más información: 618 753 164 (Pilar)**

## VENDEMOS

Decánters usados de distintas marcas en buen estado de funcionamiento.

**Más información: 630 900 805**

## SE VENDEN

Limpiadoras y lavadoras usadas de distintas marcas, así como cintas transportadoras usadas de diferentes medidas.

**Interesados, llamar a: 958 405 042 / 958 405 074**

## SE VENDE

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

**Teléfono: 680 714 391**

## SE BUSCA

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

Se requiere ser autónomo o con empresa propia.

**Teléfono: 661 500 154**

## SE VENDE

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

**Interesados, llamar al 957 600 150**

[www.treico.com](http://www.treico.com)

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

## La WOOE convoca la cuarta edición de los "Olive Oil Delicatessen Awards"

La World Olive Oil Exhibition (WOOE) ha convocado la cuarta edición de los "Olive Oil Delicatessen Awards", cuyo objetivo es premiar la excelencia de los productos elaborados con aceite de oliva.

La organización establece cinco categorías: "Aceite de oliva como ingrediente principal"; "Aceite de oliva como in-

grediente mejorante"; "Aceite de oliva como elemento de conservación"; "Cosméticos y productos de belleza que contengan aceite de oliva"; y "Premio especial a la innovación".

El objetivo de este certamen, cuyo plazo de participación estará abierto hasta el 11 de febrero, es poner en valor a aquellos

profesionales, empresas, proyectos y productos que a través de sus acciones y propuestas contribuyen a mejorar y desarrollar el sector del aceite de oliva.

El jurado, compuesto por miembros del Comité Consultivo de la WOOE, valorará los productos teniendo en cuenta factores como la innovación, el tratamiento dado al aceite de oliva en el proceso de elaboración, los beneficios del consumo/uso del producto o la promoción del aceite de oliva a través del mismo.

La entrega de premios se realizará durante la celebración de la World Olive Oil Exhibition, que tendrá lugar en Madrid los próximos 8 y 9 de marzo. Los productos ganadores serán expuestos en un espacio preferencial dentro del área Delicatessen with Olive Oil.

[www.oliveoil exhibition.com/espacios/#delicatessen-with-olive-oil](http://www.oliveoil exhibition.com/espacios/#delicatessen-with-olive-oil)

convocatoria abierta

OLIVE OIL  
DELICATESSEN  
awards

X WOOE



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

¡Más de **60.000.000**  
de visitas al año!

## Calendario de Ferias y Eventos en 2022

### 1 Enero 2022

- ☞ Del 19 al 23 de enero  
**FITUR**  
Madrid  
fitur@ifema.es  
www.ifema.es/fitur
- ☞ Del 21 al 23 de enero  
**FIRA DE L'OLI DE QUALITAT  
VERGE EXTRA**  
On line  
patronat@firaoli.cat  
www.firaoli.cat
- ☞ Del 26 al 29 de enero  
**FIERAGRICOLA**  
Verona (Italia)  
fieragricola@veronafiare.it  
www.fieragricola.it

### 1 Febrero 2022

- ☞ Del 6 al 8 de febrero  
**WINTER FANCY FOOD SHOW**  
Las Vegas (EEUU)  
press@specialtyfood.com  
www.specialtyfood.com
- ☞ Del 7 al 11 de febrero  
**PRODEXPO**  
Moscú (Rusia)  
info@expocentr.ru  
www.prod-expo.ru/en
- ☞ Del 10 al 12 de febrero  
**OLIO OFFICINA FESTIVAL**  
Milán (Italia)  
posta@olioofficina.com  
www.olioofficina.it
- ☞ Del 13 al 17 de febrero  
**GULFOOD**  
Dubái (EAU)  
gulfood@infosalons.ae  
www.gulfood.com
- ☞ Del 15 al 18 de febrero  
**BIOFACH**  
Nüremberg (Alemania)  
fmoreno@nuremberg-firal.com  
www.biofach.de
- ☞ Del 16 al 18 de febrero  
**SUPERMARKET TRADE SHOW**  
Mihama (Japón)  
www.smts.jp/en

Más información sobre los próximos  
eventos del sector oleícola y olivarero en:  
[www.mercacei.com](http://www.mercacei.com)

# Agenda

Del 31 de mayo al 1 de junio en **Ámsterdam**

## PLMA

La Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) ha convocado el Pabellón Agrupado Español en la feria PLMA (Private Label Manufacturers Association), que tendrá lugar entre el 31 de mayo y el 1 de junio en Ámsterdam y donde se darán a conocer las últimas novedades sobre la marca de distribuidor.

Durante más de 30 años, la feria profesional internacional "El Mundo de la Marca de Distribuidor" ha reunido a minoristas, mayoristas y otros profesionales de la marca de distribuidor junto a los fabricantes para ayudarles a encontrar nuevos productos, establecer contactos y descubrir nuevas ideas que les ayuden a triunfar y aumentar sus programas de marca de distribuidor.

Además, FIAB ha destacado la profesionalidad de la feria, ya que la organización es muy selectiva a la hora de convocar a los futuros visitantes. Este hecho, unido al elevado precio de la entrada, contribuye a que se trate de un evento fuertemente especializado y muy profesional.

En su última edición celebrada en 2019, la muestra contó con 4.595 stands y el total de empresas expositoras fue de 2.703, de las que 1.984 estuvieron presentes en la sección "Food" y 719 en la "Non-Food". Asimismo, estuvieron representados más de 71 países y todos los distribuidores e importadores de las grandes cadenas.

Los pabellones con mayor número de participantes fueron Italia, Alemania, Países

Bajos y España. En cuanto al número de visitantes, acudieron 16.230 procedentes de 120 países durante los dos días de feria, un 9% más que en la edición de 2018.

Entre las acciones paralelas desarrolladas en el marco de la feria destaca la zona "SpalNnovation", integrada en el Pabellón Español, que pretende proporcionar un escaparate a las empresas innovadoras con el objetivo de destacar alguna de sus cualidades: envases, ingredientes u otras características innovadoras de sus productos.

El área "SpalNnovation" estará integrada en una zona preferencial decorada de una manera diferenciada dentro del Pabellón Español para la exposición de los productos innovadores, contando además con una vitrina y un vinilo explicativo de las características del producto en cuestión.

## Marca blanca en España en el aceite de oliva

En el caso del aceite de oliva, las marcas blancas representaron el 49,4% del volumen comercializado en nuestro país en 2020 (el 51,3% en 2019) y el 44,7% en valor (47% un año antes), según los últimos datos de Nielsen recogidos para el Anuario Internacional de la Marca de Distribuidor 2021 de la PLMA.

Respecto a las aceitunas, la cuota de mercado en volumen en España fue aún mayor, alcanzando en 2020 el 65,1% (66,4% en 2019), y el 57,5% en valor (59,9% un año antes).



**COSECHANDO  
FUTURO**

NPI: 4020-2021/09681



**AgroBank**

# Somos conscientes del valor de las materias primas



**Aprovechando al máximo los recursos,  
sin desperdiciar recursos.**



[www.pieralisi.com](http://www.pieralisi.com)