



INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR

Mercacei

SEMANTAL

MERCACEI, PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA A LA COMUNICACIÓN

Editorial

Récord histórico de exportaciones de aceite de oliva de Andalucía entre enero y octubre de 2024
pág. 4

El aceite de oliva, un producto saludable por el que la gastronomía española es reconocida internacionalmente
pág. 5

Unión de Uniones reclama al MAPA que convoque al sector ante la bajada del precio del aceite de oliva
pág. 12

Riesgo de repilo en olivar
pág. 13

Nace la Alianza Andaluza del Biogás
pág. 16

El aceite de oliva, entre los alimentos que cumplen los requisitos para el uso de la declaración "saludable" de la FDA
pág. 19

OLIVITECH desarrollará un sistema de alerta temprana de enfermedades del olivo
pág. 20

Más con menos

Por Pandora Peñamil Peñafiel

La rentabilidad de toda explotación o empresa oleícola obedece a una sencilla ecuación, $\text{Rentabilidad} = \text{Ingresos} - \text{Gastos}$, en la que los ingresos son consecuencia del volumen de venta y su precio final, mientras que los costes son directamente proporcionales a la eficiencia productiva. En un mundo global y en constante cambio donde innumerables variables determinan el equilibrio oferta-demanda, pensar en ejercer un control sobre el precio final del producto se antoja cuanto menos atrevido, por no decir temerario. Cuestiones de índole geopolítica y otras relativas al volumen de producción de aceitunas y la calidad del aceite obtenido, el impacto de plagas y enfermedades, las variaciones del tipo de cambio, las políticas comerciales y la competencia en el mercado, el consumo mundial de aceite de oliva, los precios de los insumos, el cambio climático... forman parte de un listado interminable de elementos que deben ser considerados. Lo mismo ocurre con los costes: ¿alguien se aventuraría a estimar un año antes la producción exacta de aceituna de su olivar? ¿Y a calcular el precio de los fertilizantes y de la mano de obra? ¿O del transporte y pago de aranceles hasta el país destino de dicha producción? Un complejo escenario que no debe resultar desalentador, sino todo lo contrario: debe servir como estímulo para fomentar la proactividad en todas y cada una de las empresas oleícolas que, sea cual sea el precio fi-

nal de su producto y las variables que afecten a los costes de producción, deben dotarse de las herramientas y estrategias que le permitan afrontar con garantías los retos del mercado.

Para ello regresa en su tercera edición MUNDOLIVAR, el mayor Congreso Mundial de Olivicultura y Elaiotecnia organizado por Grupo Agromillora y Grupo Editorial Mercacei.

Con el objetivo de mantener e incluso superar el nivel mostrado en sus dos primeras ediciones, MUNDOLIVAR se convertirá los días 18 y 19 de junio en la cita ineludible en la que se desvelarán de forma exclusiva todas las claves sobre la innovación, la vanguardia y las últimas tendencias que marcarán el futuro del cultivo del olivo. De ahí que cerca de 1.400 profesionales de todo el mundo se dieran cita en la edición anterior.

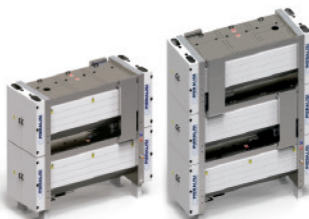
Con un enfoque transversal de 360°, y bajo el lema "Reducir costes: Más con Menos", MUNDOLIVAR 2025 mostrará las herramientas y estrategias ganadoras para lograr ser competitivo y obtener la máxima rentabilidad hoy en día en el sector del olivar y el aceite de oliva. Una vez más, esta cita contará con diversos talleres prácticos, un área expositiva con innovadores formatos para los patrocinadores del evento, donde las principales empresas proveedoras del sector podrán establecer contacto directo y presencial con los participantes mediante *business meetings* y una atractiva programación de actividades paralelas con menús temáticos en los restaurantes de Córdoba o encuentros B2B. ¿Nos vemos allí?



 **PIERALISI**
CIRCULAR THINKING

NUEVAS BATIDORAS
ARN 8.000 / 12.000

*Perfecta combinación con SPI 56.2



▼ "Patrocina la Noticia de la Semana"

"MUNDOLIVAR vuelve el 18 y 19 de junio bajo el lema *Reducir costes: Más con Menos*"

pág. 11



Fundadora:

M. Dolores Peñafiel Fernández

Corresponsales:

BADAJOS: Miguel Verdasco

CÓRDOBA: Juan Morales Navas

JAÉN: Hermanos Garrido Garrido

COM. VALENCIANA: Miguel Pérez

SEVILLA: José María Puerto Castro

Directora:

Pandora Peñamil Peñafiel

Redacción:

Alfredo Briega Martín

Cristina Revenga Palacios

redaccion@mercacei.com

Edita:



Mercacei
GRUPO EDITORIAL

CEO & Editor:

Juan A. Peñamil Alba

Redacción, Administración y

Publicidad:

Andrés Mellado, nº 72, bajo Izda.

28015 MADRID

Tfno.: 91 544 40 07

Fax: 91 543 20 49

admin@mercacei.com

suscripcion@mercacei.com

publicidad@mercacei.com

www.mercacei.com

Secretaría de Redacción y

Publicidad: Estrella de la Lama

Alcaide

Administración: Cristina Álvarez

Llorente

Departamento Comercial:

Natalia de las Heras

Corresponsal Italia (Milán):

Daniela Capogna

Corresponsal América del Sur:

Leonardo Moral

Suscripción:

MERCACEI Semanal

(46 nos al año)

con MERCACEI Magazine

(Trimestral)

Anual: 236 €

(Extranjero: 290 €)

MERCACEI FAX

(sólo para los suscriptores de MERCACEI)

Anual: 155 €

(Extranjero: 250 €)

Depósito Legal:

M 28733 - 1994

ISSN

1134 - 525 X

Publicación confidencial para uso exclusivo de los suscriptores.

Prohibida la reproducción total o parcial de textos o fotografías, sin autorización escrita de la Editorial.

MERCACEI no se responsabiliza de las opiniones y criterios de sus colaboradores, tanto a nivel de redacción como de los mensajes publicitarios.

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



sumario

- 1 Editorial
- 2 Sumario
- 3 Análisis de Mercado
- 4 Actualidad
 - Exportaciones
 - Gastro
- 6-10 Mercado
 - Novedades
- 11 Actualidad
 - MUNDOLIVAR
 - Campaña
 - Plagas
 - Medioambiente
 - Cooperativas
 - Salud
 - I+D+i
- 21 Precios en el lineal
- 22 Anuncios Breves
- 23 Agenda

Premios

Oro de Cánava, Dominus, Verde Salud y Señorío de Camarasa, ganadores de los premios Alcuza 2025

Los AOVEs Oro de Cánava, de la SCA Nuestra Señora de los Remedios, en la categoría de Frutados Verdes de 5.000 a 10.000 kg.; Dominus, de Monva, en la categoría de Frutados Verdes de más de 10.000 kg.; y Verde Salud, de la SCA Trujal de Márgina, en la categoría de Ecológico han sido reconocidos en la cata-concurso de los Premios Alcuza 2025, que anualmente otorga la Denominación de Origen Protegida Sierra Mágina a la calidad y excelencia en la fabricación de los vírgenes extra de este sello.

Por tercer año consecutivo se ha premiado una cuarta categoría, Frutados Maduros con un mínimo de 10.000 kg. de elaboración, que ha recaído en Señorío de Camarasa, de la SCA Santa Isabel. A esta edición de los premios Alcuza se han presentado 15 muestras procedentes de ocho entidades diferentes.

Estos galardones, que este año cumplen su 26ª edición, se entregarán en la XXV edición de la Fiesta del Olivar y del Aceite de Oliva Virgen Extra de Sierra Mágina, que se celebrará en la próxima primavera en un lugar por determinar.



AMENDUNI

EVO LINE
NUEVO DECANTER

NUEVOS MOLINOS
PARA ACEITUNA VERDE O MADURA

HEATEX
INTERCAMBIADOR DE CALOR DE ALTA EFICIENCIA

REX LIMITED
NUEVO NUEVO MODELO

ACCIAIERIE VALBRUNA
High quality is our standard

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

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

Facebook, Instagram, YouTube icons and a 'SUBSCRIBE' button.



Aceite de oliva

Firmeza y tranquilidad en un mercado estable

La AICA ha hecho públicos los datos provisionales del mercado del aceite de oliva en diciembre -tercer mes de la campaña 2024/25-, de los que se desprende que la producción acumulada es de 883.589 t. Por su parte, las salidas se sitúan en 88.082 t., sin incluir las importaciones.

En total, las existencias se establecen en 823.729 toneladas, de las cuales 683.854 t. se encuentran en almazaras; 135.560 t. en envasadoras; y 4.315 t. en el Patrimonio Comunal Olivarero.

Jaén

Sigue la firmeza por parte de la oferta ante una demanda que sólo compra por estricta necesidad. Tendencia a la estabilización en los precios sin apenas incidencia de los datos de producción y salidas. En este contexto, el lampante cotiza a 3.800/3.900 €/t.; el virgen, a 3.900/4.000 €/t.; el refinado, a 3.950 €/t.; y el AOVE, a 4.200/4.400 €/t.

Córdoba

Mercado tranquilo, con una oferta que sigue mostrando firmeza ante la falta de lluvias y una demanda que sólo compra a cuentagotas. Así, el lampante se establece a 3.800/3.850 €/t.; el virgen, a 3.900/4.000 €/t.; el refinado, a 3.900 €/t.; y el AOVE, a 4.200/4.400 €/t.

Sevilla

Oferta firme y demanda algo más activa en una semana marcada por los datos de producción y salidas, que no han tenido incidencia en el mercado. Las lluvias siguen sin aparecer y el campo va pidiendo agua. En este sentido, el lampante se oferta a 3.750 €/t.; el virgen, a 4.000 €/t.; el refinado, a 3.900; y el AOVE, a 4.500/5.000 €/t.



Málaga

Mismo ritmo que en semanas anteriores, con una oferta dispar y una demanda que sólo compra pequeñas cantidades por estricta necesidad. El virgen es el aceite más escaso, mientras que el AOVE cotiza a 4.400/4.500 €/t. sólo en el caso de calidades específicas mediante muestra. El refinado, por su parte, se sitúa a 3.900 €/t.

Castilla-La Mancha

Semana muy tranquila y sin apenas variaciones en las cotizaciones, estabilizadas tras la publicación de los datos de producción y salidas. El cambio de tendencia en el mercado podría producirse con la llegada de las lluvias, que se anuncian para las próximas semanas, sobre todo a finales de mes. En este contexto, el virgen se establece a 3.900/4.200 €/t.; y el AOVE, a 4.300/4.500 €/t.

Tarragona y Lleida

Mercado parado y con pocas existencias -sólo para consumo interior-, por lo que las cotizaciones permanecen en blanco.

Extremadura

Semana tranquila tanto por parte de la oferta como de la demanda. Con una producción alta y unas salidas que se mantienen en la media en diciembre, el mercado espera unas precipitaciones que no terminan de llegar. En este contexto, el lampante cotiza a 3.500/3.900 €/t.; el virgen, a 4.000/4.100 €/t.; y el AOVE, a 4.200/4.600 €/t.

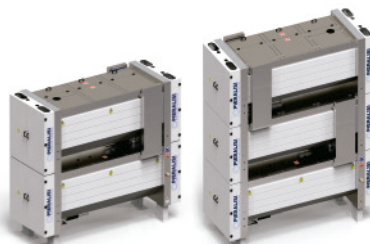
Valencia

Mercado estable, con una oferta fuerte y demanda tranquila que únicamente se dedica a picotear, a la espera de que se produzcan precipitaciones con vistas a la próxima cosecha. Así, el lampante repite a 4.000 €/t.; el virgen, a 4.100 €/t.; y el refinado y el virgen extra, a 4.200 €/t.



NUEVAS BATIDORAS
ARN 8.000 / 12.000

*Perfecta combinación con SPI 56.2



Acondicionamiento
óptimo de la pasta



Diseñadas para
facilitar la limpieza



Máxima fiabilidad
con mantenimiento
más económico





Récord histórico de exportaciones de aceite de oliva de Andalucía entre enero y octubre de 2024

Andalucía ha alcanzado un nuevo récord histórico en las exportaciones de aceite de oliva entre enero y octubre de 2024, superando por primera vez los 3.800 millones de euros en ventas de oro líquido durante este periodo. En concreto, la Comunidad ha facturado 3.879 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 46% respecto al mismo periodo del año anterior. Así, ha superado en sólo diez meses el total de las exportaciones realizadas durante todo 2023.

Con estos datos, elaborados por Andalucía TRADE, se constata que la Comunidad ha exportado en los primeros diez meses de 2024 hasta 1.000 millones más en aceite de oliva que su anterior récord para un periodo similar, conseguido en 2022 (2.819 millones).

De este modo, “Andalucía refuerza su posición como líder mundial de ventas de aceite de oliva al concentrar el 69% del total que exporta España, es decir, casi tres de cada cuatro euros de las ventas de aceite de oliva español al mundo”, ha detallado este organismo. Asimismo, el producto líder en ventas del sector agroalimentario andaluz aporta un saldo positivo al conjunto de la balanza comercial de la comunidad de 2.869 millones, ya que las exportaciones de aceite de oliva multiplican por 3,8 a las importaciones, según los datos de Andalucía TRADE.

Además, el 63% de las ventas de aceite de oliva andaluz al mercado internacional durante los diez primeros meses de 2024 correspondieron a aceite de oliva virgen extra, lo que evidencia la apuesta de las empresas del sector para lanzar al exterior el producto de la máxima calidad.

Este organismo ha subrayado que el aceite de oliva es uno de los principales productos asociados al prestigio de la “Marca Andalucía” en el mundo, y uno de los valores de referencia de la fortaleza de la agroindustria de la Comunidad, un sector estratégico que ha vuelto a registrar cifras récord en los primeros diez meses del año pasado, con unas ventas de 13.009 millones de euros en alimentos y bebidas, gracias a un crecimiento interanual del 15,5%.

Por otra parte, de esta cifra máxima de ventas del sector son responsables las propias empresas exportadoras de aceite de oliva, que crecieron un 3% en este periodo hasta alcanzar las 476. De ellas, el 59% -280- son exportadoras regulares, es decir, suministran desde hace más de cuatro años de forma continuada y representan el 98% de las ventas.

Intermediario de aceite de oliva

**Ramón
Alcalá**

607 628 997

administracion@origenia.com

Tel.: 957 498 590 • Fax: 957 245 155

Sevilla, líder; Almería, la que más crece

Entre los meses de enero y octubre de 2024, las ocho provincias aportaron valor al negocio internacional del aceite de oliva, registrando destacados crecimientos, todas ellas por encima de los dos dígitos respecto al mismo periodo del año anterior.

Sevilla lidera las exportaciones con 1.981 millones de euros, el 51% del total de las ventas andaluzas, y experimenta un incremento del 52% respecto a los diez primeros meses de 2023. Le sigue Córdoba, con 676 millones de euros, el 17,4% del total, con un alza del 22,6%; y Málaga, con 593 millones, el 15,3%, que crece un 50%.

En cuarta posición se encuentra Jaén, con 293 millones, el 7,5% del total, que aumenta sus ventas un 73%, el segundo incremento provincial más alto; a la que sigue Granada, con 228 millones, el 5,9% del total, que registra un ascenso del 36% respecto al mismo periodo del año anterior; Cádiz, con 68 millones (1,8%) y una subida del 36%; Huelva, con 26,92 millones (0,7%) y un incremento del 26,5%; y Almería, con 13 millones (0,3%) y un crecimiento del 187%, el más alto de este periodo, ya que que triplica sus registros en los primeros diez meses de 2024.

Avance en todos los continentes

Las ventas de aceite de oliva de Andalucía están muy diversificadas al contar con países de cuatro continentes entre sus diez primeros destinos de

exportación. En este periodo, las ventas se incrementaron en 19 de sus primeros 20 destinos, 15 de ellos por encima del 30%. Entre los países donde más avanzan las ventas se encuentran algunos de Norteamérica y Asia, claves para que el aceite de oliva andaluz amplíe su mercado mundial.

En esta línea, y dentro del TOP10, EEUU es el primer destino internacional, con ventas por valor de 735 millones, el 19% del total y un crecimiento del 66% interanual. Asimismo, en séptima posición se encuentra México, con 132 millones (3,4%) y un incremento del 61%.

En Asia destaca la subida de las ventas en China, noveno mercado andaluz, con un 136% más de exportaciones, más del doble, hasta los 104 millones (2,7%). En Oceanía, Australia ha comprado un 140% más de aceite, también más del doble (4,1%), hasta llegar a los 160 millones de euros, situándose en sexto lugar.

Con todo, Europa agrupa el gran montante de ventas al concentrar el 56% del total de las exportaciones, siendo Italia el segundo mercado internacional del aceite de oliva de Andalucía, con 660 millones entre enero y octubre de 2024, el 17% del total, y registrando un alza del 27,5% respecto al mismo periodo del año anterior. Francia es el tercer mercado europeo, con 422 millones, el 10,9%, al crecer un 41%; seguida de Portugal, con 367 millones, el 9,5% y una subida del 11%.

En quinta posición se encuentra Reino Unido, con 171 millones, el 4,4% del total y un alza del 35%. Alemania es octava, con 123 millones (3,2%) y un avance del 42% respecto al periodo comprendido entre enero y octubre de 2023. Países Bajos ocupa la décima posición, con 90 millones (2,3%) y una subida del 65%.

En 2024, Andalucía TRADE ha apoyado la internacionalización de 274 empresas de aceite de oliva que han participado en 237 acciones, de las que 67 se han dedicado exclusivamente al sector.



El aceite de oliva, un producto saludable por el que la gastronomía española es reconocida internacionalmente

La Real Academia de Gastronomía y KPMG han publicado "*La gastronomía española: impacto y tendencias de un ecosistema clave para la economía*", un informe que apunta que el aceite de oliva es máximo exponente de la Dieta Mediterránea y un producto saludable por el que la gastronomía española es reconocida internacionalmente. También subraya que España es referente por la calidad de productos emblemáticos como el aceite de oliva virgen extra, que acumula numerosos premios y reconocimientos internacionales. Así, destaca que 59 AOVes españoles figuran en la *Guía EVOOLEUM 2025* y 32 aceites de oliva vírgenes extra españoles en el ranking *World's Best Olive Oils 2023/24*.

El informe -presentado esta semana- recoge un análisis exhaustivo en el que se entiende la gastronomía en toda su cadena de valor, desde el sector primario hasta la hostelería, pasando por la transformación y distribución. Un viaje que abarca desde el origen de los alimentos al placer de disfrutarlos.

La publicación recopila datos cuantificables relativos al 2023, pero también analiza tendencias, subraya debilidades y detecta oportunidades de crecimiento.

Según detalla, en 2023 la cadena de valor asociada a la gastronomía española impactó de forma agregada en el 27 % del PIB nacional, con una contribución económica que alcanzó los 374.575 millones de euros considerando su aportación directa (211.126 millones de euros) e indirecta (163.449 millones de euros).

Además, contribuyó a generar y mantener un total de 7,2 millones de puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo, un 37% del total, de los cuales 3,7 millones forma directa y otros 3,5 millones de puestos adicionales de manera indirecta e inducida.

Asimismo, recoge que nuestro país destaca por su extensa y variada oferta gastronómica. Una riqueza que se manifiesta, por un lado, a través de 377 Denominaciones de Origen Protegidas e Indicaciones Geográficas Protegidas; y, por otro, gracias a los prestigiosos cocineros y restaurantes reconocidos con Estrellas Michelin (291 restaurantes) o con Soles Repsol (792 restaurantes), y a través de 36 rutas de enoturismo. Según añade, estos elementos reflejan la excelencia culinaria de la Marca España.

La gastronomía ha asumido un rol esencial como factor de cohesión social y cultural. Así lo ha afirmado Luis Suárez de Lezo, presidente de la Real Academia de Gastronomía: "Es un recurso valioso en ámbitos nutricionales y geopolíticos y una actividad clave a la hora de impulsar la conciencia medioambiental y los principios de

LEONARDO D'ERRICO

610 78 51 92

Brokerage Olive Oil

ACEITES TUCCITANOS

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

desarrollo sostenible de la sociedad. Trasciende el acto de comer, es una extensión de cómo somos y de cómo nos relacionamos."

Una gastronomía que se exporta al mundo

En la última década, entre 2013 y 2023, las exportaciones agroalimentarias experimentaron un crecimiento del 88%. El año 2023 marcó un hito histórico, alcanzando un récord de 66.796 millones de euros en exportaciones, con un crecimiento promedio anual del 6,5% y una tendencia de mayor incremento del valor.

La demanda de productos sostenibles y ecológicos representa una oportunidad única para el sector agroalimentario español, con la Dieta Mediterránea como máximo exponente. Según Enrique Porta, socio responsable de Consumo y Retail de KPMG en España, "es importante que las empresas agroalimentarias españolas aprovechen esta oportunidad adaptándose a las nuevas demandas y tendencias, como la mayor búsqueda de productos de calidad, más saludables y con cualidades nutricionales diferenciales, y capitalizando el creciente interés internacional por nuestro estilo de vida".

A todo lo anterior se une el éxito del binomio turismo y gastronomía, ya que muchos turistas -sobre todo los de mayor poder adquisitivo- ven en la cocina un elemento diferenciador que los acerca de manera auténtica a la identidad y cultura del país. De este

modo, la gastronomía se ha sumado a los principales atractivos turísticos que ya tenía nuestro país, como son el patrimonio histórico, la temperatura, las playas y los paisajes, entre otros. Los turistas internacionales que visitaron España gastaron en 2023 más de 17.000 millones de euros en gastronomía, un 24% más que antes de la pandemia.

¿Hacia dónde avanza nuestra gastronomía?

El informe apunta que la adopción de diferentes tecnologías (como la IA) está acelerando la transformación de toda la cadena de valor de la gastronomía, impulsando su eficiencia y competitividad. Hoy se utiliza para optimizar procesos, mejorar la eficiencia energética, fomentar la sostenibilidad o reinventar la relación con clientes y consumidores en todos los lugares del mundo. La creatividad humana y los datos se combinan para ofrecer una nueva dimensión de la gastronomía.

En la elaboración de este informe han participado destacadas personalidades del ámbito gastronómico, institucional y empresarial, tales como Ferran Adrià, presidente de elBullifoundation; José Miguel Herrero, director general de Alimentación del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA); Miguel Sanz, director general de Turismo; María Naranjo, directora de la Industria Alimentaria de ICEX; Josep Antoni Duran i Lleida, presidente de ASEDAS; Fernando Ezquerro, presidente de OIVE; Borja Hernández, presidente de Marcas de Restauración; Ignacio Silva, presidente de FIAB; Luis Suárez de Lezo, presidente de la Real Academia de Gastronomía; Ángel Villafranca, presidente de Cooperativas Agro-alimentarias de España; y Antonio Gallego, presidente de ASOLIVA, quien resalta que "para poner en valor el aceite de oliva español en los mercados internacionales, es esencial educar al consumidor sobre sus beneficios y puntos diferenciales con el resto de los aceites vegetales".

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

d
e

A
c
e
i
t
e
s

y

G
r
a
s
a
s

		EUROS/T. SEMANA 13/19 enero '25 (Cierre día 9 enero '25)	EUROS/T. SEMANA 20/26 enero '25 (Cierre día 16 enero '25)
ANDALUCÍA			
J A É N	Lampante, base 1º	3.700/3.800	3.800/3.900
	Virgen	3.900/3.950	3.900/4.000
	Virgen extra	4.200/4.400	4.200/4.400
	Refinado	3.850/3.900	3.950
C Ó R D O B A	Lampante, base 1º	3.700/3.800	3.800/3.850
	Virgen	3.850/3.950	3.900/4.000
	Virgen extra	4.200/4.300	4.200/4.400
	Refinado	3.900	3.900
S E V I L L A	Lampante, base 1º	3.400/3.500	3.750
	Virgen	3.800	4.000
	Virgen extra	4.200/4.500	4.500/5.000
	Refinado	3.850/3.900	3.900
G R A N A D A	Lampante, base 1º	3.700/3.800	3.800/3.900
	Virgen	3.900/3.950	3.900/4.000
	Virgen extra	4.200/4.400	4.200/4.400
M Á L A G A	Lampante, base 1º	Sin oper.	3.900
	Virgen	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra	4.200/4.500	4.400/4.500
T O L E D O	CASTILLA-LA MANCHA		
	Virgen	3.900/4.200	3.900/4.200
	Virgen extra	4.300/4.600	4.300/4.500
LÉRIDA Y TARRAGONA	Virgen extra (DOP)	Sin oper.	Sin oper.
A L I C A N T E	COMUNIDAD VALENCIANA		
	Lampante, base 1º	4.000	4.000
	Virgen	4.100	4.100
	Virgen extra	4.200	4.200
	Refinado	4.200	4.200
B A D A J O Z	EXTREMADURA		
	Lampante, base 1º	3.500/3.800	3.500/3.900
	Virgen	3.800/4.000	4.000/4.100
	Virgen extra	4.100/4.700	4.200/4.600

* 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

INMECAL ITB IntecBio AgrotechBiomed

AGROISA.COM info@agroisa.com

CDTI Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial

PYME INNOVADORA

agroisa

tratamiento y adecuación postcosecha del fruto y del agua

Camara

agroisa.com



Aceites de orujo

Cotizaciones de Aceites y Grasas

SEVILLA

ANDALUCÍA

€/t.

€/t.

Refinable, base 10º

1.500/1.600

1.500/1.600

Refinado, winterizado, a granel, sobre origen

2.500

2.500

EUROS/T.
SEMANA
13/19 enero '25
(Cierre día 9 enero '25)

EUROS/T.
SEMANA
20/26 enero '25
(Cierre día 16 enero '25)

Aceites de semillas

SEVILLA

ACEITE DE GIRASOL
(Sobre origen a granel)

Crudo

Sin oper.

Sin oper.

Refinado

1.280/1.300

1.310

ACEITE DE SOJA
(Sobre origen cisternas)

Crudo

1.100

1.150

Refinado

1.150

1.250

ACEITE DE SEMILLAS

Refinado

1.280/1.300

1.310

Oleínas y Ácidos grasos

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

Sin oper.

Sin oper.

Sin oper.

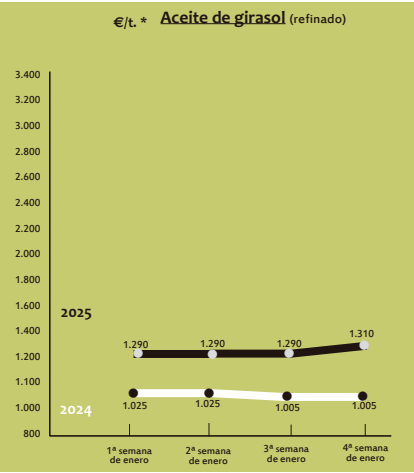
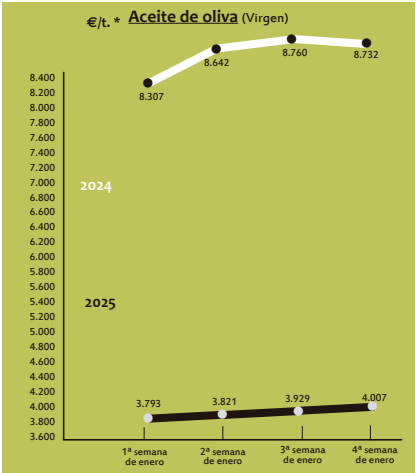
Sin oper.

Sin oper.

Sin oper.

(Estos precios se entienden sin envase sobre fábrica).

Evolución mensual de los precios



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

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

(* Media ponderada a nivel nacional).



Aceites y Grasas industriales

MADRID
BARCELONAEUROS/KG.
SEMANA
13/19 enero '25
(Cierre día 9 enero '25)EUROS/KG.
SEMANA
20/26 enero '25
(Cierre día 16 enero '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)	1.030	1.030
MANTECA DE CERDO 0,5° (origen)	1.120	1.075
ACEITE DE COCO (refinado)	2.330	2.380
ACEITE DE LINAZA (refinado)	s/c	s/c
ACEITE DE PALMA	1.740	1.760
ACEITE DE PALMISTE	2.530	2.500
ACEITE DE MAÍZ	1.510	1.530
ACEITE DE COLZA	1.280	1.350
ACEITE DE RICINO	1.297	1.250
ACEITE DE PESCADO refinado	3.670	3.800

*Precios orientativos.

Características de los aceites y las grasas industriales

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

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

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

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

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

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

ACEITE DE MADERA: sobre Barcelona.

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

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

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

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

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

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

GLICERINA DESTILADA: 98% glicerol, en cisternas.

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

GARRIDO HERMANOS, C.B.

*Agentes comerciales especializados
en aceites, grasas y derivados*

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



Mercado internacional

EUROS/KG.
SEMANA
13/19 enero '25
(Cierre día 9 enero '25)

EUROS/KG.
SEMANA
20/26 enero '25
(Cierre día 16 enero '25)

ITALIA

SUR DE
PUGLIA

	€/t.	€/t.
ACEITE DE OLIVA virgen extra	8,50	8,50
ACEITE DE OLIVA refinado	4,20	4,00
ACEITE DE OLIVA lampante	3,50/3,65	3,50/3,65

ACEITE DE ORUJO refinado 2,75 2,60

ACEITE DE GIRASOL refinado 1,26 1,26

ACEITE DE MAÍZ refinado 1,22 1,22

ACEITE DE SOJA refinado 1,16 1,16

ACEITE DE CACAHUETE refinado 2,20 2,00

NORTE DE
PUGLIA
& CALABRIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra 9,20/9,40 9,00/9,20

ACEITE DE OLIVA virgen Sin oper. Sin oper.

TÚNEZ

MARRUECOS

TURQUÍA

ACEITE DE OLIVA virgen extra 3,70/3,90 3,70/3,90

ACEITE DE OLIVA virgen extra 8,00/8,50 8,00/8,50

ACEITE DE OLIVA refinado Sin oper. Sin oper.

GRECIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra Creta Sin oper. Sin oper.
ACEITE DE OLIVA virgen extra Peloponeso 4,80/5,00 4,80/5,00
(Precios facilitados por Olio Officina Magazine)

PORTUGAL

ACEITE DE OLIVA virgen extra 4,10/4,50 4,20/4,50

TIPOS DE INTERÉS INTERBANCARIO (16 de enero 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





Novedades

Glovo incorpora en su plataforma a La Comunal, la oleoteca de la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero

La Fundación Patrimonio Comunal Olivarero (FPCO) y la app multicategoría Glovo han firmado un acuerdo mediante el cual las más de 80 marcas de aceites de oliva vírgenes extra presentes en La Comunal pasan a estar a disposición de los miles de clientes de la aplicación de Glovo en Madrid.

Según la FPCO, esta nueva colaboración convierte a La Comunal en la primera tienda de venta exclusiva de aceite de oliva virgen extra presente en la plataforma.

Para la entidad, este acuerdo representa un claro ejemplo de adaptación a los hábitos de consumo de la sociedad actual, con un uso intensivo de herramientas digitales y con una demanda de inmediatez para cubrir las necesidades del momento.

Por otro lado, desde Glovo han afirmado que, sin duda alguna, es una extraordinaria noticia contar con nuevos provee-

dores que garantizan la excelencia de sus productos y que, además, ponen en valor uno de los alimentos más emblemáticos de nuestra gastronomía como el aceite de oliva.

Glovo es la plataforma tecnológica española de referencia en el sector del delivery a nivel mundial. Fundada en 2015 y con sede central en Barcelona, actualmente se encuentra en más de 1.500 ciudades en 23 países. Además de conectar a los usuarios con los mejores restaurantes de su ciudad, incluye el servicio de otras categorías como alimentación, parafarmacia, regalos o envíos exprés. En España, Glovo está disponible en cerca de 900 ciudades.



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*

PRECIOS	
HARINAS	€/t.
Harina de soja (s. fábrica).....	470
Harina de girasol (integ.) (abril)	290
Harina de pescado (extra, sobre fábrica productora, con envase. 64/65% proteínas. Salido de fábrica en sacos paletizados fob Hamburgo).....	1.550
Dólares/t.	
Harina de pescado, de Perú	s/c
Harina de soja (Buenos Aires)	s/c
(Precios cif Rotterdam)	
CEREALES	€/t.
(Estos precios son en origen)	
Maíz	325
Trigo panificable	360
Trigo forrajero (puerto destino)	340
Cebada cervecera	270
Cebada dos carreras	270
Colza (puerto destino)	752
Guisantes	280
Centeno	220
Harina de girasol (pellets)	230
Harina de girasol (alto proteico)	290

LA BOLSA DE CHICAGO

Habas de soja: La semana cerraba a **1.042,75** centavos de dólar por bushel; la última semana cerró a **987,50**.

◆ Precios: Futuros marzo.

Harina de soja: **302,30** dólares por tonelada corta era el último precio de cotización al cierre de nuestra revista, mientras que la anterior indicaba **292,60**.

◆ Precios: Futuros marzo.

Aceite de soja: Cerraba a **46,28** centavos de dólar por libra, desde la última cotización de a **41,11**.

◆ Precios: Futuros marzo.

Maíz: Terminó la semana a **478,75** centavos/bushel, habiendo comenzado a **454,00**.

◆ Precios: Futuros marzo.



MUNDOLIVAR vuelve el 18 y 19 de junio bajo el lema *"Reducir costes: Más con Menos"*

MUNDOLIVAR, el mayor Congreso Mundial de Olivicultura y Elaiotecnia organizado por Grupo Agromillora y Grupo Editorial Mercacei, regresa en su tercera edición con el objetivo de mantener e incluso superar el nivel mostrado en sus dos primeras ediciones. De nuevo, MUNDOLIVAR se convertirá en la cita ineludible en la que se desvelarán de forma exclusiva todas las claves sobre la innovación, la vanguardia y las últimas tendencias que marcarán el futuro del cultivo del olivo. De ahí que cerca de 1.400 profesionales de todo el mundo se dieran cita en la edición anterior.



El Aula Magna del Campus de Rabanales de la Universidad de Córdoba volverá a acoger los próximos 18 y 19 de junio la tercera edición de MUNDOLIVAR, el Congreso Mundial de Olivicultura y Elaiotecnia, que en sus dos primeras ediciones completó su aforo y resultó un rotundo éxito por la gran calidad y variedad de sus temáticas y contenidos, así como por el extraordinario elenco de ponentes, convirtiéndose en una cita imprescindible y en la mayor plataforma de conocimiento y negocio para las empresas del sector oleícola y olivarero. El plazo de inscripción se abrirá próximamente.

Con un enfoque transversal de 360°, y bajo el lema *"Reducir costes: Más con Menos"*, MUNDOLIVAR 2025 mostrará las herramientas y estrategias ganadoras para lograr ser competitivo y obtener la máxima rentabilidad hoy en día en el sector del olivar y el aceite de oliva. La cita reunirá de nuevo a los principales actores del sector nacional e internacional: olivicultores, productores, responsables de almazaras y cooperativas, envasadores, inversores, CEOs y directores técnicos, consultores, ingenieros agrónomos

y técnicos; así como centros de formación y de I+D+i, asociaciones profesionales y administraciones.

En un mundo global y en constante cambio donde innumerables variables determinan el equilibrio oferta-demanda, pensar en ejercer un control sobre el precio final del producto se antoja cuanto menos atrevido, por no decir temerario. Lo mismo ocurre con los costes: ¿alguien se aventuraría a estimar un año antes la producción exacta de aceituna de su olivar? ¿Y a calcular el precio de los fertilizantes y de la mano de obra? ¿O del transporte y pago de aranceles hasta el país destino de dicha producción?

Un complejo escenario que no debe resultar desalentador, sino todo lo contrario: debe servir como estímulo para fomentar la proactividad en todas y cada una de las empresas oleícolas que, sea cual sea el precio final de su producto y las variables que afecten a los costes de producción, deben dotarse de las herramientas y estrategias que le permitan afrontar con garantías los retos del mercado.

Mesas redondas y talleres prácticos

Además de las mesas redondas, MUNDOLIVAR 2025 albergará de nuevo un área expositiva con innovadores formatos para los patrocinadores del evento, donde las principales empresas proveedoras del sector podrán establecer contacto directo y presencial con los participantes mediante business meetings.

También contará con diversos talleres prácticos -que tanto éxito obtuvieron en las anteriores ediciones- que darán a conocer las últimas innovaciones y ofrecerán las claves y las estrategias para rentabilizar tu explotación y negocio.

Por si fuera poco, el Congreso ofrecerá también una atractiva programación de actividades paralelas tales como show-cookings, menús temáticos en los restaurantes de Córdoba o encuentros B2B.

Bienvenidos a MUNDOLIVAR 2025. Una edición repleta de novedades en la que el público participante será el gran protagonista. Nos vemos en el evento global de referencia del sector oleícola y olivarero, nos vemos en MUNDOLIVAR 2025.

www.mundolivar.es



Mercado del aceite de oliva en diciembre: producción acumulada de 883.589 t. y salidas de 88.082 t.

La Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) ha hecho públicos los datos provisionales del mercado del aceite de oliva en diciembre, tercer mes de la campaña 2024/25, de los que se desprende que la producción acumulada es de 883.589 t. Por su parte, las salidas se sitúan en 88.082 t., sin incluir las importaciones.

En total, las existencias se sitúan en 823.729 toneladas, de las cuales 683.854 t. se encuentran en almazaras; 135.560 t. en envasadoras; y 4.315 t. en el Patrimonio Comunal Olivarero.

“Con una producción de casi 600.000 toneladas en el mes de diciembre es más que probable que superemos el primer aforo y que el Ministerio lo corrija, porque nos vamos casi a las 900.000 t. acumuladas y eso ya es una producción bastante importante”, ha explicado el gerente y portavoz de Asaja-Jaén, Luis Carlos Valero, al tiempo que ha recordado que aún quedan los meses de enero, febrero y marzo, por lo que “seguramente nos iremos por encima de ese aforo inicial”.

En cuanto a las salidas, Valero ha apuntado que “se han incrementado respecto a los meses anteriores, pero tienen que aumentar aún más para equilibrarse con la producción”.

Para UPA-Andalucía, la comercialización se mantiene en la misma línea de meses anteriores y demuestra que “no hay relación directa entre los bajos precios y un aumento de la demanda, lo que nos lleva a insistir en reclamar prudencia y tranquilidad a la hora de vender el aceite para garantizar unos precios razonables por encima de los costes de producción”.

“Prácticamente se ha superado el 60% de la recolección en muchas zonas de España. Es más que probable que se cumplan los aforos estimados por las administraciones, lo que nos sitúa en una campaña media. Dicho esto, el conjunto del sector tiene que ser consciente de que los bajos precios en origen no son sinónimo de mayores ventas. Tenemos muy claro que habrá aceite suficiente para cubrir toda la demanda nacional y mundial y el hecho de que el hundimiento de precios no conlleve un incremento exponencial de la comercialización debe hacer recapacitar al sector productor. Debemos calmarnos y actuar en consecuencia para revertir la tendencia bajista del precio en origen y comenzar a recuperar la cordura”, ha resaltado Cristóbal Cano, responsable de la Sectorial de Olivar y Aceite de UPA y secretario general de UPA-Andalucía.

Los stocks de aceite de oliva en Italia se sitúan en 199.498 t.

La cantidad de aceite de oliva almacenado en Italia a 31 de diciembre se sitúa en 199.498 toneladas, de ellas 179.147 t. a granel y 20.351 t. envasadas, lo que supone un 15,7% menos respecto a la misma fecha del año anterior, según un informe publicado por el Ministerio de Agricultura del país transalpino.

Este informe detalla que el AOVE representa el 73,4% del stock (146.471 t., -16,8%), de las que 104.915 toneladas (-21,3%) son de origen italiano, mientras que 32.649 t. (+3,6%) proceden de la UE.

Alrededor de la mitad del aceite de oliva nacional (57%) se almacena en las regiones del sur de Italia, con la significativa contribución de las regiones de Puglia y Calabria, con el 38,2% y el 11,4%, respectivamente.

A nivel regional destacan Puglia (76.118 t.), Toscana (31.447 t.), Calabria (22.662 t.), Sicilia (15.725 t.), Umbria (14.053 t.) y Liguria (10.777 t.).

En general, el aceite de oliva con DOP e IGP en stock representa el 11,1% del total de aceite de oliva almacenado en Italia y el 15,2% de las existencias de AOVE.

Asimismo, el stock total de aceite de oliva virgen y virgen extra procedente de la agricultura ecológica asciende a 27.126 t. (-20,7%), casi exclusivamente AOVE (el 99,8%). El virgen extra ecológico constituye el 18,5% del AOVE total almacenado en Italia.

Unión de Uniones reclama al MAPA que convoque al sector ante la bajada del precio del aceite de oliva

Unión de Uniones de Agricultores y Ganaderos, a través de un escrito, ha pedido que el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) convoque una sectorial de aceite “para poder entender qué está sucediendo y si se están produciendo movimientos especulativos”.

Con los datos existentes tanto de previsión de cosecha como de existencias, esta organización considera “injustificado que

los precios se estén viendo tan desplomados en tan poco tiempo”. Precisamente, cree que la expectativa de una gran cosecha “puede estar provocando que se venda rápidamente y por ello se esté dando un descenso general del precio en origen, incluso por debajo de los costes de producción”.

Unión de Uniones ha detallado que, en el mes de diciembre, en sólo 12 días los precios

del aceite de oliva bajaron un 18%, desde los 4,90 euros/kg. a menos de 4 euros/kg.

La organización ha señalado que “se deberían debatir y unificar los criterios de rendimiento industrial en almazara para que el precio de la aceituna no dependa de quien tenga que comprar, sino que haya una regla fija en función, por ejemplo, del rendimiento graso total”.



Riesgo de repilo en olivar

La Red Andaluza de Inspección y Alerta Fitosanitaria (RAIF) ha precisado que las condiciones meteorológicas de otoño e invierno, caracterizadas por lluvias abundantes, no sólo han favorecido la maduración de los frutos, sino que también han sido propicias para su desarrollo. Por ello, el repilo (*Fusicladium oleagineum*) resulta especialmente relevante durante los períodos húmedos del otoño-invierno y en primaveras lluviosas y frescas.

Según ha recordado, los síntomas más característicos incluyen manchas circulares oscuras, a menudo rodeadas por un halo amarillento, que aparecen en el haz de las hojas. En el envés, se pueden observar manchas difusas a lo largo del nervio central, aunque estas son menos distintivas. Las infecciones en el pedúnculo del fruto son menos frecuentes que las infecciones foliares.

A su juicio, resulta fundamental realizar muestreos mediante controles visuales, evaluando el grado de presencia de hojas con manchas circulares oscuras rodeadas por un halo amarillento. Además, es importante tener en cuenta que algunas hojas pueden estar afectadas por conidias de la enfermedad sin mostrar aún síntomas visibles, lo que se conoce como repilo incubado o latente.



Como medidas preventivas para evitar el desarrollo de esta enfermedad, la RAIF ha recordado que la guía de gestión integrada del cultivo recomienda, de manera general, realizar podas que favorezcan la aireación del interior del árbol, permitiendo que las hojas mojadas se sequen más rápido. Además, en aquellas zonas con características ambientales propicias para este hongo, es fundamental no excederse en el uso de abono nitrogenado.

Asimismo, en nuevas plantaciones en zonas con condiciones muy favorables para el desarrollo de la enfermedad, se pueden utilizar variedades resistentes al repilo, como lechín de Sevilla, manzanilla de Hellín o picudo de Montoro. También, si es posible, se deben disponer las

hileras de manera que se reduzcan las horas de sombra sobre los árboles.

Además, si se alcanza el umbral de tratamiento y es necesario aplicar un tratamiento químico, se antoja fundamental tener en cuenta varios aspectos. En primer lugar, sólo deben emplearse productos fitosanitarios autorizados en el Registro de Productos Fitosanitarios del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA). Además, algunas formulaciones, según las indicaciones del fabricante, están destinadas exclusivamente para su uso al final del invierno o en primavera.

La RAIF ha detallado que es esencial seleccionar la materia activa adecuada en función del grado de infestación: en casos incipientes se recomienda utilizar productos con acción preventiva; mientras que si la infestación está más avanzada son más efectivos los fungicidas orgánicos con acción traslaminar.

Por último, al elegir los medios de control siempre se deben priorizar las medidas de prevención y/o culturales. Según ha indicado, éstas deben complementarse, en caso necesario, con medidas alternativas al control químico, dejando como última opción los medios químicos.

Asaja reclama reautorizar el uso del fungicida *Mancozeb* en el olivar

La Asociación Agraria Jóvenes Agricultores (Asaja) de Córdoba ha pedido por escrito a la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de Andalucía que inste al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) a conceder autorización para el uso del fungicida *Mancozeb* en cítricos, uvas, olivos, hortalizas y caquis tras el fallo favorable de la justicia europea.

Asaja ha explicado que el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) ha dado la razón a la apelación presentada por el grupo de trabajo sobre el *Mancozeb* de la Unión Europea contra la decisión de la Comisión de no renovar esta materia activa en 2020, por lo que “vuelve a ser posible su uso legal”.

En su día existieron 127 registros autorizados con esta materia activa y la decisión de la UE las eliminó sin razones científicas, como ahora se comprueba por el fallo del tribunal, según la organización agraria. “Aunque hoy en día no existe ningún registro permitido por su prohibición en 2020, el uso del *Mancozeb* juega un papel muy importante evitando resistencias de los cultivos a los fungicidas autorizados”, ha añadido.

Por ello, Asaja ha solicitado a la Consejería a que inste al MAPA para conceder autorización para su uso, aunque sea excepcionalmente, ya que “es sumamente importante en numerosos cultivos en nuestra geografía

al combatir distintas enfermedades como repilo en el olivo; alternaria en cítricos; mildiu, podredumbre negra y *phomopsis*, en vid; monilia, en frutales de hueso; y la mancha foliar del caqui o mildiu en hortalizas”.

Además, a su juicio, “juega un papel muy importante evitando resistencias de los cultivos a los fungicidas autorizados y, tal y como están hoy en día los costes a los que el agricultor hace frente, autorizar este fungicida ayudaría a amortiguar esa subida, sobre todo cuando productos de otros países entran en la UE tratados con este producto, en desventaja leal hacia los agricultores europeos”.



ESCAPARATE DE PROVEEDORES



ANÁLISIS

AxFlow

LA MEJOR TECNOLOGÍA NIR EN ALMAZARA

Mayor Rentabilidad - Rápida Amortización

LABORATORIO "At-line"



PROCESO "On-line"



www.axflow.es

DEPÓSITOS INOX. Y LÍNEAS DE EXTRACCIÓN



AMAZANO Flottweg

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




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



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




Desde más de 150 años, ANDRITZ SEPARATION se ha especializado en el desarrollo de tecnologías y componentes claves en el sector de la separación. Con más de 10.000 decantadores centrífugos instalados en todo el mundo, ANDRITZ SEPARATION es uno de los líderes mundiales en el suministro de centrifugadores.

Los decantadores de tipo vertical deshidratan rápidamente los residuos alimentarios y en especial para el sector cáctico, cumpliendo con los requisitos más exigentes.

PALACÍN respalda en su línea de extracción central una gran experiencia y se compromete a proporcionar servicios de ANDRITZ SEPARATION para Europa y Portugal.



GP
González y París

La experiencia marca la diferencia



ifamensa
FABRICACIÓN DE ENVASES Y EQUIPOS, S.L.

Únicos Fabricantes Especializados en el Envasado de Aceites desde 1962




POLAT
Logra Grandes Cosas en Espacios Pequeños

LÍNEAS PARA EXTRACCIÓN DE ACEITE DE OLIVA

www.polatas.com.tr




Ausere

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



FABRICA Y ALMACÉN
Ávila Vicente Piñero nº 12
14850 BAENA (Córdoba)
Telf: 0034 957 665 115
e-mail: tao@tao.es

DELEGACIÓN EM PORTUGAL
Rua A - Pavilhão 03
Zona Ind. de Mirandela
3370-365 MIRANDELA
Telf: 00351 278 096 522



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

TAOSA



ESCAPARATE DE PROVEEDORES



LABORATORIOS

agrama
ciencia y vida

Análisis Agroalimentarios
Rigor | Esfuerzo | Compromiso

www.laboratorioagrama.com

ESPEJO

LABORATORIO DE ANÁLISIS
Fundado en 1944

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

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

OLIVARUM
Fundación OLIVARUM, AIE

asesoramiento | análisis | investigación | innovación | formación

LABORATORIO CENTRO DE ASESORAMIENTO TÉCNICO AGRARIO

www.olivarum.es

CAJA RURAL JAÉN

LABORATORIO TELLO
A Tentamus Company

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

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

PATIO

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

JAR METEGAL
Pesaje conforme a metrología legal

www.jarirr.com

TAMESUR, S.A.

MAQUINARIA DE ELEVACIÓN Y TRANSPORTE



TREICO

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

PESAJE

IMATED

10 AÑOS DE COMPROMISO EN EL AVANCE TECNOLÓGICO DEL SECTOR OLEÍCOLA

PEAJE **ELECTRICIDAD** **SOFTWARE**

AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS

Polígono Industrial "Los Olivares" C/ Huesa, 4, 23009 Jaén
info@imated.es
www.imated.es
953 284 697

SOFTWARE

ANSOTEC High Technology Great Performance

No podemos controlar el clima, pero sí los procesos.

ANSOTEC CONECTA 4.0

VIVEROS/CAMPO

Lecciana,
la variedad italiana de los
GRANDES ACEITES

PREMIUM

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

BALAM
AGRICULTURE

Tractores estrechos de Kubota, más potentes, confortables y seguros

Kubota

5 AÑOS DE GARANTÍA

www.kubota-es.com

MORESIL

Especialistas en Recolección



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

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

Económicos y muy rentables



Infórmate

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

UTILIZANDO AGROCUADERNO, SUPERAR CUALQUIER RETO ESTARÁ EN SU MANO

DESARROLLADO POR PROSUR

AGROCUADERNO

PROSUR



Nace la Alianza Andaluza del Biogás

El presidente de la Junta de Andalucía, Juanma Moreno, presidió el 13 de enero en Jaén el acto de presentación de la Alianza Andaluza del Biogás (A2BIO) que, según resaltó, “supone un paso firme que acerca a Andalucía al objetivo de consolidarse y posicionarse como referente en el mercado de la descarbonización”.

Moreno explicó que esta alianza energética es fruto de la colaboración público-privada y hará que Andalucía siga siendo modelo en asuntos claves como la transición energética y la economía circular.

De este modo, señaló que la Comunidad andaluza ha logrado en sólo cinco años duplicar la potencia eléctrica renovable instalada hasta lograr, a finales de primer semestre de este año, un parque de unos 12.500 megavatios, es decir, el 61% de la potencia total instalada en Andalucía para la generación eléctrica procede ya de fuentes limpias.

En este sentido, el presidente de la Junta andaluza resaltó que la Alianza Andaluza del Biogás es la primera de España para el desarrollo del biogás, promovida por una Administración pública, lo que calificó como “un hito de primera magnitud con el que ampliar y diversificar la apuesta andaluza por las renovables a partir de una nueva fuente de energía limpia procedente de los residuos orgánicos”.

A este respecto, avanzó que ésta nace ya con unas noventa entidades adheridas entre las que se encuentran empresas, asociaciones de empresas, universidades o centros tecnológicos, entre otros, al tiempo que agradeció el entusiasmo y la colaboración de todos los aliados para hacer del biogás todo un éxito.

El presidente andaluz afirmó que, según un estudio de SEDIGAS, Andalucía es la segunda Comunidad con mayor potencial de España, con 334 posibles plantas, y manifestó que de poder realizarse todas, con su producción de biogás se podría cubrir el 100% del consumo de gas natural en el sector doméstico e industrial en la región.

“Apostar por el biogás contribuirá de forma muy estimable al gran objetivo de autoabastecernos a través de energías limpias. Además, Andalucía asume el reto de

promover un desarrollo del biogás más eficiente que reduzca al mínimo las emisiones y neutralice otros impactos negativos como pueden ser la gestión de residuos o los olores”, añadió.

En relación con este asunto, aseveró que el Gobierno andaluz ya trabaja en una modificación de la normativa que impondrá a estas plantas un límite de emisiones de olores muy restrictivo, ya que “sólo concebimos el desarrollo de las energías limpias si estas contribuyen a mejorar la calidad de vida de los andaluces y a preservar nuestro entorno natural”.

El biogás, una oportunidad para las zonas rurales

Moreno incidió en que el biogás supone una gran oportunidad para las zonas rurales como productoras y consumidoras de esta nueva forma de energía y aseguró que Jaén lo tiene todo a su favor para convertirse en la capital española del biogás, lo que supone una extraordinaria oportunidad para crecer en innovación e industria en clave sostenible.

“Jaén, uno de nuestros baluartes agroalimentarios. Si valioso es su aceite de oliva, no lo es menos su capacidad para generar energía limpia. Gracias al olivar, esta provincia cuenta con el mayor potencial de desarrollo de biogás”, remarcó.

Según matizó, en Andalucía se contabilizan a día de hoy 21 plantas de producción de biogás, que aportan unos 33 megavatios, y que el objetivo es construir plantas más avanzadas capaces de producir biogás para inyectarlo a la red de gaseoductos, teniendo en cuenta que el gas natural es la segunda fuente de energía de mayor demanda en la comunidad andaluza.

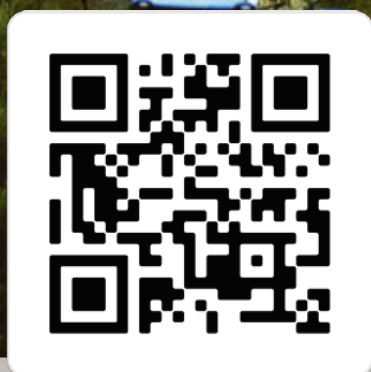
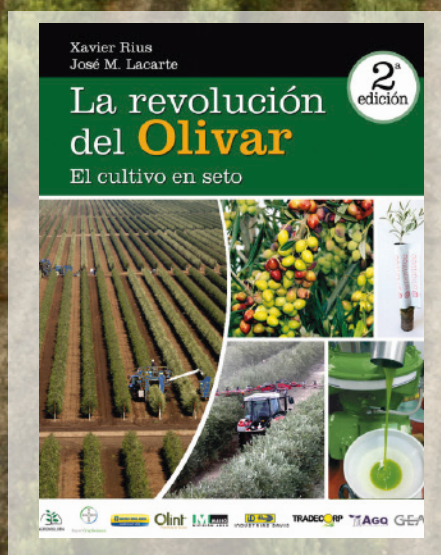
De esta forma, en Andalucía hay en marcha medio centenar de proyectos empresariales de biogás que supondrían una inversión de 1.400 millones de euros y la creación de 3.500 puestos de trabajo, estando 41 de ellos en tramitación por valor global de 840 millones de euros y 2.000 empleos.

El presidente de la Junta concretó que la provincia de Jaén concentra casi la mitad de esos proyectos y también de la inversión con alrededor de unos 710 millones, a lo que se suma que es la provincia con mayor número de proyectos en tramitación, hasta 16, y con una inversión asociada de unos 563 millones de euros.

Moreno estuvo acompañado del consejero de Industria, Energía y Minas, Jorge Paradelo; del consejero de Agricultura, Agua, Pesca y Desarrollo Rural, Ramón Fernández-Pacheco; de la consejera de Sostenibilidad y Medio Ambiente, Catalina García; y del alcalde de Jaén, Julio Millán.



La revolución del olivar: cultivo en seto



¡Quiero el libro!

Manual práctico de uso diario dirigido a los olivicultores, técnicos de explotaciones, estudiantes, profesionales del sector y al público general interesado en la olivicultura.



Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía tendrá en ejecución varios proyectos sobre olivar en 2025

Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía continúa impulsando la innovación empresarial como línea estratégica para lograr mejorar la competitividad de sus 640 cooperativas federadas y, a su vez, garantizar la rentabilidad de sus 305.000 agricultores y ganaderos asociados. En este sentido, según ha informado en un comunicado, a lo largo de 2025 la federación tendrá en ejecución un total de 53 proyectos de I+D+i -algunos de ellos centrados en el olivar-, con una inversión superior a dos millones de euros y con cargo a líneas de financiación regional, nacional y europea.

En concreto, la organización, que ha sido reconocida como “PYME innovadora” por el Ministerio de Ciencia e Innovación, va a trabajar en 25 Grupos Operativos regionales de la Asociación Europea de Innovación en Materia de Productividad y Sostenibilidad Agrícola (EIP AGRI) de 2022, cofinanciados por la Consejería de Agricultura, Agua, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, y en dos Grupos Operativos supraautonómicos (nacionales), en el marco del Programa Nacional de Desarrollo Rural 2014-2022, con fondos procedentes del Instrumento de Recuperación Europeo (EU Next Generation).

Además, se trabajará en siete proyectos europeos, con cargo al Programa Horizonte Europa, la convocatoria HORIZON-EUSPA y al programa Interreg España-Portugal (POCTEP), y otros 19 proyectos de economía social (Líneas 2, 3 y 4), financiados por la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo de la Junta de Andalucía.

El desarrollo de estas iniciativas permite a la federación regional trasladar a sus cooperativas y a su base social importantes innovaciones que mejoran su competitividad. Así, se han impulsado proyectos que han mejorado el manejo de las explotaciones, haciéndolas más sostenibles; la producción de cultivos señeros en Andalucía, la transformación del producto y su posterior comercialización; así como la gestión de la propia entidad.

Grupos Operativos de la AEI

Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía promueve la participación en grupos operativos, que son consorcios de innovación, en los que la federación se une a

centros de investigación y empresas tecnológicas, con la finalidad de ejecutar un proyecto dirigido a encontrar una solución a un problema sectorial concreto, o para poner en práctica una idea innovadora relacionada con el sector agroalimentario. Al respecto, en el próximo ejercicio, la federación regional trabajará en proyectos como AgroFert, BIOlivo, ClimaFarm, ferTLCycle, Logiceb, Mountolive I, Olike, OliVAR, On Dehesa, RAVSA3, SAMM_IRO, Tricabland y MEGA.

También se incentiva la participación en grupos operativos a través de las federaciones provinciales. Así, se avanzará en proyectos como Hidroinfiltración, Biorevaleaf, Tomagroup, Cherry4Food, Macroalgae, Mariposa, Beerisk, Sosviti, Greenbot, Smartpho-tolive, Plahud y E-Banco.

Por otra parte, la federación impulsará los grupos operativos supraautonómicos AlgaVid y SimbiOliva en el próximo ejercicio.

Proyectos europeos

Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía viene participando en los últimos años en varios consorcios a gran escala de carácter europeo que trabajan en la mejora de la pro-

ducción y la comercialización, así como en la sostenibilidad de las explotaciones. Los proyectos son Choice, Space4Green, Hiba+, Carina, Agrosocial, Watermelon y Livingsoil.

Por otro lado, en la nueva convocatoria del Programa de Apoyo a la Promoción y el Desarrollo de la Economía Social para el Empleo que ejecuta la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo de la Junta de Andalucía, Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía va a ejecutar 19 proyectos.

La finalidad de este programa, que se divide en distintas líneas, es apoyar la realización de actividades de promoción de la economía social y el desarrollo de proyectos que contribuyan a lograr una economía social innovadora, competitiva, emprendedora y mejor dimensionada. Así, por medio de este programa se desarrollarán iniciativas para la mejora de las competencias digitales de las cooperativas; se organizarán misiones comerciales para impulsar la comercialización e internacionalización; se reforzarán los servicios propios de las cooperativas agroalimentarias; y se desarrollarán, entre otras, herramientas que permiten medir la sostenibilidad del modelo cooperativo.





El aceite de oliva, entre los alimentos que cumplen los requisitos para el uso de la declaración “saludable” de la FDA

La Agencia de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos (FDA, en sus siglas en inglés) ha publicado la norma final para actualizar la declaración de contenido nutricional “saludable” con el fin de ayudar a los consumidores a identificar los alimentos que son particularmente útiles como base de una dieta que sea coherente con las recomendaciones dietéticas. El aceite de oliva se encuentra entre los productos calificados para el uso de esta declaración.

Este organismo ha explicado que la afirmación de que los alimentos son “saludables” puede empoderar a los consumidores al proporcionarles una señal rápida en las etiquetas que les permita identificar los alimentos que son fundamentales para crear patrones alimentarios saludables. Además, a su juicio, podría ser especialmente útil para quienes no están tan familiarizados con la información nutricional.

Esta medida es parte de un compromiso más amplio de la FDA de hacer de los alimentos un vehículo para la salud y el bienestar, reducir las enfermedades crónicas relacionadas con la dieta y promover la equidad en materia de salud. Esta iniciativa, y otras como el etiquetado nutricional frontal de los envases y la reducción del sodio, se incluyen en la Estrategia Nacional de la Casa Blanca sobre el Hambre, la Nutrición y la Salud.

Los criterios actualizados para la afirmación de que un producto es “saludable” están alineados con la ciencia nutricional actual, las Guías Alimentarias para los Estadounidenses y la etiqueta de información nutricional actualizada, que exige la declaración de azúcares añadidos. A su vez, estos criterios incluyen los nutrientes que se deben limitar e identifican los alimentos que ayudan a los consumidores a elaborar una dieta coherente con las recomendaciones actuales.

Para llevar la declaración de “saludable”, un producto debe contener una cierta cantidad de alimentos (equivalente a un grupo de alimentos) de al menos uno de los grupos o subgrupos de alimentos (como frutas, verduras, productos lácteos sin grasa o bajos en grasa, etc.) recomendados por las



Guías Dietéticas; y respetar los límites específicos para los siguientes nutrientes: grasas saturadas, sodio y azúcares añadidos.

Ahora, ciertos aceites como el de oliva cumplen los requisitos para llevar la afirmación de “saludable”.

Según ha precisado la agencia norteamericana, los fabricantes pueden utilizar voluntariamente esta declaración si el producto cumple con los criterios actualizados. Los fabricantes que optan por utilizar la afirmación de “saludable” tienen tres años para cumplir la nueva norma.

La FDA también está trabajando en el desarrollo de un símbolo que los fabricantes podrían utilizar en las etiquetas de los alimentos para mostrar que un producto cumple con los criterios de la afirmación de que es “saludable”.

Etiquetado frontal nutricional

Asimismo, la FDA ha propuesto que se exija un etiquetado frontal nutricional (FOP, por sus siglas en inglés) en la mayoría de los alimentos envasados. Esta

propuesta desempeña un papel clave en las prioridades nutricionales de la agencia y si se aprueba ofrecería a los consumidores información a simple vista sobre el contenido de grasas saturadas, sodio y azúcares añadidos en los alimentos, tres nutrientes directamente relacionados con las enfermedades crónicas cuando se consumen en exceso.

El etiquetado frontal propuesto, también denominado “cuadro de información nutricional”, ofrece información sobre el contenido de grasas saturadas, sodio y azúcares añadidos en un formato sencillo que muestra si el alimento tiene niveles “bajos”, “medios” o “altos” de estos nutrientes.

La etiqueta complementa la emblemática Etiqueta de Información Nutricional de la FDA, que ofrece a los consumidores información más detallada sobre los nutrientes de los alimentos.

La norma propuesta, si se aprueba, exigiría a los fabricantes de alimentos añadir un cuadro de información nutricional en la mayoría de los productos envasados tres años después de la fecha de entrada en vigor del dictamen final para las empresas con 10 millones de dólares o más en ventas anuales de alimentos; y cuatro años después en el caso de las empresas con menos de 10 millones de dólares en ventas anuales.





OLIVITECH desarrollará un sistema de alerta temprana de enfermedades del olivo

Con una subvención de más de medio millón de euros - cofinanciados en un 80% por fondos FEADER- y cuatro años de duración ha arrancado OLIVITECH, un Grupo Operativo que aportará soluciones innovadoras al sector olivarero, desarrollando un sistema de alerta temprana que permita predecir el riesgo real de infecciones fúngicas y reducir el uso de tratamientos químicos.

Según ha informado Oleand Manzanilla Olive -socio del proyecto-, las enfermedades fúngicas del olivo -las más comunes son el repilo, el emplomado y la antracnosis- suponen una gran amenaza para el sector, ya que debilitan los olivos, reducen la calidad de la aceituna y pueden provocar la pérdida del 20-80% de la producción. A su juicio, estas enfermedades son difíciles de predecir ya que su aparición depende en gran medida de la climatología. Además, ha añadido que el cambio climático no ha hecho más que empeorar esta situación, alterando el calendario de enfermedades.

“Los olivicultores intentan adaptarse a estos cambios combatiendo las plagas mediante tratamientos preventivos. Esta situación plantea problemas medioambientales y económicos. El abuso de productos fitosanitarios contribuye a la aparición de resistencias a plagas, contaminación del medioambiente, reducción de la calidad de la aceituna producida, e incremento de los costes de producción hasta en un 10%”, ha explicado.

En este contexto, surge el proyecto OLIVITECH, cuyo objetivo es desarrollar un sistema de alerta temprana que combine datos del olivo, los patógenos, la sintoma-

tología y la meteorología de cada parcela experimental. Así, contribuirá a crear “una olivicultura más sostenible y rentable, reduciendo el número de tratamientos y mejorando la calidad de la aceituna producida”.

Los resultados del proyecto serán extensibles a todo el sector olivarero español, ya que se llevará a cabo en regiones con climas tan diferentes como son Galicia y Andalucía.

Para llevar a cabo esta iniciativa se ha creado un equipo multidisciplinar coordinado por la Fundación Empresa Universidad Gallega (FEUGA), en el que participa Oleand Manzanilla Olive S.Coop.And. como socio, junto a otros productores oleícolas como Aceites Abril y Deoleo Global. Además, forman parte de este proyecto la compañía tecnológica Monet Tecnología e Innovación; la Universidad de Vigo, a través del Grupo de Investigación en Sistemas Agroambientais (GISA); y la Universidad de Córdoba (UCO), a través del Grupo de Investigación Botánica Sistemática y Aplicada.

Oleand Manzanilla Olive se encargará de adquirir un captador y una estación meteorológica que se instalará en parcelas seleccionadas de olivares, donde se seguirá el control fenológico.

Fases del proyecto

El proyecto se desarrollará en diferentes etapas. La primera fase se centrará en la validación de técnicas de recogida de datos automáticos y la toma de datos sobre la sensibilidad del olivo, la concentración de esporas, la sintomatología de las enfermedades, y la meteorología. Esta información se analizará mediante técnicas de minería de datos para determinar el nivel de riesgo real de cada enfermedad en cada zona bajo estudio y el momento idóneo para la aplicación del tratamiento fitosanitario.

En una etapa posterior, a partir de los resultados proporcionados por la herramienta de avisos, se diseñará una estrategia de gestión de tratamientos fitosanitarios. Para ello, se decidirá el momento óptimo de aplicación de cada tratamiento fitosanitario en los recintos testigo de cada parcela bajo estudio, en función de las indicaciones proporcionadas por la herramienta de avisos.

En una última etapa se comparará el estado sanitario de los recintos testigo con el del resto del olivar en aras de cuantificar la precisión de la herramienta de avisos. También se determinará la eficacia de la

estrategia de gestión de tratamientos y la efectividad de tratamientos post-cosecha.

Finalmente, se emitirá un informe con el modelo de cálculo de ahorro de costes anuales por reducción de tratamientos fitosanitarios y se estudiará el impacto de diversos escenarios del cambio climático sobre el cultivo del olivar.





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

extra, ecológico, oliva, otros tipos de aceites y marcas blancas. Se señala, en cada envase, el precio más bajo y el más alto expuesto en los lineales. Las ofertas se señalan con: (Of.)
Ultima revisión de precios: 30 de diciembre de 2024.

Aceites de oliva virgen extra ecológico (Precio euros)

MARCA	LATA 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA 1 L.	CRISTAL 3/4 L.	CRISTAL 1/2 L
Alhema de Queiles		33,00 (3 l.)			8,92 (lata)
Baeturia Organic Morisca/Carrasqueña					10,00
Belvís de las Navas					28,05
Borges			3,50		8,98
Calandina Ecológico			5,99		
Campomar Nature Bio		31,99 (2,5 l.)	5,99		
Carbonell Eco			6,67		
Carrefour Eco			9,95	12,19	5,95
Castillo de Canena Picual Biodinámico					7,70
Castillo de Tabernas	50,00	76,50 (cristal 5 l.)		13,25 (Coupage)	23,40
Coosur Ecológico			15,57		
Dcoop Ecológico			16,17		
El Corte Inglés Ecológico				4,56	8,72
El Lagar del Soto	55,71				7,28 (lata)
Eolea Ecológico				8,75	
Finca La Torre		36,00 (lata 2,5 l.)			20,86
Flor de Olivo Ecológico					2,99
Hacienda Guzmán Ecológico					19,48
LA Organic				16,50 (lata)	17,97
L'Estornell Eco			13,00	14,79	17,34
La Española Ecológico				3,99	6,48
Luque	31,50	27,95 (lata 3 l.)			
Maestros de Hojiblanca Eco.			8,87	11,88	
Nuñez de Prado	39,00				12,57
N Organic				14,50	
Olivar de Segura	27,99		16,35	14,95	11,00
Oro Bailén Eco.					18,92
Oro del Desierto Ecológico				5,48	
Oro de Génave			5,65	12,80/12,92	11,72
Padilla Oliva Bio	50,00		13,00	7,95 (lata)	
Pago de Quirós				12,50	13,53 (lata)
Pago Piedrabuena				7,50	
Rincón de la Subbética					25,90
Románico Ecológico					13,24
Señorío de Vizcántar Ecológico			6,50		
Sierra de Génave				4,50	
Soler Romero					8,50
Veá (Lérida)	54,00	7,90 (0.370 l.)	15,00	5,80 (frasca 0,25 l.)	8,25
Verde Mágina Ecológico	27,55			10,29/10,72	2,99
Vieiru		20,50 (lata 3 l.)			13,50

Aceite de orujo de oliva (euros)

MARCA	GRADOS	ENV. 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA 1L.
Capicúa	0,4	21,40		2,99
La Masía Lindoliva		26,21		5,16

Aceite de oliva (Precio euros)

MARCA	GRADOS	LATA 5 L.	ENVASE 5 L.	ENVASE 3 L.	BOTELLA 1L.
Abril		44,87	38,12		7,65
Borges			55,81		11,67
Carbonell	0,4º	44,71	32,99		12,09
Coosur Sabor			39,95		11,54
Coosur Suave			39,95		11,54
La Española Sabor Suave	0,4º	55,78	35,95/39,95	26,50	10,29
La Española Sabor Intenso	1º	55,78	35,95/39,95	26,50	10,29
La Masía Suave	0,4º		34,25/52,30	24,41	8,46
La Masía Sumum			34,25/52,30	24,41	9,48
Ybarra Suave		55,36	53,42	30,00	8,15
Ybarra Más Sabor		55,36	53,42	30,00	8,15

www.centrifugacionalemana.com

LA EXTRACCIÓN
EN PERFECTA SINCRONÍA

centrifugación
alemana



OFERTA DE EMPLEO: Comercial Exportación, Canal HORECA y tiendas Gourmet

¿Te apasiona el mundo del aceite y tienes experiencia en ventas internacionales?
¿Quieres formar parte de una empresa en crecimiento y referente en el sector oleícola?

Funciones principales

- Gestionar y ampliar la cartera de clientes en mercados internacionales.
- Desarrollar y consolidar relaciones comerciales con distribuidores y clientes del canal HORECA y tiendas Gourmet.
- Identificar nuevas oportunidades de negocio y analizar tendencias del mercado.

- Negociar acuerdos comerciales y establecer planes de acción para alcanzar objetivos de ventas.
- Representar a la empresa en ferias y eventos internacionales.

Requisitos

- Experiencia previa en exportación y/o ventas en el canal HORECA, preferiblemente en el sector alimentario (No indispensable).
- Nivel avanzado de inglés.
- Motivación y habilidad para trabajar por objetivos y adaptarse a diferentes mercados.
- Excelentes habilidades de comunicación y negociación.

¿Qué ofrecemos?

- Contrato estable y salario competitivo, con incentivos por objetivos.
- Formación continua y oportunidades de desarrollo profesional.

¿Te interesa? Envíanos tu CV actualizado a:
info@haciendatucan.es

¡Únete a nuestro equipo y lleva nuestra pasión por el AOVE PREMIUM al mundo!

SE BUSCA

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

Se requiere ser autónomo o con empresa propia.

Teléfono: 661 500 154

SE BUSCA

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

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

Más información: 630 825 235

VENDEMOS

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

Más información: 639 662 170

SE VENDEN

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

Teléfono: 625 683 192

SE BUSCA

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

Más información: info@sagazextra.com

SE VENDEN

Decánters de 2º uso reparados y sin reparar.

Teléfono: 680 690 618

SE VENDE

Diverso material de laboratorio.

Más información: 618 753 164 (Pilar)

VENDEMOS

Decánters usados de distintas marcas en buen estado de funcionamiento.

Más información: 630 900 805

SE VENDE

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

Teléfono: 680 714 391

SE VENDE

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

Más información: 958 463 046

SE VENDE

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

Interesados, llamar al 957 600 150

www.treico.com

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

Convocatorias

Convocada una nueva edición del Premio "Agustí Serés. In memoriam"

La familia Serés Santamaría ha convocado la XVI 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 detallan 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 -cuyo plazo fi-

nalizará el 24 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.

Se tendrá en cuenta especialmente su originalidad y los medios disponibles y empleados, siendo prioritarias aquellas actuaciones que impliquen un mayor compromiso de los candidatos en la iniciativa. Las candidaturas serán propuestas y presentadas por los propios interesados, quienes defenderán las mismas

aportando ante el jurado la documentación que consideren oportuna para acreditar sus méritos, en las formas y plazos establecidos.

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; gastronomía y conservación del patrimonio; y divulgación y comunicación, entre otras.

El premio consta de un diploma y una dotación económica de 1.000 euros, ambos aportados por la familia o Fundación Serés.



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

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

Calendario de Ferias y Eventos en 2025

1 Enero

- Del 22 al 26 de enero
Fitur
Madrid
fitur@ifema.es
www.ifema.es/fitur
- Del 27 al 29 de enero
Madrid Fusión
Madrid
madridfusion@madridfusion.net
www.madridfusion.net
- Del 29 de enero al 2 de febrero
Agroexpo
Don Benito (Badajoz)
comercial@feval.com
www.feval.com/agroexpo
- Del 30 de enero al 1 de febrero
Evolio Expo
Bari (Italia)
www.evolioexpo.com/en
- Del 30 de enero al 2 de febrero
Festival Córdoba Virgen Extra
Córdoba

1 Febrero

- Del 8 al 10 de febrero
Pitti Taste
Florence (Italia)
www.taste.pittimagine.com/en
- Del 10 al 12 de febrero
Lisbon Food Affair
Lisboa (Portugal)
lisbonfoodaffair@ccl.fil.pt
www.lisbonfoodaffair.fil.pt
- Del 11 al 14 de febrero
Biofach
Nürnberg (Alemania)
www.biofach.de
- Del 17 al 21 de febrero
Gulfood
Dubai (Emiratos Árabes Unidos)
www.gulfood.com/
- 21 de febrero
Azeitech
Minas Gerais (Brasil)
www.azeitech.com.br

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

Está pasando...

ICEX convoca Taste Spain Paris 2025: encuentra distribución para tu AOVE en el mercado francés

ICEX España Exportación e Inversiones ha convocado a las empresas españolas sin representación en el mercado francés a Taste Spain Paris 2025, una exposición de alimentos y bebidas gourmet en búsqueda de distribución que tendrá lugar el 29 de abril. Se trata de una exposición de alimentos representativos de la oferta española -entre ellos el aceite de oliva virgen extra- cuyo formato será el de un *showroom* en el que cada expositor tendrá a su disposición una mesa individual para la presentación de sus productos.

Esta actividad -cuyo plazo de inscripción finalizará el próximo 14 de febrero- tiene como objetivos ayudar a las empresas españolas a identificar distribuidores para introducir sus productos en el mercado francés; fomentar la presencia y el conocimiento de los productos españoles de excelencia en este mercado; y reforzar su imagen de calidad.

Se trata de una acción dirigida exclusivamente al público profesional: importadores, distribuidores, comercio minorista de alimentación y vinos, comercio gourmet, profesionales del sector de restauración, prensa especializada y otros representantes del sector. Según ICEX, se pretende que esta actividad sea un escaparate de la calidad, el prestigio y la variedad de los alimentos españoles.

La Oficina Económica y Comercial de España en París estima que entre los productos españoles más interesantes para ser promocionados en el mercado francés se encuentran los aceites de oliva vírgenes extra.

Mercado de aceite de oliva en Francia

Según un estudio de ICEX, el 65% de los hogares franceses consumieron aceite de oliva en 2023, por lo que Francia ha pasado a ser el sexto país consumidor de aceite de oliva en el mundo. Sin embargo, el contexto de inflación actual ha provocado una disminución del consumo del 20%.

A pesar de que la mayor parte del aceite de oliva consumido en Francia sea de origen español, este informe apunta que la Marca España no es la más conocida, sino que Italia es percibida por los consumidores franceses como el principal país productor de aceite de oliva, y los productos griegos y cretenses también gozan de una alta reputación. En este sentido, afirma que el poco posicionamiento del aceite español en Francia -en cantidad o en calidad- se explica en que este producto no se vende embotellado, sino que se importa a granel y se comercializa por las marcas tradicionales francesas, por marcas de las cadenas de distribución (marcas blancas) e incluso italianas.

En cuanto a los canales de venta de aceite de oliva, el principal canal es la gran distribución, aunque las tiendas de productos gourmet también juegan un importante papel en la venta del aceite de oliva de más alta gama. Por su parte, el comercio electrónico ha revolucionado el mercado alimentario y cada vez son más los hogares que realizan sus compras en línea. La venta *on line* permite al consumidor resolver sus dudas a la hora de la compra y ofrece a los proveedores una forma de promocionar sus productos y tener una interacción más directa con el consumidor.

A su vez, el estudio destaca que el consumidor francés busca cada vez una mayor variedad y diferenciación en la oferta. Existe un creciente interés en conocer nuevos sabores y procedencias del aceite de oliva, lo que puede beneficiar a los productores españoles. Así, recomienda a las empresas españolas seguir una estrategia de promoción que ponga en valor las características diferenciadoras y la calidad del aceite nacional. A su juicio, es relevante hacer hincapié en la procedencia del aceite, en su proceso de producción y en la historia de la empresa productora.





UTILIZANDO AGROCUADERNO, SUPERAR CUALQUIER RETO ESTARÁ EN SU MANO

Ahorre tiempo y costes gestionando diariamente la actividad de sus parcelas, pudiendo visualizarlas geográficamente, y genere documentos oficiales adaptados al Registro Electrónico de Transacciones y Operaciones de Productos Fitosanitarios (RETO)



APLICACIONES INFORMÁTICAS PROSUR, S.L.
C/Hermano Luján, 10-local
14007 CORDOBA (ESPAÑA)
Fijos +34 957 435976 + 34 957 020270
Móvil + 34 615 689778
www.agrocuaderno.com



González y París

La experiencia marca la diferencia

Pol. Ind. Santa Ana, s/n - 41590 La Roda de Andalucía, Sevilla (España)
Tel.: +34 954 016 132 / Fax: +34 954 015 352 / Mov: +34 606 992 244
email: gonzalezyparis@gmail.com - web: www.talleresgonzalezyparis.com

TALLERES GONZÁLEZ Y PARÍS, S.L.

Serie M6001 Utility: Agilidad y versatilidad van de la mano



Kubota

M6001 Utility: El más inteligente de los tractores profesionales

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



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

For Earth, For Life
Kubota