



INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR

Mercacei

SEMANAL

MERCACEI, PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA A LA COMUNICACIÓN

E

ditorial

Luis Planas destaca la relevancia de los estudios científicos sobre las cualidades saludables del aceite de oliva
pág.4

El Comité Olímpico Español impulsará el consumo de AOVE en el deporte
pág.5

Los sindicatos andaluces apoyan al sector orujero en su reivindicación por las cogeneraciones
pág.11

Cooperativas Agro-alimentarias estima una producción nacional de 900.000 t. en la campaña 2022/23
pág.21

La Universidad de Yale contará con el Instituto de Ciencias del Olivo y Salud
pág.22

Rumanía, un mercado en auge para el aceite de oliva
pág.25

El virgen extra y sus “peros”

Por Pandora Peñamil Peñafiel

Cuando se publica cualquier noticia en los medios de comunicación generalistas o aparece en la televisión algún experto del campo de la nutrición hablando acerca del aceite de oliva virgen extra mi organismo empieza a generar automáticamente cortisol. Es una reacción natural, impredecible e imposible de detener. Mi cerebro me está avisando de que, aunque parezca que el periodista/nutricionista en cuestión esté hablando en positivo del AOVE, en cualquier momento llegará el inevitable “pero”. Con esto me refiero a las clásicas frases: “hay que consumir aceite de oliva virgen extra, que es la grasa más saludable, rica en ácidos grasos monoinsaturados... peeeeero siempre dentro de las cantidades recomendadas”; o “el aceite de oliva virgen extra es súper sano, ayuda a controlar el colesterol, es el que aguanta mejor la temperatura de la fritura... peeeeero se ha encarecido un 25% en el último año”. ¿Es que existe algo que no se haya encarecido en 2022? ¿Es que comprar una botella de AOVE -que nos dura una semana, reduce nuestro colesterol, es antiinflamatorio, anticancerígeno, etc., etc.-, de 1 litro a 6 euros es una locura y beberse un gin tonic -que provoca cáncer, hipertensión, trombosis, cirrosis hepática, etc., etc.- de 15 euros en media hora es lo normal? Por eso, cuando el otro día la AESAN actualizó sus recomendaciones dietéticas “sostenibles y de acti-



vidad física para la población española?... me eché a temblar.

Como siempre ocurre, el informe comenzó deshaciéndose en halagos hacia el aceite de oliva, recomendando su consumo diario en todas las comidas principales del día, tanto para el cocinado de los alimentos como para su aliño. Al leerlo mi organismo comenzó a liberar cantidades ingentes de cortisol que me avisaban de que el famoso “pero” estaba a punto de caer. Cuanto más alto vuelas, más gorda es la caída, así que cuanto mayores sean los halagos, peores serán los “peros” que llegarán. Efectivamente, tras señalar que el aceite de oliva virgen extra aporta una mayor cantidad de polifenoles y otros compuestos con propiedades beneficiosas para la salud, el informe decía lo siguiente: “sin embargo -aquí viene el gran ‘pero’-, por el momento no se ha demostrado que el AOVE, en comparación con el aceite de oliva refinado, disminuya de manera significativa el riesgo de enfermedad cardiovascular u otras patologías, o la mortalidad”. ¿Ah no? ¿Así que la Fanta de naranja posee las mismas propiedades saludables que el zumo de naranja? Se antoja una utopía explicarle al consumidor qué es el aceite de oliva virgen extra, que comprenda que la mayor diferencia entre éste y el resto de categorías comerciales de aceite de oliva es que es el único que es un zumo. Y, desde luego, informes como este sólo sirven para perpetuar la maldita maldición del “pero”.



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

“Preocupación e incertidumbre del sector oleícola ante la difícil campaña 2022/23”

pág.16



Fundadora:
M. Dolores Peñafiel Fernández

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

Directora:
Pandora Peñamil Peñafiel

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



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).



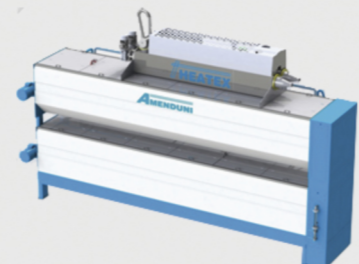
sumario

- 1 Editorial
- 2 Sumario
- 3 Análisis de Mercado
- 4 Actualidad
 - Salud
- 6-10 Mercado
 - Sostenibilidad
- 11 Actualidad
 - Nutrición
 - Ferias
 - Análisis de campaña
 - Aforo
 - Formación
 - Internacional
 - Exportación
- 26 Precios al Detall
- 28 Anuncios Breves
- 29 Agenda

Cooperativas

Un grupo de mujeres de cooperativas de España intercambian conocimientos y buenas prácticas con organizaciones de Suecia

Un grupo de mujeres cooperativistas - pertenecientes a sectores como el oleícola- formado por presidentas y rectoras de cooperativas de Galicia, Asturias, Aragón, Cataluña, Baleares, Valencia, Murcia, Andalucía, Extremadura, Castilla-La Mancha y Castilla y León, tuvieron la oportunidad de participar en una actividad de transferencia de conocimientos y buenas prácticas con cooperativas y organizaciones de Suecia. Esta actividad tuvo lugar del 12 al 16 de septiembre, cuando la delegación española de Cooperativas Agroalimentarias de España se trasladó a Suecia y bajo un intenso programa de trabajo se desarrollaron varias reuniones y visitas técnicas en las que, además de conocer e intercambiar experiencias de la realidad agroalimentaria y cooperativa de ambos países, la perspectiva de género tuvo un lugar relevante. “Esta experiencia nos ha permitido conocer sobre el terreno, cuál es el papel que desempeña la mujer agricultora y ganadera en el sector cooperativo agroalimentario de Suecia”, ha explicado Carmen Martínez, responsable de Igualdad de Cooperativas Agro-alimentarias de España, quien ha subrayado que esta experiencia “permite también conectar con otras realidades y otros modelos liderados por mujeres de otros países de la UE”.



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

Poca operatividad ante las cortas previsiones de campaña y la ausencia de lluvias

Cooperativas Agro-alimentarias estima una producción nacional de aceite de oliva de 900.000 toneladas en la campaña 2022/23. La reducción de la cosecha a nivel europeo será del 34%, tal y como ha adelantado en sus previsiones el Copa-Cogeca, situándose en 1.470.000 t., lo que supone una reducción de la disponibilidad de aceite en el mercado internacional de casi 800.000 t., según Cooperativas.

La organización también ha subrayado que las salidas al mercado de aceite acumuladas durante esta campaña (hasta el mes de agosto), con 1.523.000 t., suponen un récord absoluto de comercialización, superando los datos de la campaña pasada, que obtuvo el mejor dato histórico. Además, prevé que ese buen comportamiento continúe en septiembre. Esto se suma al buen ritmo de desarrollo de la campaña, con cuatro cifras mensuales récord de comercialización, entre ellas el pasado mes de agosto, con 129.000 t.

Jaén

No hay prácticamente movimiento en el mercado. Se opera por estricta necesidad a la espera de conocer el tiempo que hará en los próximos días. Va saliendo algo más de oferta -que no cede-, pero sin prisas por vender. En este contexto, repiten todas las cotizaciones con el lampante a 3.800 €/t.; el virgen, a 3.850 €/t.; el virgen extra, a 3.900/4.000 €/t.; y el refinado, a 3.950/4.000 €/t.

Córdoba

Oferta muy tranquila, al tiempo que los compradores se encuentran terminando de retirar lo adquirido en agosto. No se realizan prácticamente operaciones. Así, el lampante se establece a 3.800 €/t.; el virgen, a 3.850 €/t.; el refinado, a 3.950 €/t.; y el virgen extra, a 3.900/4.000 €/t.

Rosa Moliterno

Broker

Aceite de oliva a granel

952 603 030

rm@iberiadeaceites.com

Iberia de Aceites S.L.

Sevilla

Muy poca operatividad en el mercado, con el sector con la mirada puesta en el cielo a ver si llueve. Las perspectivas de poca cosecha están influyendo decididamente en que los precios se mantengan en estos niveles. La distribución comercial se encuentra muy parada. Mientras tanto, el lampante se oferta a 3.800/3.850 €/t.; el virgen, a 3.900 €/t.; el virgen extra, a 4.000/4.050 €/t.; y el refinado, a 3.950/4.000 €/t.

Málaga

Mercado parado en el que solo se realizan retiradas de compras anteriores. Tan sólo cotiza el virgen extra a 3.950/4.000 €/t.

Castilla-La Mancha

Mercado muy parado por ambas partes. El vendedor deja de ofertar mientras que la demanda compra al día, según necesidad. Se producen retiradas de contratos realizados en meses anteriores. En este contexto, el virgen cotiza a 3.850/3.900 €/t.; y el AOVE, a 3.950/4.050 €/t.

Extremadura

Escasa operatividad a pesar de que las precipitaciones de los últimos días han aliviado al campo, a la espera de ver si se producen más y más abundantes. Con la vista más puesta en la próxima campaña que en la anterior, el lampante se oferta a 3.750/3.800 €/t.; el virgen, a 3.850/3.900 €/t.; y el virgen extra, a 3.950/4.100 €/t.

Valencia

Mercado muy parado y sin actividad donde el lampante se establece a 3.800 €/t.; el virgen, a 3.850 €/t.; el virgen extra, a 3.900 €/t.; y el refinado, a 3.950 €/t.



Somos conscientes del valor de nuestra materia prima

Optimizando juntos los recursos, sin desperdiciar nada.

PIERALISI

CIRCULAR THINKING

www.pieralisi.com



Luis Planas destaca la relevancia de los estudios científicos sobre las cualidades saludables del aceite de oliva

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, ha destacado la relevancia de los estudios científicos sobre las cualidades saludables del aceite de oliva, y ha ensalzado el estudio CordioPrev porque conforma un “triángulo perfecto: agricultura y alimentación, ciencia y salud”. Asimismo, ha asegurado que España, con su Dieta Mediterránea, cuya grasa principal es el aceite de oliva, tiene un gran potencial para situarse a la cabeza europea de I+D+i en alimentación saludable.

Así lo puso de manifiesto Planas durante su intervención, junto a la ministra de Ciencia e Innovación, Diana Morant, en el acto de presentación de los resultados del estudio CordioPrev el 20 de septiembre, que ha demostrado, por primera vez, que la Dieta Mediterránea, cuya grasa principal es el aceite de oliva, previene la recurrencia de accidentes cardiovasculares. El Ministro destacó que, gracias a estos resultados, “podemos mejorar las expectativas de vida de muchas personas que ya han sufrido un accidente coronario”.

En este sentido, Planas reiteró la importancia de que los estudios científicos demuestren cada vez más los beneficios saludables del aceite de oliva, para que en un futuro los envases puedan contar con algún tipo de indicación de sus valores nutricionales, de acuerdo con la estricta normativa europea sobre etiquetado.

Asimismo, adelantó que uno de los grandes objetivos que se ha marcado el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) cuando España ocupe la presidencia de la Unión Europea, en el segundo semestre del año 2023, es discutir la nueva propuesta de la Comisión Europea en materia de etiquetado de los alimentos, y ha asegurado que “trabajaremos para que el aceite de oliva salga en el lugar que merece”.

En el estudio, que se inició en 2009 y cuyos resultados fueron publicados en mayo de 2022 en la prestigiosa revista *The Lancet*, han participado varios investigadores del Instituto Maimónides de Investigación Biomédica de Córdoba (IMIBIC), el Hospital Universitario Reina Sofía, la Universidad de Córdoba y el Centro de Investigación Biomédica en Red Fisiopatología de la Obesidad y Nutrición (CIBERObn) dependiente del Instituto de Salud Carlos III.

La ministra de Ciencia e Innovación aseguró

Intermediario de aceite de oliva

**Ramón
Alcalá**

607 628 997

administracion@origenia.com

Tel.: 957 498 590 • Fax: 957 245 155

que este estudio simboliza las características de la “ciencia como bien común para la sociedad” y ha explicado que esta investigación ha precisado de tiempo e inversión para dar sus buenos frutos, como necesita la mejor ciencia.

Durante siete años han participado más de 1.000 pacientes y decenas de investigadores. Para que esto fuese posible, Morant ha subrayado que el Ministerio de Ciencia e Innovación, a través del Instituto de Salud Carlos III, ha destinado 3,1 millones de euros y ha aprobado 12 proyectos y 5 contratos de investigación.

Por su parte, el ministro Planas felicitó a todo el equipo investigador por este trabajo y agradeció la generosidad y el esfuerzo de los pacientes que han participado en esta investigación de forma voluntaria, y han tenido que ajustarse a ciertos patrones de dieta.

Para Planas, este esfuerzo ha merecido la pena por el valioso conocimiento que aportan a toda la sociedad, sobre todo, en un tema tan esencial como la alimentación, que es una necesidad diaria de todos los seres humanos y que determina, en gran medida, su salud y bienestar.

Este nuevo trabajo complementa los resultados del

estudio PrediMed, y suma aún más evidencias científicas sobre las bondades que tiene la Dieta Mediterránea para la salud, especialmente, el consumo de alimentos variados y saludables combinados con una vida activa.

Luis Planas aseguró que España tiene un gran potencial para situarse a la cabeza europea de I+D+i en alimentación saludable, al contar con un “potente y diverso sector agroalimentario” y con un conjunto de agentes del conocimiento, grupos de investigación y empresas especializadas que ya trabajan en este ámbito.

A su vez, recordó que España juega un papel muy destacado en la producción de alimentos a escala europea y global al ser el cuarto mayor exportador de productos agroalimentarios de la Unión Europea y el séptimo del mundo. Por ello, destacó que debemos seguir trabajando para que los alimentos y bebidas no sólo se produzcan de forma rentable y sostenible, sino que también contribuyan a mejorar la salud de las personas que los consumen.

Asimismo, manifestó que la situación actual de precios de los alimentos afecta a todo el mundo y, muy especialmente, a las familias más vulnerables. El Ministro apeló a realizar un esfuerzo para que todo el mundo pueda tener acceso a alimentos diversos, de calidad y a precios razonables, que permitan a todas las familias llevar a cabo una dieta variada y saludable.





El Comité Olímpico Español impulsará el consumo de AOVE en el deporte

El Auditorio Goyeneche del Comité Olímpico Español (COE) acogió ayer las “I Jornadas Aceites de Oliva Vírgenes, Deporte y Salud”, un encuentro organizado por este organismo y el Consejo Regulador de la DOP Baena para difundir entre los profesionales de la nutrición y el deporte los beneficios del consumo de aceite de oliva virgen extra.

Durante su intervención, el presidente del COE, Alejandro Blanco, se comprometió a trasladar a los ministerios de Agricultura y Sanidad la necesidad de impulsar el consumo de aceite de oliva virgen extra entre los deportistas.

Blanco aseguró que “vivimos los mejores momentos del deporte español desde Barcelona 1992 y eso se ha mantenido en el tiempo. Hablamos de la élite, pero el tema de la alimentación quedaba en un segundo plano. Necesitamos investigar más ese campo para poder trasladar sus beneficios a la sociedad”.

“Mucha gente dice: quiero practicar deporte para estar bien, pero creo que habría que decirlo al revés, quiero estar bien para poder practicar deporte. Y para estar bien la alimentación es fundamental en todos los campos. Y por todo lo que habéis explicado

LEONARDO D'ERRICO

610 78 51 92

Brokerage Olive Oil

ACEITES TUCCITANOS

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

del aceite de oliva, estamos en el buen camino”, añadió.

En la primera ponencia de la jornada titulada “Los aceites de oliva vírgenes en la nutrición de los deportistas”, impartida por el doctor Jesús Bernardo García, miembro de la Comisión Nutrición y Hábitos Saludables del COE, se abordaron los beneficios que este producto puede aportar a los atletas. “Los deportistas desconocen que el AOVE

les proporciona mucha energía, protege el sistema cardiovascular, ayuda a la formación del músculo, es un antiinflamatorio natural y evita el estrés oxidativo que es el causante de muchas enfermedades”, precisó.

En la misma línea se manifestó el doctor José López Miranda, jefe del Servicio de Medicina Interna del Hospital Universitario Reina Sofía de Córdoba, quien ofreció una conferencia sobre los efectos saludables del aceite de oliva basada en dos grandes estudios científicos. “Para prevenir enfermedades cardiovasculares la dieta es tan importante como el deporte, aunque si ambas van de la mano es mucho mejor”, aseguró.

Durante la jornada, el campeón olímpico de tiro Alberto Fernández ofreció su testimonio personal, destacando la importancia de la buena alimentación para llegar a lo más alto del panorama internacional.

Asimismo, los asistentes disfrutaron de un taller de iniciación al conocimiento de los aceites de oliva vírgenes, dirigido por José Manuel Bajo Prados, secretario general del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Baena. En esta cata también participaron de manera virtual, a través del canal de YouTube del COE, un total de 200 seguidores del olimpismo español que ganaron un lote gracias a la campaña de Instagram realizada por los organizadores el pasado 15 de agosto.

Para concluir, el doctor Eduard Escrich Escriche, miembro de la Real Academia de Medicina de Cataluña y del Grupo Multidisciplinario para el Estudio de Cáncer de Mama de la Facultad de Medicina de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) y presidente del comité científico de estas jornadas recopiló las conclusiones de las diferentes acciones llevadas a cabo en el evento.





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 19/25 sept. '22 (Cierre día 15 sept. '22)	EUROS/T. SEMANA 26 sept./2 octubre '22 (Cierre día 22 sept. '22)
JAÉN	ANDALUCÍA		
	Lampante, base 1º	€t. 3.800	€t. 3.800
	Virgen	3.850	3.850
	Virgen extra	3.900/4.000	3.900/4.000
CÓRDOBA	Refinado	3.950/4.000	3.950/4.000
	Lampante, base 1º	3.800	3.800
	Virgen	3.850	3.850
	Virgen extra	3.900/4.000	3.900/4.000
SEVILLA	Refinado	3.950	3.950
	Lampante, base 1º	3.850/3.900	3.800/3.850
	Virgen	3.900	3.900
	Virgen extra	4.000/4.050	4.000/4.050
GRANADA	Refinado	3.950/4.000	3.950/4.000
	Lampante, base 1º	3.800	3.800
	Virgen	3.850	3.850
	Virgen extra	3.900/4.000	3.900/4.000
MÁLAGA	Lampante, base 1º	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra	3.950/4.000	3.950/4.000
ARAGÓN	ARAGÓN		
TOLEDO	Virgen extra (DOP Bajo Aragón)	Sin oper.	Sin oper.
LÉRIDA	CASTILLA-LA MANCHA		
	Virgen	3.850/3.900	3.850/3.900
	Virgen extra	3.950/4.050	3.950/4.050
TARRAGONA	Virgen extra (DOP Garrigues) frutado	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra (DOP Garrigues) dulce	Sin oper.	Sin oper.
ALICANTE	Virgen extra (DOP Siurana) frutado	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra (DOP Siurana) dulce	Sin oper.	Sin oper.
	COMUNIDAD VALENCIANA		
	Lampante, base 1º	3.800	3.800
BADAJOZ	Virgen	3.850	3.850
	Virgen extra	3.900	3.900
	Refinado	3.950	3.950
	EXTREMADURA		
Lampante, base 1º	3.750/3.800	3.750/3.800	
Virgen	3.850/3.900	3.850/3.900	
Virgen extra	3.950/4.100	3.950/4.150	

* 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.COM Info@agroisa.com

AGROISA

tratamiento y adecuación postcosecha del fruto y del agua



Aceites de orujo

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
19/25 sept. '22
(Cierre día 15 sept. '22)

EUROS/T.
SEMANA
26 sept./2 octubre '22
(Cierre día 22 sept. '22)

SEVILLA

ANDALUCÍA

	€/t.	€/t.
Refinable, base 10º	1.850/1.900	1.950
Refinado, winterizado, a granel, sobre origen	2.700	2.750/2.800

Aceites de semillas

SEVILLA

ACEITE DE GIRASOL

(Sobre origen a granel)

Crudo

Sin oper.

Sin oper.

Refinado

1.600

1.580

ACEITE DE SOJA

(Sobre origen cisternas)

Crudo

1.500

1.550

Refinado

1.550

1.650

ACEITE DE SEMILLAS

Refinado

1.600

1.580

Oleínas y Ácidos grasos

Oleínas de aceite de girasol-soja

Sin oper.

Sin oper.

Oleínas de orujo

Sin oper.

Sin oper.

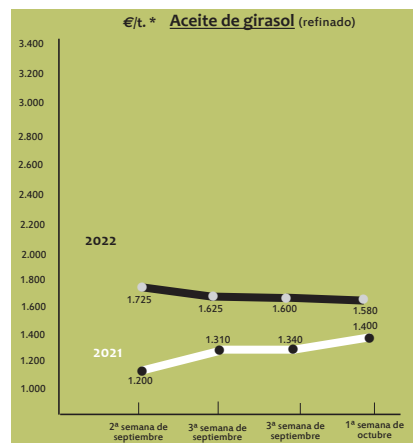
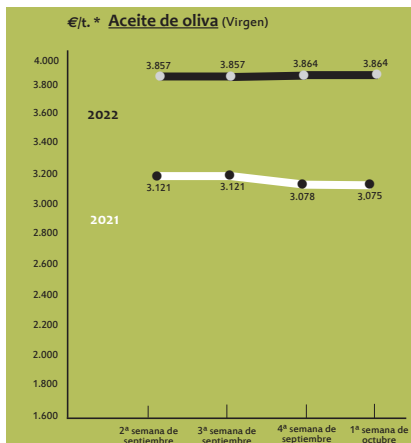
Ácidos grasos de oliva
(de refino físico)

Sin oper.

Sin oper.

(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/KG. SEMANA 19/25 sept. '22 (Cierre día 15 sept. '22)	EUROS/KG. SEMANA 26 sept./2 octubre '22 (Cierre día 22 sept. '22)
	€/t.	€/t.
SEBO FUNDIDO	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO, Extra-fancy	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO, Fancy	s/c	s/c
GRASA ANIMAL 3° (origen)	1.620	1.620
GRASA ANIMAL 5° (origen)	1.625	1.625
MANTECA DE CERDO 0,5° (origen)	1.620	1.620
ACEITE DE COCO (refinado)	2.400	2.400
ACEITE DE LINAZA (refinado)	s/c	s/c
ACEITE DE MADERA	4.020	4.020
ACEITE DE RICINO	s/c	s/c
ACEITE DE PATA DE BUEY	s/c	s/c
ACEITE DE PESCADO refinado	3.150	3.150
GLICERINA BIDEDESTILADA	s/c	s/c
GRASA ANIMAL DE CORTEZAS DE CERDO < 5° (destino)	s/c	s/c

*Precios orientativos.

Características de los aceites y las grasas industriales

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

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

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

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

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

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

ACEITE DE MADERA: sobre Barcelona.

ACEITE DE RICINO: calidad 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 BIDEDESTILADA: 99,5% glicerol, color apha 10, sobre camión Barcelona.

JOSÉ MARÍA PUERTO CASTRO

AGENTE COMERCIAL COLEGIADO
ESPECIALIZADO EN ACEITES

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

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



Mercado internacional

		EUROS/KG. SEMANA 19/25 sept. '22 (Cierre día 15 sept. '22)	EUROS/KG. SEMANA 26 sept./2 octubre '22 (Cierre día 22 sept. '22)	
		€/t.	€/t.	
ITALIA	NORTE DE PUGLIA & CALABRIA	ACEITE DE OLIVA virgen extra	4,90/5,00	4,90/5,00
		ACEITE DE OLIVA refinado	4,00	4,00
		ACEITE DE ORUJO refinado	2,66	2,90
		ACEITE DE GIRASOL refinado	1,75	1,75
		ACEITE DE MAÍZ refinado	2,30	2,30
		ACEITE DE SOJA refinado	1,60	1,60
		ACEITE DE CACAHUETE refinado	2,75	2,66
SUR DE PUGLIA		ACEITE DE OLIVA virgen extra	4,75	4,75
		ACEITE DE OLIVA virgen	s/c	s/c
		ACEITE DE OLIVA refinado	3,40/3,50	3,40/3,50
TÚNEZ		ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,85/3,95	3,90/4,00
	MARRUECOS	ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,60/3,80	3,60/3,80
TURQUÍA		ACEITE DE OLIVA refinado	3,85/3,95	3,70/3,75
GRECIA		ACEITE DE OLIVA virgen extra Creta	4,05/4,15	3,95/4,10
		ACEITE DE OLIVA virgen extra Peloponeso	4,00/4,10	3,90/4,00

(Precios facilitados por Olio Oficina Magazine)

TIPOS DE INTERÉS INTERBANCARIO (22 de septiembre 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.....	1,083
Dólar Canadá	1,357
Yen japonés.	138,53
Corona sueca	10,23
Corona checa	24,409
Libra esterlina.....	0,829
Franco suizo.....	1,025



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



Sostenibilidad

Un proyecto valorizará el capital natural en el cultivo del olivar en Producción Integrada



La Denominación de Origen Protegida Estepa ha informado de que se ha convertido en uno de los integrantes de Biolivar, un proyecto de colaboración enfocado en la sostenibilidad que persigue la monitorización, optimización y valorización del capital natural en el cultivo del olivar en Producción Integrada en Andalucía.

El principal objetivo del grupo operativo es conocer cómo mejorar los manejos a escala de explotación para hacer sostenible una producción rentable y de calidad, con una mejora de la biodiversidad y un uso sostenible de suelo y agua, con estrategias válidas para múltiples tipos de olivar.

Los integrantes del proyecto son Asaja-Sevilla, el Centro Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), el Instituto de Agri-

cultura Sostenible (IAS), Evenor Tech, la Estación Biológica de Doñana-CSIC y la Denominación de Origen Protegida Estepa como miembros beneficiarios. Además, como miembros subcontratados se encuentran las universidades de Córdoba y Jaén y como miembros colaboradores Syngenta y Asaja-Andalucía.

La DOP Estepa, que será responsable del área de comunicación de Biolivar, ha valorado, en palabras de Moisés Caballero, secretario de la entidad, “la integración en el grupo operativo como de gran valor para la entidad, ya que consolida sus esfuerzos por el desarrollo de un olivar cada vez más sostenible, aportándole a los olivereros y olivereras herramientas que faciliten la toma de decisiones y la optimización de los recursos naturales”.

El pasado 6 de septiembre tuvo lugar en Córdoba una reunión de coordinación de todo el grupo operativo para afrontar la puesta en marcha de todo el proyecto y comenzar la difusión de los avances que se vayan consiguiendo para una mayor sostenibilidad en el olivar.

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*

HARINAS		PRECIOS
		€/t.
Harina de soja (s. fábrica)		525
Harina de girasol (integ.) (abril).....		400
Harina de pescado (extra, sobre fábrica productora, con envase. 64/65% proteínas. Salido de fábrica en sacos paletizados fob Hamburgo).....	1.380	
		Dólares/t.
Harina de pescado, de Perú		s/c
Harina de soja (Buenos Aires) (Precios cif Rotterdam)		s/c
CEREALES		
(Estos precios son en origen)		€/t.
Maíz		310
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)		300
Harina de girasol (alto proteico)		340

LA BOLSA DE CHICAGO

Habas de soja: La semana cerraba a **1.466,75** centavos de dólar por bushel; la última semana cerró a **1.463,50**.

◆ Precios: Futuros enero.

Harina de soja: 454,00 dólares por tonelada corta era el último precio de cotización al cierre de nuestra revista, mientras que la anterior indicaba **431,00**.

◆ Precios: Futuros octubre.

Aceite de soja: Cerraba a **67,82** centavos de dólar por libra, desde la última cotización de a **67,37**.

◆ Precios: Futuros octubre.

Maíz: Terminó la semana a **685,75** centavos/bushel, habiendo comenzado a **682,25**.

◆ Precios: Futuros diciembre.



Los sindicatos andaluces apoyan al sector orujero en su reivindicación por las cogeneraciones

La Asociación Nacional de Empresas de Aceite de Orujo (ANEJO) se ha reunido con las federaciones de los sindicatos UGT FICA Andalucía y CCOO Industria Andalucía, quienes han mostrado su total apoyo al sector orujero en su reivindicación por el problema de las cogeneraciones. Esta entidad ha recordado que, desde que el 14 de junio se pusiera en marcha la “Excepción Ibérica” -también conocida como “topado al gas”, todas las orujeras con cogeneración se encuentran paradas -algunas de ellas con la totalidad de los trabajadores en ERTE- y otras se encuentran en proceso, “ya que simplemente no pueden trabajar”.

Tras la publicación del Real Decreto Ley 17/2022, ANEJO ha señalado que las orujeras con cogeneración no volverán a la actividad, ya que el sistema establecido en este Real Decreto está calculado para los parámetros de los ciclos combinados, pero no para los del sector orujero, “por tanto, ninguna orujera se sumará al

mismo al no cubrir los costes de producción”.

La asociación ha subrayado que los sindicatos andaluces han mostrado su total apoyo al sector orujero en su reivindicación por una retribución a la operación (Ro) justa y con un cálculo mensual de la misma, en el que se tomen valores reales del precio de CO₂, del gas y del pool eléctrico.

“Desde el sector, así como desde los sindicatos, se insiste en este concepto de retribución a la operación mensual porque es la manera más justa para que las empresas actualmente paradas puedan llegar a cubrir los gastos de explotación”, ha considerado ANEJO, al tiempo que ha recordado que las cogeneraciones del sector orujero dan trabajo a unas 1.000 personas de forma directa y hasta 3.000 de forma indirecta. Se trata de empresas diseminadas en su gran mayoría por el campo andaluz que trabajan durante todo el año con profesionales altamente cualificados, según ha destacado.

En estos momentos, las orujeras con cogeneración disponen de más del 50% del orujo graso húmedo de la campaña 2021/22 sin procesar ocupando sus balsas, lo que puede suponer, a su juicio, un grave problema para la campaña 2022/23 si no reanudan su producción. De no ser así, se podría producir un gran cuello de botella para el sector oleícola, al no poder las almazaras descargar su subproducto -el orujo- en las balsas de las orujeras, lo que supone una acción necesaria para el buen funcionamiento de toda la cadena del olivar; paralizando de esta forma a las almazaras en primer lugar y posteriormente la recogida de la aceituna en el campo.

“No se puede retrasar la decisión del Gobierno. Las empresas necesitan certidumbre con una retribución a la operación, calculada mensualmente, que les haga poder funcionar de manera inmediata y que todos sus trabajadores vuelvan a sus puestos de trabajo”, ha concluido ANEJO.

Fórum Oriva 2022: ciencia, cocina y medio ambiente en torno al aceite de orujo de oliva

La Fundación Francisco Giner de los Ríos (Madrid) acogerá el 6 de octubre el Fórum Oriva 2022, en el que diversos expertos abordarán los últimos estudios científicos en torno al aceite de orujo de oliva, el papel de este producto en la cocina y su comunicación, y la aportación medioambiental de este sector.

Así, tras la apertura del encuentro y la proyección audiovisual “Ahora más que nunca, aceite de orujo de oliva”, tendrá lugar el apartado dedicado a la ciencia del aceite de orujo de oliva en el que se expondrán los “Efectos en salud del aceite de orujo de oliva: estudios en consumidores sanos y en población de riesgo”, a cargo de Raquel Mateos Briz, científica titular, y Laura Bravo Clemente, profesora de investigación del Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos y Nutrición (ICTAN-CSIC); el “Aceite de orujo de oliva: una puerta de prevención al Alzheimer”, impartida por Javier Sánchez Perona, científico titular del Instituto de la Grasa (IG-

CSIC); el “Uso en fritura del aceite de orujo de oliva”, por parte de María Victoria Ruiz Sánchez, investigadora científica del IG-CSIC; “Aceite de orujo de oliva como ingrediente de homeados”, a cargo de Joaquín Velasco Jiménez, científico titular del IG-CSIC; y el “Aceite de orujo de oliva como sustituto graso en la elaboración de masas de hojaldre”, que abordarán María Dolores Álvarez Torres, científica titular, y Susana Cofrades Barbero, científica titular del ICTAN-CSIC.

Posteriormente, en el apartado sobre “Aceite de orujo de oliva, imprescindible en cocina”, Emilio Gallego Zuazo, secretario general de Hostelería de España, hablará sobre “El aceite de orujo de oliva para profesionales de la cocina”; Javi Estévez, propietario de La Tasquería y El Lince, lo hará acerca de “El aceite de orujo de oliva en la cocina de un chef con estrella”; David Montenegro de Blas, director de Desarrollo de Negocio y Relaciones Externas de AGR Food Marketing, sobre las “Jornadas de formación en

escuelas de hostelería: El Duelo”; y Laura López Mon, *influencer* gastronómica, sobre los “Empleados digitales del aceite de orujo de oliva”.

En la parte dedicada al medio ambiente, Joaquín López, director de la Asociación Nacional de Empresas de Aceite de Orujo (ANEJO), abordará la “Importancia de la actividad orujera y su aportación medioambiental, impulsora de la economía circular en el olivar”; mientras que Julio Hermana García, responsable comercial de División de Certificación de Bureau Veritas, tratará “La certificación de un esquema de sostenibilidad medioambiental para la cadena de valor del aceite de orujo de oliva”.

Finalmente, en el apartado “Divulgando el aceite de orujo de oliva”, el dietista-nutricionista Juan Revenga Frauca impartirá la ponencia “Comunicar en tiempos revueltos”; y se celebrará la mesa redonda “Lo que no se comunica, no existe”, moderada por Alicia Vives, directora general de Oriva.



La AESAN recomienda el consumo diario de aceite de oliva en todas las comidas principales del día

El Comité Científico de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) ha presentado el informe sobre recomendaciones dietéticas sostenibles y de actividad física para la población española que actualiza las pautas de una dieta saludable e incluye, por primera vez, el impacto sobre el medio ambiente. Entre sus recomendaciones incluye el consumo diario de aceite de oliva en todas las comidas principales del día, tanto para el cocinado de los alimentos como para su aliño.

Según el Ministerio de Consumo, las nuevas recomendaciones dietéticas de la AESAN tienen como objetivo la adopción de un patrón de dieta equilibrada, saludable y sostenible. Para ello, el Comité Científico ha tenido en cuenta que “el efecto de los alimentos no sólo depende de su contenido nutricional, sino también de cómo se ingieren y de las alteraciones que se producen en el proceso culinario”.

Según estas premisas, se recomienda “un consumo diario de, al menos, 3 raciones de hortalizas; 2-3 raciones de frutas; un consumo moderado de patatas y otros tubérculos; 3-6 raciones de cereales, dependiendo de las necesidades energéticas de cada persona, y no más de 4 raciones si se necesita restringir la ingesta calórica, priorizando en todo caso los cereales de grano entero y productos integrales; y un consumo máximo de 3 raciones de lácteos, evitando aquellos con azúcares añadidos y alto contenido en sal, aunque, debido a su elevado impacto ambiental, se sugiere reducir el número de raciones diarias si se consumen otros alimentos de origen animal”.

Además, deben consumirse semanalmente al menos 4 raciones de legumbres; 3 o más raciones de frutos secos sin sal ni grasas ni azúcares añadidos; 3 o más raciones de pescado, priorizando el pescado azul y las especies con menor impacto ambiental; hasta 4 huevos y un máximo de 3 raciones semanales de carne, priorizando el consumo de carne de aves y conejo y minimizando la carne procesada.

En el caso del aceite de oliva, el informe de este organismo señala que es recomendable a diario en todas las comidas principales tanto para el cocinado de los alimentos como para su aliño. En cuanto a este producto, se trata de un alimento fundamental en la Dieta Mediterránea que aporta ácidos grasos monoinsaturados, escualeno, terpenoides, compuestos

fenólicos y vitamina E, entre otros compuestos con acción antioxidante, con un efecto favorable sobre el metabolismo de las lipoproteínas, la función endotelial, los mecanismos inflamatorios y los sistemas que regulan el ciclo celular y la carcinogénesis.

También señala que el aceite de oliva virgen extra aporta una mayor cantidad de polifenoles y otros compuestos con propiedades beneficiosas para la salud. Según añade, “un metaanálisis reciente ha observado que el aceite de oliva rico en polifenoles, en comparación con el aceite de oliva con un aporte menor, mejora los factores de riesgo vascular (colesterol total, colesterol HDL, LDL oxidada y malondialdehído), mediadores de inflamación y presión arterial”. Sin embargo, el informe recoge que, “por el momento, no se ha demostrado que el AOVE, en comparación con el aceite de oliva refinado, disminuya de manera significativa el riesgo de enfermedad cardiovascular u otras patologías, o la mortalidad”.

Ante esta afirmación, la gerente de QvExtra! Internacional, Herminia Millán, ha asegurado a *Mercacei* que “no damos crédito. Todos trabajamos en la valorización de la cadena de valor y no cabe duda de que el aceite de oliva -no el aceite de oliva refinado como dice este informe- es mejor que cualquier otro aceite vegetal, por sus propiedades intrínsecas y porque en su composición cuenta con un porcentaje de aceite de oliva virgen que le confiere propiedades positivas. Y decir que no se ha demostrado que el AOVE disminuya de manera significativa el riesgo de enfermedad cardiovascular frente al aceite de oliva refinado es rotundamente falso, ya que en la gran mayoría de los estudios publicados la única categoría estudiada ha sido el aceite de oliva virgen extra y nunca se ha estudiado ni siquiera el aceite de oliva refinado, ya que no es comercializable, sí el aceite de oliva”, ha explicado.

“Si la AESAN considera necesario realizar una comparativa entre AOVE y oliva refinado no tiene más que solicitarlo o requerir la documentación necesaria ya publicada al respecto del comentario que han aportado, estando seguros de que la comunidad científica estará abierta a enviarles los informes que necesiten para que puedan corregir de manera inmediata las recomendaciones dietéticas publicadas y así evitar seguir confundiendo al consumidor”, ha añadido; al tiempo que también se ha referido “a la opinión emitida en el informe, sin documentación alguna, sobre los cultivos intensivos, algo que consideramos deberían modificar igualmente, por tratarse de un tremendo error”.

Por su parte, el secretario ejecutivo de la Sectorial Nacional del Aceite de Oliva Virgen con Denominación de Origen Protegida y secretario general del CRDOP Baena, José Manuel Bajo Prados, ha considerado que se trata de un informe “pseudocientífico en el que hay un 90% de ideología y solo un 10% de resultados robustos”, por lo que “no debería ser un informe de la AESAN”.

En su opinión, “hay valoraciones no sólo subjetivas, sino carentes de objetividad en algunas cuestiones bastantes gruesas, y en el aceite de oliva demuestran su tremenda falta de conocimiento del producto”, en referencia a la afirmación contenida en el informe de que “por el momento, no se ha demostrado que el AOVE, en comparación con el aceite de oliva refinado, disminuya de manera significativa el riesgo de enfermedad cardiovascular u otras patologías, o la mortalidad”.

Además, ha lamentado que se critiquen los sistemas de cultivo haciendo referencia a un informe del año 2001 y “para rematar la historia que, en el apartado de consideraciones generales, recoja una ración de 10 ml. de aceite de oliva sin especificar si son al día o a la semana”.



Diario de la Feria de Maquinaria Agrícola de Úbeda: una edición "muy especial" a la que han acudido más de 15.000 visitantes

Úbeda despidió un año más su Feria de Maquinaria Agrícola (FEMA), una edición "muy especial" -ya que celebró cuatro décadas de vida- que contó con más de 150 expositores, más de 300 marcas nacionales e internacionales representadas y que recibió más de 15.000 visitantes.

Según sus organizadores, los stands de los expositores participantes recibieron un goteo incesante de personas interesadas por sus productos. Las empresas, además de presentar lo último en tecnología y avances para el sector, también ofrecieron interesantes ofertas y financiaciones para adaptarse a las necesidades de los clientes.

El acto de inauguración contó con la presencia de la alcaldesa, Antonia Olivares; el presidente de la Diputación Provincial de Jaén, Francisco Reyes; el diputado de Promoción y Turismo, Francisco Javier Lozano; la delegada territorial de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, Soledad Aranda; así como la subdelegada del Gobierno de España en Jaén, Catalina Madueño; y el presidente de la Confederación de Empresarios de Jaén (CEJ), Bartolomé González.

La zona expositiva contó con el AOVE como protagonista y en ella destacó el stand del Centro de Interpretación "Olivar y Aceite", donde además de darse a conocer los aceites y otros productos elaborados por los socios de la entidad, también se realizaron catas de AOVE tanto para adultos como para niños; el espacio-cocina donde se llevaron a cabo demostraciones culinarias en directo, de la mano de algunos de los cocineros de la provincia; y una zona dedicada a la estrategia *Degusta Jaén*, en la que se pudieron degustar algunos de los productos agroalimentarios de las empresas que forman parte de esta iniciativa impulsada por la Diputación de Jaén.

Por otro lado, la feria acogió la sexta edición



del Concurso de Cocina Infantil "Pequechef del AOVE", una cita gastronómica impulsada por el Centro de Interpretación "Olivar y Aceite" en colaboración con el Área de Comercio del Ayuntamiento ubetense que cuenta con el apoyo de la Diputación provincial de Jaén y de empresas como Oleícola Jaén, que aportó los aceites con los que se elaboraron las recetas.

La ganadora del concurso fue la ubetense Beatriz González Muro, que se llevó la chaquetilla que la acredita como la mejor cocinera de esta edición y un lote de productos donados por las empresas patrocinadoras y de *Degusta Jaén*.

Por su parte, el premio a la "Receta más saludable", en el que el jurado tuvo en cuenta el uso de ingredientes de temporada, fue para Alejandro Molina López.

Finalmente, la benjamina del grupo, Valentina Méndez, se alzó con el premio a la "Mejor receta con aceite de oliva virgen extra", mientras que Salvador López recogió el galardón "Receta Degusta Jaén".

grama de cocina de Canal Sur "Comételo", Enrique Sánchez, que en el espacio-cocina donde se celebran las demostraciones culinarias ofreció una conferencia bajo el título "El AOVE en la cocina mediterránea". Sánchez hizo gala de su buen humor, acaparando la atención del público que pudo degustar las tapas preparadas.

En la primera jornada se celebraron las conferencias "La condicionalidad aplicada al cultivo del olivar de regadío en La Loma", que corrió a cargo de Agustín Rodríguez, portavoz de la Asociación de Regantes de Andalucía (AREDA); y "Las nuevas ayudas de la PAC en el cultivo del olivar en la provincia de Jaén", por parte de Rocío Moreno, secretaria general de los profesionales de la Agricultura y Ganadería (PAG).

En la segunda jornada se abordó el tema "Procedimiento de las 850 ha.: Pasado, presente y futuro" por parte de Cristóbal Cano, secretario general de UPA-Andalucía; Elio Sánchez, abogado experto en derecho de aguas; y Pilar Prieto, abogada de los servicios jurídicos de UPA-Andalucía. Al respecto, analizaron el tema del agua que tanto preocupa a los agricultores, sobre todo cuando los embalses registran mínimos históricos y en el horizonte aparecen las primeras restricciones.

Finalmente, el último día contempló asuntos como la "Innovación y nuevas tecnologías en el uso de subproductos de almazaras para el riego del olivar" y "El seguro del olivar como herramienta de mantenimiento de rentas", impartidos por José Ramón Gómez Puig, ingeniero técnico agrícola de Asaja-Jaén. Asimismo, el Pabellón Multiusos acogió la conferencia que puso el broche de oro a la séptima edición de estas jornadas y que corrió a cargo de Tomás Méndez, técnico de "Olivar y Aceite", que centró en los "Parámetros de calidad sensorial de los aceites de oliva".

Jornadas Técnicas del Olivar y del Aceite de Oliva

Respecto a las Jornadas Técnicas del Olivar y del Aceite de Oliva, la apertura corrió a cargo del chef y presentador del pro-





ESCAPARATE DE PROVEEDORES



ANÁLISIS



LA MEJOR TECNOLOGÍA NIR EN ALMAZARA

Mayor Rentabilidad - Rápida Amortización

LABORATORIO "At-line"

PROCESO "On-line"



ZEUTEC



Sistema Polytec

Polytec

www.axflow.es

DEPOSITOS INOX.



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

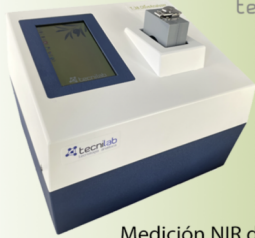


SERIJEREZ
DECORACIÓN EN VIDRIO

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



tecnología analítica



La solución integral para su almazara

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

ENVASES/ENVASADO



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

EXTRACCION



La extracción convertida en arte.

BOMBAS



bombas desde 1967
TRIEF

Bombas de aletas de desplazamiento positivo para aceites vegetales



ventas@bombastrief.es
www.bombastrief.es

Codi - Pack
MARCAJE Y CODIFICACIÓN, S.L.



20 AÑOS SOLUCIONANDO SUS PROBLEMAS DE LLENADO Y ETIQUETADO

www.codi-pack.com



Durante más de 150 años, ANDRITZ SEPARATION se ha especializado en el desarrollo de tecnologías y componentes líderes en el sector de la separación. Con más de 15.000 decantadoras centrífugas instaladas en todo el mundo, ANDRITZ SEPARATION es uno de los líderes mundiales en el suministro de centrifugadoras.
Los decantadores F se agrupan en dos tipos: especialmente para la industria alimentaria y en especial para el sector lácteo, cumpliendo con los requisitos más exigentes.
PALACÍN incorpora en su línea de extracción control de gran fiabilidad y se convierte en el proveedor exclusivo de ANDRITZ SEPARATION para España y Portugal.

FABRICA Y ALMACÉN
Avenida Vicente Peralmagorda nº 12
14850 BARRA (Córdoba)
Telf: 0034 957 465 115
e-mail: facosal@facosal.com

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



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

TAOSA

GP
González y París

La experiencia marca la diferencia

ifamensa
Únicos Fabricantes Especializados en el Envasado de Aceites desde 1962

ISO 9001 CERTIFICADO

ENVASADORA MULTIFORMATO

EQUIPOS ROTATIVOS Y LINEALES

EXPERIENCIA 50 AÑOS | 40 PAÍSES

AUSERI
MaquEmbo, S. L. L.
MAQUINARIA DE EMBOTELLADO

LABORATORIOS

agrama
ciencia y vida

ANÁLISIS AGROALIMENTARIOS
Rigor | Esfuerzo | Compromiso

www.laboratorioagrama.com



ESCAPARATE DE PROVEEDORES



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

TAMESUR, S.A.

MAQUINARIA DE ELEVACIÓN Y TRANSPORTE

VIVEROS/CAMPO

Lecciana,
— la variedad italiana de los —
GRANDES ACEITES

PREMIUM

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

TREICO

INNOVAMOS PARA TI

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

www.treico.com

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

BALAM
| AGRICULTURE |

OLIVARUM
Fundación CAJA RURAL JAÉN

www.olivarum.es

LABORATORIO CENTRO DE ASESORAMIENTO TÉCNICO AGRARIO

CAJA RURAL JAÉN

PESAJE

IMATEC
AGRICULTURA Y ASISTENCIA TÉCNICA

Todo lo que necesitas, con nosotros

- PESAJE
- SOFTWARE
- ELECTRICIDAD
- AUTOMATIZACIÓN

Trazabilidad de producto y mantenimiento preventivo

Ahora integramos en proceso de pesaje

DAT- OPERADORES
Nuevo normativa al transporte de productos agrícolas y forestales previsto en el decreto 180/2015 de 9 de Octubre.

- Elimina el error humano
- Mayor ahorro energético
- Exhaustivo control de los procesos

Potencia y maniobrabilidad, todo en uno

Kubota

www.kubota-eu.com

LABORATORIO TELLO
A Tentamus Company

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

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

SOFTWARE

ANSOTEC High Technology Great Performance

No podemos controlar el clima, pero sí los procesos.

MIEMBRO SOLUCIÓN

CONECTADA 4.0

MORESIL
Especialistas en Recolección

Olivar tradicional Superintensivo

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

PATIO

ILDEFONSO ROSA RAMÍREZ E HIJOS, S.L.

FABRICACIÓN DE MAQUINARIA PARA RECEPCIÓN DE ACEITUNA, PISTACHO, ALMENDRA, CACAHUETE Y OTROS FRUTOS

JARR METEGAL
Pesaje conforme a metrología legal

www.jarirr.com

UTILIZANDO AGROCUADERNO, SUPERAR CUALQUIER RETO ESTARÁ EN SU MANO

DESARROLLADO POR PROSUR

PROSUR

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

Económicos y muy rentables

TODOLIVO Infórmate

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



Preocupación e incertidumbre del sector oleícola ante la difícil campaña 2022/23

A falta de pocas semanas para que comience la recolección y molturación de la aceituna, hemos querido conocer cómo afronta el sector oleícola la próxima campaña 2022/23, que se caracterizará por un acusado incremento de costes y una menor producción nacional de aceite de oliva. Así, productores, industriales y operadores han mostrado su preocupación e incertidumbre y se mantienen pendientes de la climatología y del comportamiento del consumidor.



Juan Luis Ávila
Responsable de
Olivar de COAG-
Andalucía

“Se trata de la peor cosecha que recuerdo”

Se trata de la peor cosecha que recuerdo. La producción será muy baja, ya que los secanos estarán prácticamente a cero en la provincia de Jaén y en el regadío se están registrando muchas dificultades. El fruto se encuentra con estrés hídrico tanto en secano como en regadío.

Este año es aventurado dar previsiones de cifras, pero estimamos que la producción nacional se situará por debajo del millón de toneladas. De seguir así la situación meteorológica, en septiembre estaremos muy por debajo de ese dato. Otros años hemos compensado con el regadío, pero en la actualidad el coste energético es inviable.

La cosa pinta muy mal y si en lo que queda de septiembre y durante el mes de octubre continúa sin llover, la campaña 2023/24 puede ser muy difícil.

José Manuel Bajo Prados
Secretario General del Consejo
Regulador de la DOP Baena

“Los datos que se manejan son preocupantes”



Los datos que se manejan son preocupantes, y como ejemplo sirva la situación en la DOP Baena, con una caída estimada de un 60% respecto a la campaña anterior, lo que viene siendo un desastre económico. Hasta el momento el estado sanitario del fruto es excelente, pero queda mucha campaña por delante.

Respecto a los precios, esperamos que se mantengan muy firmes durante 2023, habida cuenta de que no hay una gran producción en el resto del mundo y en España será muy baja.

Sin embargo, nos preocupan los altos costes de todas las labores del campo, que podrían invitar a algunos productores a realizar una recolección poco cuidadosa, dejando caer la aceituna al suelo, lo que provocaría un deterioro de la calidad y la consiguiente pérdida de rentabilidad de estos agricultores y de la imagen de calidad de los aceites de oliva españoles.

Cristóbal Cano
Responsable de la Sectorial de
Olivar y Aceite de UPA

“La situación estructural de sequía que estamos padeciendo nos hace temer por el futuro”

Las previsiones de UPA para la próxima campaña de aceite de oli-

va son malas. Habrá un descenso considerable en comparación con el año pasado y en el mejor de los escenarios rondaríamos el millón de toneladas producidas en España. Y esto sólo ocurriría siempre que el otoño llegara cargado de lluvias abundantes que puedan mitigar la situación actual de los olivos. No obstante, las actuales existencias situarían el enlace de campaña en las 440.000 t., una cantidad similar a la del año pasado, por lo que no faltaría aceite, aunque las perspectivas de cosecha rondan un descenso en España próximo al 30% respecto a la pasada campaña. La situación estruc-



tural de sequía que estamos padeciendo nos hace temer por el futuro. De continuar esta tendencia y si no llueve más, mucho nos tememos que tendremos una campaña mala, porque numerosas zonas de Andalucía se encuentran prácticamente sin aceituna, y donde el riego está funcionando se puede comprobar que el fruto no tiene la evolución más deseable.

Gabriel Estévez
Responsable de Aceites de Grupo
Sovena

“Sería bastante crítico que septiembre y octubre se escaparan sin precipitaciones significativas”



Campaña a nivel mundial mermada especialmente por la baja producción pronosticada para la Península Ibérica. La falta de lluvia, las bajas reservas hídricas, una ola de calor a finales de mayo y el hecho de que entre ambos países la campaña pasada ascendiera a 1,7 millones de toneladas lleva a pensar que nos encontramos ante muchos factores adversos para poder tener una campaña ni siquiera cercana (1,1-1,3 millones de t.), a lo que hay que añadir que otros países como Marruecos, Italia y Túnez van a tener también sus producciones medianamente mermadas por la escasez de lluvias. Sólo Grecia y Turquía (probablemente en ambos casos por encima de las 300.000 t.) de entre los grandes productores se salvarían de este tono pesimista, convirtiéndose así en “despensas” alternativas para compras con destino al mercado europeo e internacional, respectivamente.



En cualquier caso, es importante conocer qué ocurrirá con el tiempo en septiembre y octubre con vistas a medio/largo plazo, ya que sería bastante crítico que ambos meses se escaparan sin precipitaciones significativas. En paralelo, habrá que observar la evolución del consumo doméstico y de las exportaciones, pues el delta de precios entre los aceites de oliva y los aceites de semilla no deja de ampliarse en los últimos meses y la previsión económica para finales de año y 2023 no dibuja un escenario con espacio para los lujos.

Juan Gadeo
Presidente de Grupo Interóleo

“Se presenta una campaña corta, con producciones en Jaén que posiblemente serán inferiores al 50%”

Se presenta una campaña corta, con producciones en Jaén que posiblemente serán inferiores al 50%. Si no vienen pronto las lluvias, junto con el añadido del incremento de costes en la recolección y la molturación, será muy complicada y difícil de gestionar.



A nivel comercial tampoco será fácil por la incertidumbre en el comportamiento del consumo y las previsiones para la campaña siguiente.

Antonio Gallego
Director Comercial de Grupo Migasa

“Lo importante es conseguir que el consumo no se vea muy afectado por unos precios más altos”

Es muy atrevido dar una previsión de cosecha en estos momentos. No cabe duda de que la disponibilidad será menor, por lo que es lógico pensar que el precio medio sea más alto que en las últimas campañas.

A los niveles de precio actuales el consumo se va a resentir, aunque no tanto como vaticinaban algunos pesimistas. La disponibili-



dad de aceite para la próxima campaña creo que será suficiente, pero es indudable que los números van a estar muy justos. Lo importante es conseguir que el consumo no se vea muy afectado por unos precios más altos. Por ello, ahora es cuando más promoción debemos hacer.

Nueva serie de decanters CF y centrífugas.

GEA

No cabe duda de que veremos una menor demanda procedente de la Unión Europea debido a que otros países productores van a tener una buena cosecha como es el caso de Grecia, pero no espero una caída del consumo en otros países de fuera de la UE.

Cristóbal Gallego
Presidente de Jaencoop

“Ante las circunstancias que se están dando somos muy pesimistas”



Sobre la próxima campaña somos muy pesimistas, nuestros técnicos de cooperativas a finales de julio realizaron una estimación y la asemejaban mucho a la campaña 2014/15, en la que Jaén no llegó a las 230.000 t. y España estuvo muy por debajo de las 900.000 t.

Transcurrida más de la mitad de septiembre, las lluvias siguen sin llegar a las principales zonas productoras. El olivar de secano está muy mal y el de regadío ha tenido menos disponibilidad de agua.

Para octubre conoceremos las primeras estimaciones oficiales con el aforo que rea-

lizará la Junta de Andalucía, pero ante las circunstancias que se están dando somos muy pesimistas.

Nos enfrentaremos a una campaña escasa en producción y con unos costes productivos, de electricidad para riego, combustibles, fertilizantes, etc. disparados. Se trata de una situación muy complicada para los agricultores.

Pedro J. Garrido
Agente Comercial
Garrido Hermanos, C.B.

“La campaña se presenta con importantes reducciones generalizadas a nivel nacional”



Las pesimistas previsiones de cosecha para la próxima campaña, que se venían pronosticando meses atrás en las principales provincias productoras de aceite de oliva en España, se van confirmando a medida que se acerca el inicio de la recolección, debido, sobre todo, a la escasez de precipitaciones durante el año, lo que ha provocado que numerosas plantaciones de olivar de regadío acusen las restricciones en las dotaciones de agua; y a las altas temperaturas registradas en fechas claves para el olivar.

De este modo, se presenta una campaña 2022/23 con importantes reducciones de cosecha generalizadas a nivel nacional, con una producción en España que podría ser un 35-40% menor que la anterior, destacando la provincia de Jaén, como mayor productora, cuya producción esta campaña sería un 50% menor que la anterior, según las primeras estimaciones realizadas y a falta del aforo oficial de la Junta de Andalucía.

A nivel internacional también se prevé una merma de cosecha para la campaña venidera en la gran mayoría de países productores, con las excepciones de Turquía y Grecia, que verán aumentada significativamente su producción.



Arturo Hernangómez
Responsable de Ganadería y Olivar de Asaja

“Estimamos una producción de aceite de oliva de 800.000 toneladas”

Las previsiones de la sectorial de Asaja son bastante negativas. En este sentido, estimamos una producción de aceite de oliva de 800.000 t., cifra que se aleja mucho de los

1,4 millones de toneladas del pasado año. En el caso de la aceituna de mesa tenemos una previsión de cosecha de 406.000 t. Esta reducción de la producción se debe principalmente a la sequía durante toda la campaña y a las elevadas temperaturas en momentos críticos donde la plantación ha sufrido bastante. Si llueve ahora se podrían mejorar algo las predicciones, pero de momento los datos son estos.

Carlos Jiménez
Director de Operaciones de Acesur

“Esperamos una cosecha media-baja, unas salidas por debajo de las que hemos tenido en esta campaña y unas importaciones algo mayores”

Campaña marcada por la incertidumbre en lo que a producción se refiere. Por un lado, tenemos una climatología que no ha sido favorable y que va a limitar mucho el rendimiento

de nuestros olivares, mientras que por otro tenemos unas plantaciones nuevas que poco a poco van adquiriendo protagonismo e influencia en la conformación de la cosecha. Dicho esto, esperamos una cosecha media-baja, unas salidas algo por debajo de las que hemos tenido en esta campaña y unas importaciones algo mayores.

En concreto, prevemos un stock en España con fecha 1 de octubre de 2022 de 505.000 t.; una producción nacional de entre

1.100.000 y 1.200.000 t.; unas importaciones estimadas de entre 190.000 y 200.000 t.; una disponibilidad total en España de entre 1.835.000 t. y 1.945.000 t.; unas salidas mensuales previstas de 122.000 t. de media; unas salidas totales previstas de 1.464.000 t.; y un stock a 1 de octubre de 2023 de entre 376.000 y 466.000 t.

En cuanto al mercado, entendemos que puede mantenerse estable entre 3.500 y 4.000 euros/t. al principio de la campaña, con una evolución que dependerá mucho de dos variables: la confirmación del nivel de salidas, muy condicionado por el consumo, y la meteorología.

Belén Luque
Presidenta de Acora

“Difícilmente la cosecha podrá alcanzar el millón de toneladas”

Las condiciones climáticas acontecidas en los últimos meses y padecidas por el cultivo han supuesto una reducción sustancial de las previsiones de cosecha para

la próxima campaña. Según

nuestras estimaciones, y considerando que el rendimiento graso de la aceituna estuviera en línea con los rendimientos de la campaña pasada, difícilmente la cosecha podría alcanzar el millón de toneladas, por lo que la disponibilidad de aceite de oliva para la próxima campaña sería inferior.

Por otro lado, las subidas generalizadas de los insumos y, en particular, de la energía eléctrica -sin contar con el tope de gas que es desconocido para todos, pero que puede llegar a alcanzar más del 40% del precio del kWh, las materias auxiliares y el transporte, suponen un incremento considerable en los costes de producción de las almazara, pudiendo situarse de media entre un 30 y un 40%.

Por tanto, las almazaras industriales afrontan la próxima campaña con un acusado incremento de costes y menor producción de

aceite de oliva, pero con la esperanza de obtener unos vírgenes extra de máxima calidad que mitiguen el peso de los costes de producción en su cuenta de explotación.

Antonio Luque
Presidente de Dcoop

“Lo que imploramos todos es que llueva mucho y bien”

Debido a la sequía, la campaña 2022/23 se presenta corta de producción, algo que esperamos no se agrave para la temporada

siguiente. El nivel de salidas

se ha comportado muy bien en términos generales con unos precios aceptables para la mayoría de las explotaciones, que, por otro lado, están muy afectadas por el aumento de costes.

Por otro lado, hay que estar atentos al comportamiento del consumo ante estos niveles de precios. Esperemos que se tenga en cuenta el valor saludable del zumo de aceituna y se resienta lo menos posible.

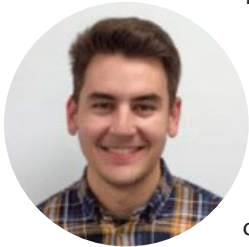
Lo que imploramos todos es que llueva mucho y bien.

Ana Martínez
Secretaria General de Infaoliva

“La climatología de las próximas semanas va a ser un factor determinante en cuanto a la estimación final de cosecha”

Aunque es difícil estimar unos datos de producción debido a la escasez de lluvias y a las altas temperaturas estivales, prevemos un enlace de

campaña de alrededor de 480.000 t. de aceite de oliva. En cuanto a la previsión de cosecha nacional, podríamos considerar una producción de entre 1.000.000 y 1.100.000 t. pa-





ra la campaña 2022/23. Jaén, provincia en la que se produce el 40% de la producción nacional, es la que más ha sufrido las adversas condiciones meteorológicas, mermando su producción, según zonas, hasta en un 60% respecto a años anteriores. La climatología que tengamos en las próximas semanas va a ser un factor determinante en cuanto a la estimación final de cosecha. Donde existe una gran disminución y va a afectar al total de la producción es en el olivar tradicional, principalmente en el de secano. En este sentido, existen olivares que no tienen prácticamente aceituna y, aquellos que la tienen, disponen de tan poca cantidad que resulta poco rentable su recogida.

Otro punto a tener en cuenta son los precios y su evolución, y su relación directa con el consumo. Durante los últimos meses de verano los precios han tenido una tendencia alcista, pero este aumento no se verá repercutido en las estanterías del supermercado hasta dentro de unas semanas, que es cuando podremos observar el comportamiento del consumidor, si se mantiene en la compra o migra a otros aceites vegetales más baratos. Por nuestra parte, queremos ser optimistas respecto a que el consumo de aceite de oliva se va a mantener, lo que conlleva una estabilidad en los precios de la aceituna.

Herminia Millán
Gerente de QvExtra! Internacional

“Las lluvias del último trimestre del año serán fundamentales para la toma posterior de decisiones”

Las estimaciones de producción de la campaña son malas, tal y como se lleva confirmando desde hace meses. La falta de agua es muy preocupante, ya no solamente para el sector, sino para toda la agricultura. Este hecho, unido a la coyuntura económica actual, la subida prácticamente al doble de la cesta de la compra o el aumento de los consumos energéticos, entre otros, nos obli-



ga a realizar un análisis a corto y medio plazo incorporando bastantes más variables que las propias precipitaciones.

Se plantea una campaña complicada, con precios altos que no permitirán grandes avatachadas de compras a granel, por lo que no creemos que se produzcan muchas subidas rápidas de precio, con una producción mundial bastante inferior al consumo medio mundial de los últimos años y un stock europeo ajustado. Las lluvias del último trimestre del año serán fundamentales para la toma posterior de decisiones.

Juan Morales
Morales Navas Comercial Aceitera

“Las miradas están puestas tanto en el cielo como en los bolsillos de los consumidores”



La situación es crítica en el olivar cordobés por la falta de lluvia y las restricciones en el regadío. La producción de Córdoba se estima, dependiendo de

las zonas, entre un 40% y un 45% menos que la campaña pasada. Esos datos pueden variar dependiendo de las lluvias de los meses de septiembre y octubre, que pueden ayudar a que las aceitunas de poco calibre engorden y puedan entrar en el molino; o por el contrario se pierdan y el olivo las tire para aliviar la carga en época de poca agua.

Otro factor a tener en cuenta es el rendimiento de las aceitunas, que algún año nos ha proporcionado alguna sorpresa reportando más kilos finales que los calculados.

Dependiendo de la climatología en los próximos meses, y teniendo en cuenta el volumen de salidas mensuales, el precio actual no bajará e incluso podrá escalar a niveles superiores si esos dos factores se mantienen como hasta ahora.

Las miradas están puestas tanto en el cielo como en los bolsillos de los consumidores. Habrá que ver hasta qué niveles están

dispuestos a pagar en la etapa de depresión económica mundial que estamos viviendo.

Las próximas semanas serán críticas y veremos si el mercado se alivia algo por las lluvias, pero lo que está claro es que estos precios han llegado para quedarse.

Álvaro Olavarría
Director Gerente de Oleoestepa, SCA

“Entre junio y agosto se han batido todos los récords en cuanto a temperaturas máximas y mínimas y en la duración de los diferentes episodios, lo que ha conducido al olivar a una situación límite”

En la comarca de Estepa el olivar presenta para la próxima cosecha un aspecto muy irregular, motivado como en



buena parte de España por las altas temperaturas alcanzadas en los últimos diez días del mes de mayo. Aquel olivar más adelantado a esa fecha

en la floración pudo cuajar frutos y aquellos olivares más tardíos abortaron estando hoy vacíos. Los meses de junio, julio y agosto han batido todos los récords en altas temperaturas máximas y mínimas y en cuanto a duración de los diferentes episodios, lo que ha conducido al olivar a una situación límite.

Estimamos que, en el área de influencia de Oleoestepa, la producción podría alcanzar un máximo del 60% de la producción obtenida esta última campaña, esperanzados en que las lluvias puedan paliar en parte el daño ya causado. En el conjunto de España la merma es parecida, ya que se habla en los diferentes aforos de algo menos de 1.000.000 t. de aceite de oliva. Por último, en el Mediterráneo la mejor producción de Grecia y Turquía, junto a las cifras similares de Túnez, no compensarían la caída de Italia, Portugal y Marruecos. El total de producción de estos países, considerando el stock de enlace de España, nos llevaría a unas disponibilidades del orden de 550.000 t. inferiores a la pasada campaña.



José María Penco
Director de la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO)

“Estamos seguramente ante la campaña más incierta de los últimos 10 años”

Estamos seguramente ante la campaña más incierta de los últimos 10 años en cuanto a las previsiones de cosecha en España, y ello se debe fundamentalmente a la incertidumbre a la baja que existe. La mayoría del sector coincide en que no se superará el millón de toneladas, pero la falta de lluvias en el mes de septiembre agudiza aún más la situación. A su vez, la extrema falta de agua en el suelo y la posible ausencia de precipitaciones en la segunda quincena de septiembre y en octubre, podría provocar que esta previsión inicial se vea reducida hasta en un 30%. Lo que está claro es que, con estas cortas previsiones en España y las noticias que llegan del resto del Mediterráneo, la cosecha global será la más corta de los últimos años y los precios se mantendrán estables o incluso pueden subir.

Miguel Ángel Rodríguez
Director de Operaciones de Aceites García de la Cruz

“La campaña se presenta con mucha incertidumbre”

La campaña se presenta con mucha incertidumbre. En cuanto a producción se refiere, será la más baja de los últimos seis años, aunque el enlace a 1 de octubre será más que suficiente, al sumarle la producción de la próxima campaña 2022/23, si bien tendremos una disponibilidad muy ajustada. Aceite no faltará, pero se producirá un ajuste en cuanto a precio para que eso no ocurra.

Rafael Sánchez de Puerta
Presidente del Consejo Sectorial

de Aceite de Cooperativas Agroalimentarias de España

“Se espera una cosecha de alrededor de 900.000 t., siempre y cuando se produzcan precipitaciones durante los dos próximos meses”



Se espera una cosecha de alrededor de 900.000 t., siempre y cuando se produzcan precipitaciones durante los dos próximos meses. Si se mantiene la sequía y las altas temperaturas que venimos padeciendo este año, la producción se situará por debajo de esta cifra.

Francisco Serrano
Presidente de Almazaras de la Subbética

“Si no llueve, el olivar de secano se va a ver muy afectado”

Por desgracia, la previsión para la próxima campaña es corta. Según los datos aportados por Cooperativas Agroalimentarias de España, se calcula una bajada de la producción hasta las 900.000 t., siempre que llueva en los próximos 15 días, porque de lo contrario estas cifras podrían ser aún peores.

Si no llueve, el olivar de secano se va a ver muy afectado. Este es nuestro caso particular, donde más del 90% de la producción procede de este tipo de plantaciones. Así, la meteorología será fundamental en los próximos días y semanas, ya que no sólo podría afectar al volumen de producción, sino también a la calidad de los aceites.

Miguel S. Verdasco
Bróker de aceite de oliva a granel

“Las altas temperaturas de mayo

provocaron un daño irreparable para la actual cosecha”



Si bien es cierto que en marzo y abril llovió con acumulaciones superiores a los 200 l./m² en algunas zonas, las altas temperaturas de mayo provocaron un daño irreparable para la actual cosecha. En la próxima campaña se prevé una disminución en la producción total de entre un 20 y un 35% respecto a la anterior (1.488.476 t., según la AICA a 13 de octubre).

Hablamos de la previsión sobre la cantidad total producida con un margen porcentual alto y aproximado pero, teniendo en cuenta que la pasada semana ha estado lloviendo en mayor o menor medida en toda la Península, es normal contemplar en cualquier análisis un diferencial así. Será necesario confirmar la cantidad final de lluvia y las zonas implicadas para poder ajustarlo más.

En cualquier caso, y dado que históricamente incluso los aforos oficiales que se van a publicar en las próximas semanas suelen tener una variación respecto del dato final del 8-12% -unos años al alza y otros a la baja-, resulta muy difícil intentar concretar una cifra exacta de producción total.

El enlace de campaña a 1 de octubre es probable que se aproxime a las 450.000 t., considerando para septiembre el mismo nivel medio de salidas de los últimos seis meses (130,57 t./mes + importaciones). Será aceite con el que tendremos que contar para los próximos meses y, además, necesario.

Por otra parte, estamos trabajando en unos niveles de precio que han sido efímeros en los últimos 15 años y un 35% superiores a los de los últimos 12 meses (> 1.000 €/t. aproximadamente).

Independientemente de que se produzcan 900.000 o 1.200.000 t., los datos de salidas mensuales, la lluvia o la falta de la misma -junto con el inicio de la nueva cosecha y el cambio en las expectativas- irán definiendo y ajustando los precios diariamente.



Cooperativas Agro-alimentarias estima una producción nacional de 900.000 t. en la campaña 2022/23

El Consejo Sectorial de Aceite de Cooperativas Agro-alimentarias de España, celebrado el pasado 16 de septiembre, ha analizado el mercado y las previsiones de cosecha para la campaña 2022/23 que se iniciará el próximo mes de



octubre. La organización espera una producción nacional de 900.000 t., siempre y cuando el otoño sea normal en cuanto a precipitaciones, dado que, si se mantiene la sequía y las altas temperaturas, la producción se situará por debajo de esta cifra.

La reducción de la cosecha a nivel europeo será del 34%, tal y como ha adelantado en sus previsiones el Copa-Cogeca, situándose en 1.470.000 t., lo que supone una reducción de la disponibilidad de aceite en el mercado internacional de casi 800.000 toneladas, según Cooperativas.

La organización también ha subrayado que las salidas al mercado de aceite acumuladas durante esta campaña (hasta el mes de agosto), con 1.523.000 toneladas, suponen un récord absoluto de comercialización, superando los datos de la campaña pasada, que obtuvo el mejor dato histórico. Además, prevé que ese buen comportamiento continúe en septiembre. Esto se suma al buen ritmo de desarrollo de la campaña, con cifras mensuales récord de comercialización, entre

ellas el pasado mes de agosto, con 129.000 toneladas.

Asimismo, los representantes de las cooperativas oleícolas han analizado las repercusiones del incremento del precio de los *inputs* y la energía. Según

han precisado, los costes se han multiplicado por cuatro en el último año, lo que, a su juicio, va a repercutir directamente en las almazaras, que concentran la mayor parte del coste energético en los meses de entrega de la aceituna -de octubre a enero fundamentalmente-. Además, han señalado que con una cosecha muy escasa, los mayores gastos absolutos energéticos y de elaboración se repercuten sobre una menor producción y, por tanto, el coste unitario por kilo de aceite producido se incrementa notablemente.

Igualmente, el Consejo Sectorial ha analizado con preocupación el problema de las plantas extractoras de orujo con cogeneración a las que las pérdidas económicas provocadas por el incremento de los costes de la energía y la situación de volatilidad del mercado gasístico y energético les ha obligado a paralizar el proceso de secado. Por este motivo, creen que es imposible procesar el alperujo pendiente de la campaña pasada y, por tanto, con espacio limitado en las balsas de almacenamiento para acoger el alperujo

que se va a producir en la campaña que se inicia el mes que viene. “De no producirse una solución rápida por parte del Ministerio de Transición Ecológica, tal y como se comprometió el presidente del Gobierno en el Senado, podría paralizarse en algún momento de la nueva campaña la producción de aceite de oliva en las almazaras, ante la imposibilidad de dar salida al subproducto que generan”, ha advertido.

Otra de las cuestiones tratadas en este encuentro ha sido el reciente informe emitido por el Comité Técnico responsable del sistema de etiquetado frontal Nutri-Score. Cooperativas Agro-alimentarias de España ha mostrado su rechazo de forma frontal a este etiquetado porque no es un sistema objetivo que ofrezca respuesta a una demanda de información fiable para el consumidor, fomentando modificaciones del algoritmo en función de intereses nacionales y comerciales. Para las cooperativas oleícolas, no es aceptable que el aceite de oliva no esté calificado con la letra A, cuando cuenta con tres alegaciones nutricionales reconocidas por la Unión Europea y multitud de informes científicos y médicos que avalan su idoneidad para la dieta humana, mientras que por el contrario Nutri-Score lo sitúa al mismo nivel que otros aceites vegetales, por mucho interés que otros países tengan en ello.

BRANDT® Manni-Plex® K

Nutrición Foliar de Alto Rendimiento

Después de la cosecha tu árbol necesitará un aporte extra de potasio para recuperarse. Manni-Plex K gracias a su innovadora tecnología, aumenta la resistencia frente al estrés y mejora el estado sanitario de tu olivar

Brandt Europe, S.L. | www.brandteurope.com



La Universidad de Yale contará con el Instituto de Ciencias del Olivo y Salud

Tassos C. Kyriakides, catedrático de la Escuela de Salud Pública de Yale, junto a su colega Vasilis Vasiliou, jefe del Departamento de Ciencias de Salud Ambiental de esta Escuela, están trabajando para poner en marcha el Instituto de Ciencias del Olivo y Salud de Yale el próximo año.

Este instituto se dedicará al estudio científico del olivo, sus productos y sus derivados, y la forma de integrar aún más su fruto y sus productos en la alimentación de las personas. También se centrará en cuestiones de salud planetaria, incluida la sostenibilidad, los modelos de economía circular y el cambio climático. Se espera que el instituto sirva como un centro global que facilite la investigación en todas las áreas relacionadas con el olivo y sus productos.

“Es imperativo que pensemos en la necesidad global de prácticas sostenibles que beneficien tanto a la salud humana como a la del planeta. El instituto propuesto servirá como un espacio de encuentro para actividades y asociaciones hacia ese objetivo”, subrayó Kyriakides en el marco del 4º Simposio Internacional de Yale sobre Aceite de Oliva y Salud, que se celebró en Roma del 15 al 18 de septiembre y cuyo programa reunió a un destacado grupo de expertos internacionales en esta materia.

“Se trata de un alimento delicioso, natural y saludablemente nutritivo”, recaló Kyriakides, al tiempo que consideró que “el olivo y el aceite de oliva llevan uniendo a las personas desde hace miles de años; y como profesionales de la salud pública es nuestra tarea mantener y salvaguardar este cultivo y sus numerosos efectos positivos para la salud humana y planetaria. El olivo puede servir como vehículo en nuestra búsqueda de prácticas agrícolas sostenibles y respetuosas con el planeta”.

Este experto subrayó que la evidencia acumulada durante las últimas seis décadas muestra que el aceite de oliva promueve una buena salud y precisó que la ingesta diaria de 20 gramos de aceite de oliva (unas dos cucharadas) contiene un polifenol (al menos 5 mg. de hidroxitirosol y sus derivados) que



ayuda a proteger los lípidos sanguíneos del estrés oxidativo. Además, remarcó que este hallazgo ha sido apoyado por la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA, por sus siglas en inglés); mientras que la Agencia de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos (FDA, por sus siglas en inglés) también respalda que el consumo de ácido oleico (el componente principal del aceite de oliva) puede reducir el riesgo de enfermedad coronaria.

Simposio Internacional de Yale sobre Aceite de Oliva y Salud

Organizado por la Escuela de Salud Pública de Yale, la Universidad de Roma Tor Vergata y la Universidad de Bari Aldo Moro, este simposium abordó diversos temas centrados en el cultivo del olivo y en el futuro del aceite de oliva en lo que respecta a la salud humana y planetaria.

“Estamos en la ciudad eterna presentando un programa increíble en el que participan profesionales que son tan apasionados por el aceite de oliva como nosotros”, señaló Vasilis Vasiliou que, junto a Tassos C. Kyriakides, ha impulsado este encuentro.

El comité organizador también estuvo integrado por Laura Di Renzo, directora de la

Escuela de Especialización en Ciencias Dietéticas de la Universidad de Roma Tor Vergata; Alessandro Leone, profesor de Maquinaria y Sistemas para la Industrias Agroalimentaria de la Universidad de Bari Aldo Moro; y Francesca Rocchi, de Slow Food Roma.

Di Renzo centró la atención en el papel de los aceites de oliva vírgenes extra de alta calidad en la prevención de enfermedades degenerativas crónicas no transmisibles y los beneficios para la salud de una Dieta Mediterránea sostenible. Estas enfermedades incluyen la obesidad, las enfermedades cardiovasculares, la diabetes, la enfermedad renal crónica, las enfermedades inflamatorias del intestino, la artritis reumatoide, las enfermedades respiratorias crónicas y muchos tipos de cáncer.

“La nutrición saludable y personalizada, las moléculas bioactivas y la microbiota juegan un papel importante en la prevención y el manejo de estas enfermedades”, apuntó Di Renzo, quien subrayó el papel de la Dieta Mediterránea sostenible en la prevención y el tratamiento de estas enfermedades, incluidos los efectos antioxidantes y antiinflamatorios del AOVE.

Di Renzo formuló un nuevo acrónimo: “los componentes P4 (Pre/Pro/Post-biótico y polifenoles del AOVE), como nutrientes fun-



cionales para el bienestar y la belleza”. Durante la conferencia también se destacó un nuevo procedimiento para la evaluación del proceso de análisis de nutrientes, peligros y puntos críticos de control (NACCP), para la gestión de la calidad total (TMQ) y los niveles nutricionales óptimos de AOVE.

Este experto, junto con los profesores Paola Gualtieri y Antonino de Lorenzo, explicó que el proceso NACCP se basa en cuatro principios generales: garantizar el mantenimiento de la salud; evaluar y asegurar la calidad nutricional de los alimentos y TMQ; dar información correcta a los consumidores; y garantizar un beneficio ético.

Asimismo, en la jornada se presentaron nueve acciones específicas para la aplicación de NACCP y promoción del AOVE: identificar marcadores nutricionales, que deben permanecer intactos a lo largo de la cadena de suministro de los alimentos; fijar puntos críticos

de control, que deben ser monitoreados para minimizar la probabilidad de una reducción en la calidad; establecer límites críticos para mantener niveles adecuados de nutrientes; implementar procedimientos efectivos de monitoreo de puntos críticos de control; implementar las acciones correctivas que se justifiquen; identificar biomarcadores metabólicos; evaluar los efectos de la ingesta de AOVE; poner en marcha procedimientos para la información al consumidor; e implementar declaraciones de propiedades saludables según el Reglamento UE 1924/2006.

Por su parte, Alessandro Leone, profesor de Maquinaria y Sistemas para la Industrias Agroalimentaria de la Universidad de Bari Aldo Moro, afirmó que la demanda mundial de aceite de oliva está en constante crecimiento debido a una mayor conciencia de los consumidores sobre los beneficios de este producto para la salud humana. Por lo tanto,

“es de vital importancia que la calidad y la cantidad del aceite de oliva sigan siendo suficientes para satisfacer la demanda, lo que implica organizar la cadena de suministro de la mejor manera posible con miras a la sostenibilidad ambiental”, aseguró, al tiempo que remarcó que la Universidad de Bari lleva muchos años investigando e innovando en la cadena de suministro y compartiendo sus hallazgos con el sector productivo.

“Esta edición del simposio ha sido importante para traer los grandes temas relacionados con el consumo de aceite de oliva virgen extra a la capital italiana, gran consumidora de este producto”, afirmó Francesca Rocchi, de Slow Food Roma.

Durante la semana del 12 al 18 de septiembre, el público también pudo degustar aceite de oliva virgen extra en tres lugares de Roma: el museo Garum, el Palacio Rospigliosi y el Palacio Valentini, donde tuvo lugar el simposio.

La Universidad de Perugia pone en marcha una especialización en olivicultura y elaiotecnia

El Departamento de Ciencias Agrarias, Alimentarias y Ambientales de la Universidad de Perugia (Italia) ha incluido en el Grado de Tecnología y Biotecnología de los Alimentos una especialización en olivicultura y elaiotecnia para el año académico 2022-23.

Según ha informado la asociación Italia Olivícola, las técnicas, tanto en campo como en la industria, requieren de un conocimiento profundo y nuevas tecnologías. Por tanto, a su juicio, la formación específica de los futuros técnicos no sólo es importante sino que es imprescindible de cara a los futuros retos a afrontar tales como cambio climático o la defensa frente a nuevas enfermedades vegetales.

“Se trata de una propuesta valiente. Hemos aprovechado la reelaboración de la oferta formativa, lo que nos ha permitido ofrecer una nueva oportunidad de elección a los jóvenes que eligen el Departamento de Agricultura para sus estudios universitarios. Sin embargo, es un primer paso muy impor-

tante, gracias al cual dedicaremos más de 270 horas lectivas a lo largo de dos años con nuestros compañeros de Economía y Marketing, Cultivos Arbóreos, Patología Agrícola y Tecnologías de los Alimentos”, ha explicado el profesor Maurizio Servili.

En concreto, esta formación se dividirá en diferentes áreas que se impartirán durante el primer y segundo año. Así, durante el primer año y en “Olivicultura I” se abordarán los usos y biología del olivo; su ciclo de vida, vegetativo y productivo; las técnicas de propagación y de cultivo; el control de cantidad y calidad del producto; los costes e impacto ambiental; y la valorización de subproductos.

En “Olivicultura II” se analizará el diseño, construcción y técnicas de cultivo de olivares, según el destino del producto y el método de cultivo utilizado: convencional, integrado y ecológico; mientras que en “Defensa del olivo” se tratarán los conocimientos básicos y aplicados sobre insectos y otros or-

ganismos animales nocivos para el olivo y potenciales plagas, aportando información sobre la biología y los daños cuantitativos y cualitativos causados por las distintas especies sobre las distintas técnicas de seguimiento y estrategias de defensa.

Asimismo, en “Patología Agrícola” se formará a los alumnos sobre las principales enfermedades de las plantas que afectan al olivo; las técnicas de diagnóstico que permitan el reconocimiento de los patógenos; las técnicas de manejo de enfermedades de las plantas; el desarrollo de un protocolo de diagnóstico para la identificación de los principales patógenos del olivo; y las estrategias de gestión integrada de las principales enfermedades vegetales.

Finalmente, durante el segundo año tendrá lugar la formación sobre legislación y marketing de la industria alimentaria, así como las tecnologías avanzadas en la cadena de suministro de aceite de oliva.



Nuevo récord de las exportaciones andaluzas de aceite de oliva hasta julio

Las ventas al exterior de aceite de oliva andaluz alcanzaron un nuevo récord en los siete primeros meses de 2022 hasta alcanzar 1.918 millones de euros, el 21,3% del total, gracias a un notable crecimiento del 27,3%, el mayor de los cinco capítulos más exportados, según los datos ofrecidos por Extenda-Empresa Pública Andaluza de Promoción Exterior.

A nivel general, las exportaciones agroalimentarias de Andalucía alcanzaron los 9.025 millones de euros entre enero y julio de 2022, su mejor registro para los primeros siete meses de un año en la serie histórica que arrancó en 1995, gracias a un crecimiento interanual del 16,4%, el mayor incremento de las cuatro comunidades más exportadoras y más de tres puntos superior al de la media nacional (13%), concentrando casi uno de cada cuatro euros que vende España (23%).

La Comunidad incrementó sus exportaciones de alimentos y bebidas en 19 de sus 20 primeros mercados exteriores en los primeros siete meses del año, lo que supone un importante avance en la diversificación de

destinos, ya que creció un 86% en África, hasta sumar 240 millones en ventas, especialmente por la subida registrada en Túnez, vigésimo primer mercado, donde multiplicó por 33 las exportaciones hasta los 75 millones; y en Marruecos, décimo séptimo destino, que registró un alza del 40% hasta los 86 millones. En América, las exportaciones aumentaron un 26,8% hasta los 910 millones; en Asia, un 9,2% hasta los 652 millones; en Oceanía, un 24,8% hasta los 67 millones; y en Europa, un 14,2% hasta los 7.143 millones.

Por mercados, el sector experimentó un importante avance en destinos clave para la internacionalización de la economía andaluza, como son Estados Unidos, primer mercado no europeo y sexto mundial del agro andaluz, donde se produjo el mayor aumento de las ventas de los 10 primeros mercados, del 33%, hasta los 609 millones, el 6,7% del total; Japón, en décimo cuarto, donde subieron un 13,6% hasta los 100 millones; Canadá, que registró un ascenso del 31% hasta los 72 millones; Arabia Saudí, que creció un 33%

hasta los 60 millones; y Australia, con un 21,9% más hasta los 58 millones.

Aun así, los países europeos siguen en los primeros lugares del ranking, con crecimientos en todos ellos: Alemania continúa como primer mercado, con 1.646 millones, el 18,2% del total y un aumento del 11,9% respecto a enero-julio de 2021. Le sigue Francia, con 1.165 millones, el 12,9% y un crecimiento del 12,8%; e Italia, con 945 millones, el 10,5% y una subida del 25,7%, la segunda mayor de los diez primeros destinos.

El cuarto destino es Reino Unido, donde las ventas se incrementan un 1,7% hasta los 749 millones (8,3%); seguido de Países Bajos, con 670 millones, el 7,4% y un ascenso del 21,6%, el tercero más alto de los diez primeros; y Portugal, en séptimo lugar con un 6,6% más hasta los 582 millones (6,4%). En octavo lugar, se encuentra Polonia, con 234 millones (2,6%) y un avance del 19,6%; seguido de Bélgica, con 201 millones (2,2%) y un crecimiento del 22,7%; y Suiza, con 130 millones (1,4%) y un alza del 4,2%.

La DOP Sierra Mágina participa en dos conferencias internacionales sobre IGPs

La Denominación de Origen Protegida Sierra Mágina participó en las conferencias regionales sobre Indicaciones Geográficas que se celebraron de forma presencial, aunque se pudieron seguir vía *on line*, los días 22 y 23 de septiembre en México y en las que se celebrarán el 26 y 27 de este mismo mes en Guatemala.

Sierra Mágina, junto a las DOPs Jamón de Jabugo y Vino de Jerez, son las tres únicas Denominaciones españolas y de la Unión Europea que participan en este encuentro que comparten con otras americanas tan prestigiosas como Tequila, Café de Colombia y Ron de Guatemala, según ha informado la entidad jiennense.

Estas jornadas se organizan dentro del proyecto IP Key Latinoamérica, participado por dos instituciones tan relevantes como la Dirección General de Agricultura de la Unión Europea y la Oficina de la Propiedad Industrial de la Unión Europea (EUIPO). La DOP Sierra Mágina ya había participado anteriormente en otras iniciativas de este proyecto internacional que pone en valor las figuras de calidad diferenciada.

El objetivo de las conferencias es un intercambio de experiencias y conocimientos para continuar apoyando los diálogos entre la UE y los países de América Latina para una mejor protección de las Indicaciones Geográficas.

Los temas que se tratan van desde la dife-

renciación para poder comercializar los productos protegidos, hasta temas de propiedad intelectual y defensa de nombres y marcas.

En concreto, el gerente de la DOP Sierra Mágina, Jesús Sutil, participó de forma telemática en la sesión sobre “Estrategias de comercialización de las indicaciones geográficas” junto a representantes de entidades como la Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural, la Universidad de Alicante, Café de Colombia o Grupo CASSAT. En las jornadas de Guatemala, Sutil participará el lunes 26 en otra mesa redonda con la misma temática pero en esta ocasión con personal de 4.0 Brand, la DOP Jerez-Xerés-Sherry, la D.O. ANFAL, Ron de Guatemala, Monarq Group y EUIPO.



Rumanía, un mercado en auge para el aceite de oliva

En Rumanía, el aceite de oliva es el segundo tipo de aceite más importante entre los aceites comestibles. Durante 2020, las restricciones derivadas de la situación sanitaria mundial provocaron el incremento de su tasa de consumo como efecto directo del deseo de cuidar más la alimentación y de la necesidad de cocinar en el hogar, según un estudio de ICEX España Exportación e Inversiones.

Los rumanos consumen mucho más aceite de girasol, procedente de su país, que aceite de oliva de importación. No obstante, el creciente interés por la salud y la nutrición equilibrada está afectando a muchas categorías de productos, entre las que se encuentran los aceites comestibles.

Sin embargo, de todos los aceites vegetales y a base de semillas, el aceite de colza es la categoría de más rápido crecimiento en el país. Otros aceites vegetales y de semillas, como los de uva, calabaza, cáñamo o nuez también están ganando espacio en las cadenas minoristas.

En 2021, Rumanía importó aceite por valor de 19,92 millones de euros, un 16,3% más que el año anterior. En el periodo 2019-2021 el mercado creció un 32%, registrando una tendencia positiva en el último trienio. El año 2022 ha estado marcado por la inflación y la guerra de Ucrania -mayor exportador de aceite de girasol del mundo-, que ha provocado un efecto en cadena. El precio más alto del aceite de oliva en comparación con el aceite de girasol también posee un efecto negativo sobre su consumo.

Italia, España y Grecia, los tres principales países exportadores, acumularon una cuota de mercado del 77,31% en 2021. Para el mismo periodo, los seis principales suministradores (Italia, España, Grecia, Alemania, Bulgaria y Francia) aglutinaron más del 95%. Nos encontramos, por tanto, ante un mercado extremadamente concentrado, ya que los cinco principales proveedores acaparaban más del 90% del total de exportaciones de aceite de oliva en 2021 y el país en primera posición (Italia), el 40%.

Rumanía importó 4,25 millones de euros de España en 2021. Nuestro país ocupó la segunda posición en 2021, aportando un 21,36% del total de esta partida. Sin embargo, en el periodo 2019-2021, España ha sido



el único país cuyas exportaciones han descendido consecutivamente dos años seguidos, con una disminución del 4,26% en 2020 y del 4,73% en 2021. Ello se debió a las subidas de precios en el mercado español y a bloqueos en la cadena logística por culpa de la pandemia, seguidos de un aumento muy significativo del coste del transporte por la subida de precios de los hidrocarburos. Al ser el país más alejado de Rumanía, España ha sufrido más estos costes que sus competidores directos. Pese a ser el mayor productor mundial de aceite de oliva, España no goza de una posición de marca en el mercado y la mayoría del aceite que exporta es a través de marca blanca de cadenas de supermercados.

Oportunidades

Debido al creciente interés por un estilo de vida saludable, cada vez más importadores rumanos han comenzado a comercializar otros tipos de aceite al margen del de girasol, como el de oliva o el de trufa. En este sentido, las cadenas de minoristas de comestibles modernos lideran las ventas de aceites comestibles en Rumanía, mientras que los productos más novedosos, con ingredientes más exclusivos y de gama elevada, suelen adquirirse en las tiendas gourmet especializadas.

No obstante, las marcas de aceite más consumidas por los rumanos en el mercado de gran consumo son las marcas privadas de las grandes superficies como Carrefour, Mega Image o Kaufland. Marcas propias como Canah y Elixir llegaron a crecer hasta un 36% en 2019 respecto al año anterior, pero fue la marca privada Lidl la que ocupó la primera posición en aceites comestibles en 2021. Además, la creciente apertura de supermercados en los últimos años ha fortalecido la posición de las marcas de distribuidor en el mercado rumano. Así, los hipermercados concentran la mayor parte del valor de las ventas, seguidos de los super y minimercados y las tiendas de descuento (Euromonitor, 2022).

Casi la totalidad de adquisiciones de aceite de oliva provienen de países de la UE y han registrado una tendencia creciente durante los últimos años, manteniéndose los países mediterráneos como principales exportadores de este producto. Si bien se puede observar un aumento significativo de las importaciones de aceite de oliva de Rumanía en 2021, lo cierto es que, tras la relajación de las medidas derivadas del COVID-19, el hecho de haber podido pasar más tiempo fuera del hogar y, en consecuencia, haber cocinado menos, ha provocado una menor demanda de aceites comestibles con respecto a 2020.



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,

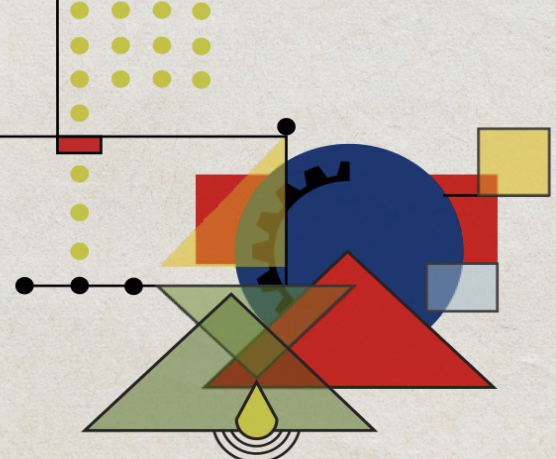
ecológico, oliva, otros tipos de aceites y marcas blancas. Se señala, en cada envase, el precio más bajo y el más alto expuesto en los lineales. Las ofertas se señalan con: (Of.)
Ultima revisión de precios: 23 de septiembre de 2022.

Aceite de oliva virgen extra (precio euros)

MARCA	LATA 5 L.	ENV. 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA 1 L.	CRISTAL 3/4 L.	CRISTAL 1/2 L.
1881			14,50 (lata 2,5 l.)	6,30		11,90
5 Elementos Cornicabra				11,75		8,00
5 Elementos Picual						8,00
5 Elementos Selección Premium						10,00
Abasa	31,45				5,90	
Abasa Frutado					8,00	
Abbae de Queiles			50,00 (3 l.)			14,85
Abraham García						14,50
Albador			28,00 (lata 3 l.)	11,50	7,00	5,00
Albenzaide					5,50	5,00
Alfar La Maja					7,65	5,00
Alhema de Queiles			44,95 (lata 3 l.)	15,50 (lata)		9,00 (lata)
Alianto						17,50
Al-Manzar					7,00	12,30/12,95
Al-Manzar Olivares en Terrazas					15,85	
Almaoliva Arbequina						10,25/11,40
Almaoliva Gran Selección		28,60	11,75			
Almenara						5,99
Aneba					8,50	8,00
Aniguala						8,10
Anima Aurea						12,00
Antara			19,00 (lata 2,5 l.)		7,00	4,65
Artajo						14,90
Artajo Arbosana/Koroneiki						14,40
Arteoliva (tetra-brick)				4,50		
Arzuaga						11,00
AU		15,57		3,14	5,00	8,85 (lata)
Aubocassa						19,95
Baecula			15,00 (lata 2,5 l.)	7,50 (lata)	5,50	3,50
Basilippo						11,00
Basilippo Gourmet Primer Día						17,00
Basilippo Selección Arbequina						12,35
Belluga						4,00 (lata 0,25 l.)
Benja Gran Selección					5,00	4,25
Bertín Osborne Selección				4,07		4,25
Biocano						4,25
Borges		27,79	11,95	5,85/7,29	5,94	
Borges Arbequina					5,15	3,95
Borges Hojiblanca					5,05	3,95
Borges Picual					5,05	3,75
Calandina					5,05	25,00
Cal Saboi						25,00
Camino de Aníbal						10,00
Camp Cerviá	31,00				8,00	
Campos de Uleila						7,80
Canoliva	32,90					5,00
Cañada del Marqués	23,15					
Capilla del Fraile			25,50 (lata 2,5 l.)			11,50
Capricho Andaluz	40,00 (ánfora)	39,19	2,98 (0,25 l.)	6,89 (lata)	6,51	2,75 (lata)
Carabaña						19,65
Carbonell	37,47	30,72		4,78/6,95	8,99	4,22
Carbonell 1ª Campaña						8,60
Carbonell Arbequina				6,36	5,59	2,75
Carbonell G. Selección (Almazara)	34,64	18,48	15,00 (3 l.)	6,36	4,58/6,00	4,01
Carbonell Hojiblanca				6,36	4,58/6,00	2,85
Carbonell Intenso				6,36		
Carbonell Picual				6,36	5,98/5,99	2,75
Carbonell Regium					5,99	
Carmen High/Premium Selection					11,50	
Casa Alarcón Envés						13,00
Casa Benito				9,85 (lata)		
Casa de Alba						11,15
Casa del Agua						5,45
Casado Morales						12,00
Casas de Hualdo Cornicabra/Arbequina			20,00 (lata 3 l.)			7,75/9,63
Castelanotti					9,00	9,00
Castillo de Canena 1er Día de Cosecha						22,50
Castillo de Canena Arbequina						14,50
Castillo de Canena Picual						14,50
Castillo de Canena Reserva Familiar						16,90
Castillo de Canena Royal						30,00
Castillo de Tabernas	50,00	76,50				7,42
Castillo de Tabernas Esencia						17,00
Castillo de Tabernas Picual			27,00 (lata 2,5 l.)			7,42
Castillo de Tudején						13,00
Cazorla Picual/Royal	26,00/30,00		17,30 (2,5 l.)	6,50 (lata)	5,50	
Cladivm						10,00
Claramunt Arbequino / Frantoio						13,00
Columela				12,00 (lata)		8,90
Conde de Argillo					8,40	6,50
Conde de Argillo Serie Oro					10,70	



MARCA	LATA 5 L.	ENV. 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA 1 L.	CRISTAL 3/4 L.	CRISTAL 1/2 L
Conde de Benalúa		24,95	10,95			3,10
Cordoliva		14,95		3,90		
Coosur		25,99	16,75 (lata 3 l.)	6,59 (Of.)		
Coosur (monovarietales)				6,59 (Of.)		3,49
Cortijo de Suerte Alta			33,00 (lata 3 l.)	14,50 (lata)		12,70
Cortijo La Torre Premium						10,15
Cortijo Lantisco						16,00
Cortijo de Segura	29,50				5,50	
Cortijo Spiritu_Santo						11,00
Cortijos de Montefrío						5,60
Cosecha					4,05	4,25 (lata)
Cuac						20,90
Cuarcos de Otto						9,00
Dcoop		29,95		6,99		
De Nuestra Tierra Jaén						4,59
De Ntra. Tierra Les Garrigues						4,09
De Ntra. Tierra Sierra Segura	29,00			6,45		4,54
Deortegas						8,15
Dominus						14,85
Don Juan Manuel			38,00 (vidrio 3 l.)			
Duque de Baena			20,00 (lata 2,5 l.)			5,49
Echinac			13,00 (lata 3 l.)			3,00
Ecolibor						11,15
El Buen Olivo						12,69
El Lagar del Soto						12,69
El Molino de Bertín				2,89	3,55	
Enrique Ponce						19,80
Escornalbou			17,85 (3 l.)			7,00
Esencial					4,50	
Finca Alamillos del Prior					7,00	11,00
Finca Els hostalets						20,80
Finca La Moncloa				14,75 (1,5 l.)		6,00
Finca La Moncloa Gran Selección					5,90/6,03	
Fruto del Sur		21,99		4,99	4,29	
Fuenroble			42,90 (3 l.)	13,95 (lata)		8,35
Fuenroble Selección						18,00
Fuente la Madera						3,50
Fuenteroble Selección						18,00
Fuentebaena	34,50		19,00 (lata 2,5 l.)		8,50	
Full Moon						15,00
García de la Cruz Solitude						7,00
Germán Baena	34,95					5,25
Germanor		34,45	15,39		6,85/7,63	
Gourmed					4,90 (0,2 l.)	6,50
Gracurris			21,00 (lata 2,5 l.)			5,50
Guiradoli					4,50	
Hacienda Fuencubierta						6,25
Hacienda Guzmán						19,50
Hacienda La Laguna			22,15 (3 l.)	7,00	7,00	4,35 (lata)
Hacienda Meca						6,00
Hechizo Andaluz					6,00	7,15
Hejul						7,80
Herencia Mediterránea			4,90/5,49	4,50		
Hojiblanca	29,99	24,11/26,99	9,94 (3 l.)	4,88/5,34	5,88/5,89	3,95
Impelte Nuevo						7,00
IO (Black/White)						13,50
Iznaoliva		24,00		5,16		
Jacoliva			9,80			9,00
Jaencoop		23,59				
K Arguiñano						7,42/8,33
Knolive				4,88/5,19	7,04/7,49	
Koipe				6,90		7,89/8,05
L'Alquería Alfarenca/Blanqueta					8,59	
L'Estornell	50,00			11,00	13,75	9,00 (lata)
L'Estornell Centenario		41,00 (frasca)				
L'Únic Llumet						11,00
LA Organic						17,40
La Boella Arbequina/Arbosana			15,95			9,31



La extracción convertida en arte.

centrifugación alemana

www.centrifugacionalemana.com



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

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

Abierta la convocatoria para los Premios Joven Agricultor 2022

Con el fin de promocionar y difundir el trabajo que desarrollan los jóvenes agricultores de los 28 Estados Miembro de la UE, el Parlamento Europeo organiza la VII convocatoria de los Galardones Europeos a la Innovación y la Sostenibilidad en el sector agrario.

Asaja, en calidad de coorganizadora del premio europeo, y el eurodiputado Juan Ignacio Zoido, embajador de la iniciativa, han lanzado la convocatoria de los premios nacionales Joven Agricultor 2022 bajo el patrocinio de Bayer y Yamaha. En la convocatoria nacional podrán participar todos los jóvenes agricultores que lo deseen, siempre y cuando sean menores de 40 años, su nacionalidad sea española y/o su explotación agraria se encuentre dentro del territorio nacional.

El proyecto deberá presentarse en castellano e incluirá una descripción de la activi-

dad innovadora en un máximo de dos folios, con la posibilidad de adjuntar todo tipo de material audiovisual para apoyar la presentación. En el caso del proyecto seleccionado para representar a España en el Certamen Europeo, el candidato deberá realizar un resumen escrito de su proyecto en inglés (dos folios) y el video de presentación deberá ser también en inglés o, si es en castellano, estar subtítuloado en inglés. Junto con el proyecto, deberá adjuntarse el formulario de participación debidamente cumplimentado. Los proyectos presentados a esta convocatoria no pueden haber sido premiados en otros concursos o ediciones anteriores de este certamen.



En cuanto a los criterios de selección, se valorará especialmente el uso de nuevos métodos (*know how*) o formas de tecnología en un sector particular o región, así como la transferencia de innovación y la innovación sostenible.

El plazo de recepción de los proyectos participantes finaliza el 14 de octubre de 2022. Durante la siguiente semana, un jurado nacional independiente elegirá, en virtud de los criterios recogidos en el reglamento interno, los vencedores de las siguientes cuatro categorías: Mejor Joven Agricultor, Mejor Joven Agricultor Sostenible, Mejor Joven Agricultor Innovador y Mejor Joven Agricultor del uso responsable del ATV.

www.asaja.com



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 Septiembre 2022

- ☞ Del 27 al 28 de septiembre
II JORNADAS DE FORMACION EPA
Jaén
direccion@aulaintegraldeformacion.es
www.epaformacion.com
- ☞ Del 27 al 29 de septiembre
**II CURSO OLINT DE MODERNA
OLIVICULTURA**
Córdoba
cristian.garcia@uco.es
vega.gestion.uco.es
- ☞ 28 de septiembre
**IV FORO DE LA CALIDAD DEL AOVE
MONTES DE TOLEDO**
Toledo
www.domontesdetoledo.com
- ☞ Del 28 al 30 de septiembre
SMART AGRIFOOD SUMMIT
Málaga
info@fyema.com
www.smartagrifoodsummit.com

1 Octubre 2022

- ☞ 1 de octubre
**JORNADA DE AEMODA SOBRE
GESTIÓN DE COSTES ELECTRICOS Y
MOLTURACIÓN**
Úbeda (Jaén)
www.aemoda.com
- ☞ Del 2 al 5 de octubre
SAN SEBASTIAN GASTRONOMIKA
San Sebastián
info@sansebastiangastronomika.com
www.sansebastiangastronomika.com
- ☞ Del 3 al 5 de octubre
LUXE PACK MONACO
Mónaco
www.luxepackmonaco.com
- ☞ Del 4 al 6 de octubre
FRUIT ATTRACTION
Madrid
www.ifema.es/fruit-attraction

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

Está pasando...

Del 5 al 6 de noviembre en Jaén y del 11 al 13
de noviembre en Alcalá de Henares (Madrid)

La IX Fiesta del Primer Aceite de Jaén volverá a la capital jiennense y viajará hasta Alcalá de Henares

La Diputación Provincial de Jaén celebrará los dos primeros fines de semana de noviembre la IX Fiesta del Primer Aceite de Jaén, que pretende promocionar la excelencia de los aceites de oliva vírgenes extra jiennenses.

Nacido en 2014 con el objetivo de conmemorar el inicio de la campaña oleícola y reconocer la excelencia de los AOVEs tempranos, este evento de vocación itinerante se ha celebrado ya en algunas de las principales localidades de la provincia y también en otras importantes ciudades españolas como Valencia, Vigo, Bilbao, Hospitalet de Llobregat, Gijón y Pamplona, donde el AOVE jiennense ha disfrutado de una gran acogida y las empresas oleícolas han podido difundir las bondades de su oro líquido.

En 2022, la IX edición de la Fiesta del Primer Aceite de Jaén se desarrollará durante los dos primeros fines de semana de noviembre en dos escenarios: la capital jiennense (5 y 6) y la localidad madrileña de Alcalá de Henares (11, 12 y 13). En el evento se volverán a desarrollar actividades ya clásicas como desayunos con aceite de oliva, degustaciones y catas de AOVE o demostraciones culinarias, a las que se sumarán otras propuestas culturales y lúdicas y la presencia de empresas de cosméticos elaborados con aceite de oliva y de madera de olivo.

El presidente de la Administración provincial, Francisco Reyes, ha subrayado "el interés cada



vez mayor que despierta esta cita tanto entre el sector oleícola, que encuentra en esta fiesta un escaparate ideal para promocionar la calidad de los vírgenes extra jiennenses, como en el turístico, dado el importante número de visitantes que atrae hasta nuestra provincia". En este sentido, Reyes ha incidido en que con la celebración de la Fiesta del Primer Aceite "reconocemos el esfuerzo y el trabajo que realizan nuestros olivares y almazaras por conseguir el mejor AOVE, elaborado con mimo y cariño con el objetivo de que llegue del campo a la mesa y pueda ser saboreado en el marco de este evento".

En su opinión, la Fiesta del Primer Aceite de Jaén volverá a ser "una oportunidad única para deleitarse con los mejores AOVEs tempranos de la próxima cosecha, pero también para conocer más acerca de la milenaria cultura del olivar y los beneficios medioambientales que genera su cultivo, además de las bondades saludables y gastronómicas que posee el zumo de aceituna".

www.dipujaen.es

PUBLICIDAD

Siéntete parte de la agricultura del futuro

En CaixaBank queremos apoyar a todas las personas que transformáis el sector agroalimentario. Por ello, hemos creado el mayor ecosistema de innovación agro con el que podremos poner en marcha nuevos proyectos de digitalización, dar un impulso a jóvenes y mujeres a través de la innovación y ofrecer acceso a Fondos Next Generation EU para una agricultura sostenible.

Entra en cualquiera de nuestras más de 1.600 oficinas, que cuentan con más de 3.000 gestores especializados, o en CaixaBank.es/agrobank y siéntete parte de la nueva era del mundo agro.

Somos conscientes del valor de nuestra materia prima



Optimizando juntos los recursos, sin desperdiciar nada.



www.pieralisi.com

OFICINA JAÉN: Parque Tecnológico y Científico Geolit • Avda. de la Innovación, manzana 41 • 23620 MENGÍBAR, JAÉN (España) • Tel. +34 953 284 023 • Fax +34 953 281 715

OFICINA ZARAGOZA: Polígono Industrial Plaza - Avda. Diagonal, 15 - Nave 5 • 50190 ZARAGOZA (España) • Tel. +34 976 466 020 • Fax +34 976 515 330

info.spain@pieralisi.com