



# INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR

# Mercacei

## SEMANAL

MERCACEI, PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA A LA COMUNICACIÓN

# E

ditorial

El AOVE gusta menos a los más jóvenes  
pág.6

Planas propondrá un programa específico para el olivar tradicional en la nueva PAC  
pág.16

¿Cómo percibe el aceite de oliva el consumidor de República Dominicana?  
pág.17

El precio del AOVE se incrementa un 45% en Italia  
pág.20

Uruguay prevé obtener una de las producciones de aceite de oliva más elevadas de su historia  
pág.21

¿Quieres impulsar la venta *on line* de tu AOVE a nivel internacional?  
pág.28

## El AOVE envejece

Por Pandora Peñamil Peñafiel

**a**hora que he captado su atención con semejante titular, permítanme que les explique por qué el AOVE envejece.

No es que la grasa más saludable del mundo se haga mayor, ni que favorezca la proliferación de arrugas en los consumidores... ¡ni mucho menos! Sin embargo, el virgen extra envejece porque a los jóvenes no les gusta. No comprenden sus atributos, no valoran su amargor y se muestran confusos con sus usos, probablemente influidos por la interferencia de otros productos y otras culturas en un mercado globalizado. Estas son algunas de las tristes conclusiones extraídas de un complejo experimento de cata de aceites realizado por la Cátedra Caja Rural AOVES de Jaén José Luís García-Lomas Hernández de Economía, Comercialización y Cooperativismo Oleícola y el Centro de Estudios Avanzados en Olivar y Aceite de Oliva, ambos de la Universidad de Jaén (UJA). Entre sus resultados figura que los aceites son mejor valorados a media que la edad crece y, de hecho, existe una adecuación en la apreciación del atributo amargo, que se va desarrollando con la edad, siendo más valorado a partir de los 60 años. Sí, han leído bien, ¡a los 60 años! Ése es el consumidor que más valora uno de los atributos más importantes del aceite de oliva virgen extra que, además, proviene de los compuestos fenólicos, lo que hace que este producto sea tan saludable.



La UJA alerta de la gravedad de esta situación, pues estos resultados pueden ser indicativos de una pérdida de la importancia del aceite de calidad en el cómputo global de la ingesta alimentaria, en parte debido a la ausencia de campañas de comunicación eficaces. Además, cabe destacar que el experimento se realizó en Jaén, zona donde el producto goza presumiblemente un mayor valor simbólico y una mayor apreciación que en otros lugares, por lo que los investigadores han querido resaltar que

cabría la posibilidad de que esta relación gusto-edad fuera incluso más acusada a nivel nacional. Sea cual sea el escenario, la batalla por la edad no la podemos perder, puesto que los jóvenes de hoy son los padres de los consumidores del mañana. De modo que sólo queda preguntarnos: ¿y ahora qué? Pues ahora vamos a convencer a los *millennials*, *centennials*, o como se quieran llamar, de que el #AOVEmola. Y vamos a contárselo así, en su idioma.

¿Quién iba a pensar que a los jóvenes españoles les gustaría cenar trocitos de pescado crudo encima de un montoncito de arroz? Pues hay cientos de restaurantes de sushi en nuestro país, y al parecer no cierra ninguno. Marketing, amigos, todo es una cuestión de saber comunicar. Si han succumbido al umami de un atún que te sirven casi aleteando en el plato, ¿cómo no hacerlo ante el zumo más aromático del mundo?



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

"Por primera vez, los 10 aceites de oliva vírgenes extra más saludables del mundo"

pág.2



# Por primera vez, los 10 aceites de oliva vírgenes extra más saludables del mundo

Es bien conocido -o debería serlo- que el aceite de oliva virgen extra es el aceite más saludable que existe en el mundo. También que todos los AOVes deben sus propiedades saludables a su composición en ácidos grasos y a sus componentes menores. Pero, ¿cuáles son los vírgenes extra más saludables del mundo y por qué? La *Guía EVOOLEUM* tiene la respuesta (un adelanto: 3 de ellos son españoles).



Desde hace seis ediciones, la prestigiosa *Guía EVOOLEUM* -editada por Grupo Editorial Mercacei y cuya próxima edición saldrá a la venta en septiembre- distingue a los 100 mejores AOVes del mundo. Pues bien, desde esta edición EVOOLEUM también premia a los vírgenes extra más saludables del panorama internacional, gracias a una iniciativa pionera en este tipo de competiciones: el TOP10 de los AOVes que contienen una mayor fracción fenólica, esto es, un mayor contenido de fenoles totales.

Para los no iniciados, cabe recordar que los compuestos fenólicos están relacionados de forma indirecta con la calidad del aceite de oliva virgen extra. Por una parte, los fenoles contribuyen a las propiedades organolépticas del AOVE a través de atributos como el picor y el amargor, entre otros -siempre positivos, nunca negativos-. Por otro lado, debido a su carácter antioxidante, protegen al aceite de su deterioro a largo plazo. Finalmente, y esto es lo más importante, los compuestos fenólicos poseen un destacado

interés nutricional debido a sus propiedades saludables, reconocidas por la Agencia Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) y plasmadas en la Directiva Europea 432/2012, que recoge las declaraciones saludables asociadas al consumo de alimentos.

Para aprovechar estos beneficios saludables es necesario consumir diariamente 20 gramos de aceite de oliva con un contenido fenólico de al menos 250 p.p.m. (partes por millón). Lo que viene a ser dos cucharadas soperas de AOVE, vamos.

La dirección técnica de EVOOLEUM Awards, con la inestimable colaboración del Departamento de Química Analítica de la Universidad de Córdoba, ha analizado la concentración de compuestos fenólicos del TOP100 y la conclusión es clara: todos ellos son beneficiosos para la salud por su elevado contenido en ácidos monoinsaturados -previniendo por ejemplo el desarrollo de enfermedades cardiovasculares- y la media prácticamente duplica el mínimo de fenoles establecido por la EFSA.

## Seis italianos, tres españoles y un croata

El ranking de los AOVes más saludables del mundo que aparecerá en la *Guía EVOOLEUM* 2022, que saldrá a la venta en septiembre, está encabezado por el monovarietal italiano de coratina *Natyours Biologico*, de Frantoio Oleario Mossa Domenica, con 1.170 p.p.m., que multiplica por cuatro la cantidad mínima exigida. Le sigue otro virgen extra transalpino de la misma variedad, *Don Gioacchino*, de Azienda Agricola Sabino Leone, con 918 p.p.m.; completando el podio el coupage cordobés de picuda y hojiblanca *Parqueoliva Serie Oro*, de Almazaras de la Subbética, S.L.U., con 842 p.p.m.

El TOP10 lo completan, en este orden, los italianos *Di Molfetta Frantoiani Intenso*, de Di Molfetta Pantaleo & C., S.n.c., con 744 p.p.m.; *Schinosa La Coratina*, de Aziende Agricole Di Martino S.a.s., con 703 p.p.m.; y *Trefort*, de Paolo Bonomelli Boutique Olive Farm, con 691 p.p.m.; seguidos por el croata *Monte Rosso Grand Selection*, de Monte Ros-



**TOP10 Healthy EVOOs / TOP10 AOVE Saludables**

BRAND MARCA	VARIETY VARIEDAD	COMPANY EMPRESA	COUNTRY PAÍS	SCORE PUNTUACIÓN
AL ALMA DEL OLIVO CORNICABRA DOP MONTES DE TOLEDO ECOLÓGICO	CORNICABRA	OLINEXO, S.L.	SPAIN ESPAÑA	89
DI MOLFETTA FRANTOIANI INTENSO	CORATINA	DI MOLFETTA PANTALEO & C.S.N.C.	ITALY ITALIA	96
DON GIOACCHINO	CORATINA	AZIENDA AGRICOLA SABINO LEONE	ITALY ITALIA	94
GIOVE	CORATINA	AZIENDA AGRICOLA DEPALO	SPAIN ESPAÑA	95
MONTE ROSSO GRAND SELECTION	LECCINO, BIANCHERA ISTRIANA, PICHOLINE	MONTE ROSSO, D.O.O.	CROATIA CROACIA	96
NATYOURE BIOLOGICO	CORATINA	FRANTOIO OLEARIO MOSSA DOMENICA	ITALY ITALIA	95
PAGOS DE TORAL SELECCIÓN GOURMET	PICUAL	PAGOS DE TORAL, S.C.P.	SPAIN ESPAÑA	88
PARQUEOLIVA SERIE ORO	PICUDA, HOJIBLANCA	ALMAZARAS DE LA SUBBÉTICA, S.L.U.	SPAIN ESPAÑA	91
SCHINOSA LA CORATINA	CORATINA	AZIENDE AGRICOLE DI MARTINO, S.a.s	ITALY ITALIA	95
TREFÖRT	CORATINA, TREP	PAOLO BONOMELLI BOUTIQUE OLIVE FARM	ITALY ITALIA	90

so d.o.o., con 677 p.p.m.; otro AOVE italiano, GIOVE, de Azienda Agricola Depalo, con 672 p.p.m.; y los españoles *Al Alma del Olivo Cornicabra DOP Montes de Toledo Ecológico*, de Olinexo, S.L., con 671 p.p.m.; y *Pagos de Toral Selección Gourmet*, de Pagos de Toral, S.C.P., con 662 p.p.m..

**¿Qué factores determinan la composición fenólica del AOVE?**

Pero, ¿qué factores son los que determinan la composición fenólica del aceite de oliva? En primer lugar, la variedad, y aquí la coratina es la reina de la fiesta: los seis zumos transalpinos del TOP10 de los AOVes más saluda-

bles del mundo se obtienen a partir de aceitunas de esta variedad italiana. Casi nada. El resto de variedades más saludables son, entre otras, la famosa picual, la no siempre apreciada cornicabra, la hojiblanca y la menos conocida picuda, todas ellas de procedencia española.

Otro factor importante es la altitud sobre el nivel del mar de las plantaciones, como certifica el hecho de que varios AOVes del TOP10 provienen de olivar de sierra o montaña. También influye el tipo de plantación, secano o regadío (de los primeros se obtienen zumos con mayor composición fenólica) o si se cultiva en sistema de producción ecológica -*Al Alma del Olivo Cornicabra DOP Montes de Toledo Ecológico*, *Di Molfetta Frantoiani Intenso* y *Natyoure Biologico* son orgánicos-. Finalmente, la alta concentración de polifenoles también se ve favorecida por el esmero demostrado en el proceso de elaboración.

Así que ya saben. Sólo queda acudir al lineal, oleoteca o establecimiento más cercano y elegir cualquiera de estos ilustres abandonados de la salud para consumir en crudo, aderezar nuestras ensaladas o utilizar en todo tipo de preparaciones. El aceite de oliva virgen extra es muchas cosas pero, ante todo, es salud. ¡Vivan los polifenoles!



# EVOLEUM

WORLD'S TOP100

## EXTRA VIRGIN OLIVE OILS

**¿QUIERES PUBLICITARTE EN LA EDICIÓN 2022?**

Esríbenos a [hello@evooleum.com](mailto:hello@evooleum.com) y te informamos



**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

**Redactora Jefe:**  
Pandora Peñamil Peñafiel

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

**Edita:**



**Mercacei**  
GRUPO EDITORIAL

**CEO & Editor:**  
Juan A. Peñamil Alba

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

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

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

**Imprime:**  
Gráficas AVE  
**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	ESPECIAL AOVE & SALUD
4	Sumario
5	Análisis de Mercado
6	Actualidad
	• Tendencias
8-12	Mercado
	• Cultura
13	Actualidad
	• Oleoturismo
	• Internacional
	• Consumo
	• Campaña
	• I+D+i
	• Calidad
23	Comercio Exterior
26	Precios al Detall
28	Anuncios Breves
29	Agenda

## Digitalización

### Un proyecto europeo utilizará satélites, drones e inteligencia artificial para mejorar los cultivos agrícolas

La Universidad de Granada (UGR) coordinará el proyecto europeo Sustainable (“Stop running, stop and start using our knowledge to be reachable”) cuyo objetivo es probar y validar nuevos sistemas de inteligencia artificial (IA) de vanguardia como sistema de apoyo a la toma de decisiones (DSS), sobre una base económica y técnica sólida, para los procedimientos adecuados de gestión de la agricultura de precisión en función de las condiciones climáticas, geográficas y medioambientales específicas.

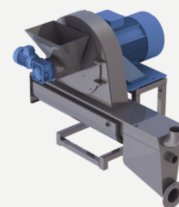
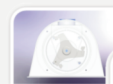
El DSS ayudará a definir soluciones óptimas teniendo en cuenta las limitaciones relacionadas con los diferentes niveles de desarrollo de las zonas, los tipos de agricultores, el tipo de cultivo y las infraestructuras locales; mientras que el DSS sostenible ofrecerá soluciones optimizadas en términos de eficiencia energética, consumo de agua y detección temprana de plagas y enfermedades, también en condiciones extremas como las que presenciamos cada vez más debido a los cambios climáticos, especialmente en

países desfavorecidos.

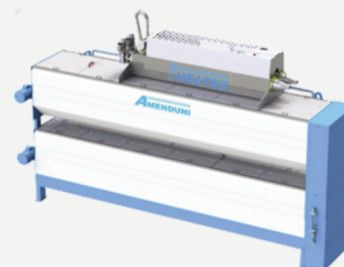
En la iniciativa participan investigadores pertenecientes a 15 instituciones de ocho países: Alemania, Grecia, Italia, Suiza, Indonesia, Nigeria, Túnez y España.



**EVO LINE**  
NUEVO DECANTER



**NUEVOS MOLINOS**  
PARA ACEITUNA VERDE O MADURA



**HEATEX**  
INTERCAMBIADOR DE CALOR DE ALTA EFICIENCIA



**REX LIMITED**  
NUEVO NUEVO MODELO



**ACCIAIERIE VALBRUNA**  
High quality is our standard

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

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





# Aceite de oliva

## Parálisis permanente en los mercados

La Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles (Anierac) ha publicado recientemente los datos correspondientes a mayo, de los que se desprende que las salidas de aceites envasados en este mes se situaron en 52 millones de litros (+16,6% respecto al mismo mes de un año antes), de los que 25,9 millones correspondieron a aceite de oliva y a aceite de oliva virgen; 1,26 millones de litros a aceite de orujo de oliva; y 24,7 millones a aceites refinados de semillas (20,8 millones de girasol y 3,6 millones de mezcla de semillas).

En concreto, las ventas de la categoría virgen sumaron en ese mes un total de 12,4 millones de litros (-5,4% respecto a mayo de 2020), mientras que las de virgen extra descendieron un 12,6%, hasta los 10,3 millones de litros. Las ventas de aceite de oliva suave e intenso, por su parte, se situaron en 9,3 millones de litros (+5,1%) y 4,1 millones de litros (+10,2%), respectivamente.

Estos datos apenas afectaron a las cotizaciones en origen, que se mantuvieron estables y con una ligera tendencia a la baja ante la ausencia de operatividad en los mercados nacionales.

### Jaén

Precios meramente orientativos por la falta de actividad en un mercado totalmente paralizado, donde la oferta sigue firme y la demanda desaparecida. Así, el lampante se establece a 2.950 €/t.; el virgen, a 3.050/3.100 €/t.; el AOVE, a 3.300/3.400 €/t.; y el refinado, a 3.000 €/t.

### Córdoba

Mercado paralizado donde sólo se registran operaciones muy puntuales para cubrir necesidades concretas y la demanda se dedica a retirar el aceite adquirido con anterioridad y a digerir sus existen-

Rosa Moliterno

Broker

Aceite de oliva a granel

952 603 030

rm@iberiadeaceites.com

Iberia de Aceites S.L.

cias. En este sentido, el lampante se sitúa a 2.900 €/t.; el virgen, a 3.050 €/t.; el AOVE, a 3.250/3.500 €/t.; y el refinado, a 3.000 €/t.

### Sevilla

Absoluta tranquilidad a la espera de que el mercado reaccione, con una oferta tranquila y una demanda aún más relajada. En este contexto, el lampante se establece a 2.950 €/t.; el virgen, a 3.100/3.150 €/t.; el refinado, a 3.000 €/t.; y el AOVE, a 3.400/3.700 €/t.

### Málaga

El mercado brilla por su ausencia, con precios ajustados a una demanda prácticamente inexistente, con alguna cisterna puntual.

### Castilla-La Mancha

Inoperatividad absoluta -y un tanto inexplicable- en un mercado caracterizado por una oferta muy firme y una demanda que no da signos de vida. Ante esta situación, el virgen se mantiene a 3.150/3.250 €/t.; mientras que el AOVE se establece a 3.300/3.500 €/t.

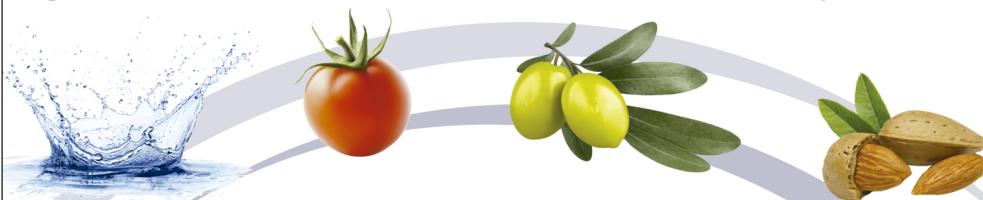
### Extremadura

Mercado muy parado, tanto por parte de la oferta como de la demanda. Así, el lampante se establece a 2.900 €/t.; el virgen, a 3.100/3.150 €/t.; y el AOVE, a 3.250/3.600 €/t.

### Valencia

Mercado parado y precios meramente orientativos ante la falta de actividad, con una oferta firme y una demanda parada. En este contexto, el lampante se sitúa a 2.950 €/t.; el virgen, a 3.100 €/t.; el virgen extra, a 3.200 €/t.; y el refinado, a 3.050 €/t.

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



PIERALISI

CIRCULAR THINKING

www.pieralisi.com



## El AOVE gusta menos a los más jóvenes

En un complejo experimento de cata de aceites realizado por la Cátedra Caja Rural AOVEs de Jaén José Luís García-Lomas Hernández de Economía, Comercialización y Cooperativismo Oleícola y el Centro de Estudios Avanzados en Olivar y Aceite de Oliva, ambos de la Universidad de Jaén (UJA), centrado en detectar los aspectos más influyentes en la degustación-ritual de aceites de calidad, se ha puesto de manifiesto la relación entre el gusto por los aceites de oliva vírgenes extra y la edad. Entre sus resultados figura que los aceites son mejor valorados a media que la edad crece o, en otras palabras, que el aceite gusta menos a los más jóvenes. Por otra parte, en cada etapa (infancia, adolescencia, juventud...) la valoración de la calidad y gusto por el aceite de oliva es diferente y existe una adecuación como ocurre, por ejemplo, en la apreciación del atributo amargo, que se va desarrollando con la edad.

Por Francisco José Torres Ruiz, Raquel Barreda Tarrazona y Francisco Javier Alarcón  
Departamento de Organización de Empresas, Marketing y Sociología de la UJA

En una primera fase del experimento 432 sujetos fueron sometidos a un proceso de cata ciega en el que probaron dos aceites de oliva vírgenes extra de la misma marca obtenidos a primeros de noviembre, uno de la campaña 2019/20 y otro de la temporada 2020/21, de variedad picual y similares puntuaciones organolépticas al mes de su elaboración. A efectos de sabor, la principal diferencia es que, a medida que pasa el tiempo, los aceites pierden intensidad en los atributos frutado, amargor y picante. Durante el experimento desarrollado, los participantes vertían el aceite de una botella sin ningún indicativo en un pequeño plato de diseño y lo probaban con un poco de pan. Tras efectuar la cata del primer aceite -el orden se alternaba en la mitad de los sujetos- contestaban a una serie de preguntas y procedían a la cata del segundo aceite. Entre las cuestiones formuladas, se les preguntaba: ¿Qué nivel de calidad le sugiere este aceite?, Puntúe de 0 (muy mala) a 10 (excelente); y ¿Cómo se adecua o se asemeja a su gusto personal? Puntúe de 0 (nada) a 10 (me gusta mucho).

Como resultado global, el aceite más reciente obtuvo una puntuación media un punto superior en la primera pregunta y 0,8 en la segunda, lo que es indicativo, en general, de la preferencia por los aceites de más reciente extracción. Sin embargo, los resultados más llamativos de esta fase del experimento se obtuvieron cuando, tras sumar las puntuaciones de ambos aceites, se observó una correlación significativa con la edad de los participantes (0,191 y 0,161 para cada pregunta)



que, en síntesis, se puede interpretar como que los aceites son mejor valorados a media que la edad crece o, en otras palabras, que el aceite gusta menos a los más jóvenes. En la tabla de la siguiente página se muestra cómo la valoración conjunta de ambos aceites se incrementa a medida que la edad crece.

Intermediario de aceite de oliva

**Ramón  
Alcalá**

607 628 997

administracion@origenia.com  
Tel.: 957 498 590 • Fax: 957 245 155

Otra cuestión interesante era estudiar la preferencia de los más jóvenes en cuanto a

aceite de oliva, al objeto de determinar la posibilidad de destinar o enfocar algún tipo de aceite a este colectivo. A este respecto, los resultados muestran que la preferencia por el aceite más reciente es constante y similar entre los grupos de edad.

En líneas generales, aunque las diferencias no son acusadas, sí son claramente significativas y pueden ser indicativas de una tendencia que puede derivar en un importante problema. La apreciación del sabor es crucial en la demanda de productos agroalimentarios y, a pesar de variaciones individuales, depende fundamentalmente de la costumbre-cultura. Los sabores cotidianos que se aprecian se aprenden, sobre todo, en el seno familiar y con el apoyo de la repetición que proporciona la costumbre. Estos resultados pueden ser indicativos de una pérdida de la importancia del aceite de calidad en el cómputo global de la ingesta alimentaria, probable-



mente por la interferencia de otros productos y otras culturas en un mercado globalizado y por la ausencia de campañas de comunicación eficaces en torno a los aceites de calidad. Además, es importante tener en cuenta que el experimento se realizó en Jaén, zona donde el producto tiene presumiblemente un mayor valor simbólico y una mayor apreciación que en otras zonas, por lo que cabría la posibilidad de que esta relación gusto-edad fuera más acusada a nivel general.

A tenor de estos resultados, la cuestión clave estriba en identificar a qué se debe esta relación encontrada. En este sentido, una posible explicación podría ser el efecto ciclo vital; esto es, que las variaciones observadas están influenciadas por el momento o ciclo de vida en el que se encuentra cada persona. Esto supone que en cada etapa (infancia, adolescencia, juventud...) la valoración de la calidad y gusto por el aceite de oliva es diferente y hay una adecuación como ocurre, por ejemplo, en la apreciación del atributo amargo, que se va desarrollando con la edad.

Sin embargo, como adelantamos, también podría considerarse una pérdida comparativa de la valoración (y preferencia del producto) como consecuencia de la actividad competitiva, concretada en productos, sabores e información de otros lugares del

**LEONARDO D'ERRICO**  
**610 78 51 92**  
 Brokerage Olive Oil

---

**ACEITES TUCCITANOS**  
 Tel.: 953 301 100 - info@aceitestuccitanos.com

planeta. En este contexto, el aceite iría perdiendo relevancia simbólica y cultural en nuestra cesta de la compra, cuyos primeros

indicios son los jóvenes, mucho más expuestos a estas influencias.

Sea cual sea el escenario, la batalla por la edad no se puede perder, los jóvenes de hoy son los padres de mañana, los que enseñarán a sus hijos los principales hábitos alimentarios que tendrán durante su vida y los que actuarán como prescriptores de los aceites de oliva vírgenes. No podemos permitir que los AOVEs de calidad, referentes simbólicos y culturales y principal referencia de la dieta y estilo de vida mediterráneos, pierdan relevancia en las vidas de los jóvenes.

Suma de las valoraciones de los dos aceites, por grupos de edad

Niveles de edad	<30	30-39	40-49	50-59	>=60
¿Qué nivel de calidad le sugiere este aceite? (0 muy mala, 10 excelente, por dos aceites, el rango oscila entre 0 -20)	13,19 <sup>a</sup>	13,77	13,65	13,92	14,66
	164 <sup>b</sup>	36	56	84	92
	3,01 <sup>c</sup>	3,33	2,83	2,89	3,02
¿Cómo se adecúa o se asemeja a su gusto personal? (0 nada, 10 me gusta mucho, por dos aceites, el rango oscila entre 0 -20)	12,99	13,19	13,59	13,79	14,47
	164	36	56	84	92
	3,26	3,58	3,66	3,12	3,55

a: media, b: número de observaciones, c: desviación típica. Test ANOVA de diferencia de medias entre grupos de edad F: 3,663 (p=0,006) y F: 3,018 (p=0,018) para las dos variables, respectivamente.

## Vídeo-recetas para una alimentación sana y natural con productos eco como el AOVE

El Consejo de la Producción Agraria Ecológica de La Rioja (CPAER) ha lanzado en redes sociales una campaña con vídeo-recetas elaboradas con producto ecológico riojano: verduras y hortalizas, conservas, carne, embutido, miel, aceite de oliva... Además, cada receta se armoniza con vino ecológico de la DOCa Rioja, kombucha o hidromiel.

Todas las recetas que se van a proponer estarán acompañadas de fichas de cocina con ingredientes, cantidades y pasos a seguir para que nuestras mesas se lle-

nen de productos ecológicos, sanos, naturales y sabrosos.

A lo largo del año, CPAER lanzará nuevas recetas y editará un calendario para el próximo año.

Según este organismo, La Rioja está viendo un incremento de productores ecológicos y tras las nuevas solicitudes de la pri-

mera parte del año cuenta ya con alrededor de 475 operadores "eco".

A su juicio, consumir productos ecológicos supone, además, apoyar un modelo de producción más sostenible y respetuoso con el entorno y el medio ambiente. "Tras los productos ecológicos amparados por CPAER hay todo un conjunto de productores que apuestan por proyectos de innovación agroalimentaria tanto a nivel de producto como de medios tecnológicos, por el desarrollo rural y la fijación de población, así como por una economía basada en la sostenibilidad", ha resaltado.



*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 21/27 junio '21 (Cierre día 17 junio '21)	EUROS/T. SEMANA 28 jun/4 jul. '21 (Cierre día 24 junio '21)
JAÉN	<b>ANDALUCÍA</b>		
	Lampante, base 1º	€/t. 2.950	€/t. 2.950
	Virgen	3.100	3.050/3.100
	Virgen extra	3.300/3.400	3.300/3.400
	Refinado	3.000/3.050	3.000
CÓRDOBA	Lampante, base 1º	2.950	2.900
	Virgen	3.100	3.050
	Virgen extra	3.300/3.500	3.250/3.500
	Refinado	3.070	3.000
SEVILLA	Lampante, base 1º	2.950	2.950
	Virgen	3.150/3.200	3.100/3.150
	Virgen extra	3.400/3.700	3.400/3.700
	Refinado	3.000	3.000
GRANADA	Lampante, base 1º	2.950	2.950
	Virgen	3.100	3.050/3.100
	Virgen extra	3.300/3.400	3.300/3.400
MÁLAGA	Lampante, base 1º	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra	Sin oper.	Sin oper.
ARAGÓN	<b>ARAGÓN</b>		
	Virgen extra (DOP Bajo Aragón)	Sin oper.	Sin oper.
TOLEDO	<b>CASTILLA-LA MANCHA</b>		
	Virgen	3.150/3.250	3.150/3.250
	Virgen extra	3.300/3.600	3.300/3.500
LÉRIDA	Virgen extra (DOP Garrigues) frutado	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra (DOP Garrigues) dulce	Sin oper.	Sin oper.
TARRAGONA	Virgen extra (DOP Siurana) frutado	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra (DOP Siurana) dulce	Sin oper.	Sin oper.
ALICANTE	<b>COMUNIDAD VALENCIANA</b>		
	Lampante, base 1º	2.950	2.950
	Virgen	3.100	3.100
	Virgen extra	3.200	3.200
	Refinado	3.050	3.050
BADAJOZ	<b>EXTREMADURA</b>		
	Lampante, base 1º	2.900/2.950	2.900
	Virgen	3.100/3.150	3.100/3.150
	Virgen extra	3.300/3.600	3.250/3.600

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

patrocinador oficial de los precios del aceite de oliva



**agroisa**  
maquinaria | servicios



Centro para el  
Desarrollo  
Tecnológico  
Industrial

PYME INNOVADORA



AGROISA.COM | info@agroisa.com

tratamiento y adecuación postcosecha del fruto y del agua



## Aceites de orujo

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

SEVILLA

### ANDALUCÍA

EUROS/T.  
SEMANA  
21/27 junio '21  
(Cierre día 17 junio '21)

EUROS/T.  
SEMANA  
28 jun./4 jul. '21  
(Cierre día 24 junio '21)

	€/t.	€/t.
Refinable, base 10°	1.200/1.250	1.200/1.250
Refinado, winterizado, a granel, sobre origen	1.600/1.650	1.600/1.650

## Aceites de semillas

SEVILLA

### ACEITE DE GIRASOL

(Sobre origen a granel)

Crudo

Sin oper.

Sin oper.

Refinado

1.200

1.150

### ACEITE DE SOJA

(Sobre origen cisternas)

Crudo

1.290

1.290

Refinado

1.340

1.340

### ACEITE DE SEMILLAS

Refinado

1.200

1.150

## Oleínas y Ácidos grasos

Oleínas de aceite de girasol-soja

450/460

450/460

Oleínas de orujo

500/550

500/550

Ácidos grasos de oliva

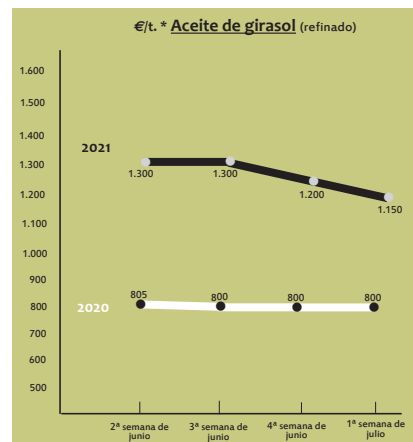
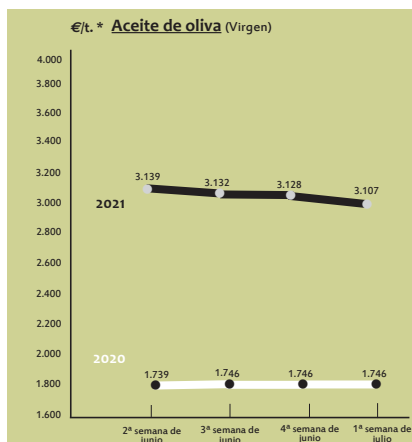
850/890

850/890

(de refino físico)

(Estos precios se entienden sin envase sobre fábrica).

## Evolución mensual de los precios



(\* Media ponderada a nivel nacional).

*Aceites y Grasas industriales*MADRID  
BARCELONA

	EUROS/T. SEMANA 21/27 junio '21 (Cierre día 17 junio '21)	EUROS/T. SEMANA 28 jun./4 jul. '21 (Cierre día 24 junio '21)
	€/t.	€/t.
SEBO FUNDIDO	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO, Extra-fancy	710	710
SEBO FUNDIDO, Fancy	690	690
GRASA ANIMAL 3° (origen)	670	670
GRASA ANIMAL 5° (origen)	660	660
MANTECA DE CERDO 1°/3° (origen)	815	815
ACEITE DE COCO (refinado)	1.730	1.730
ACEITE DE LINAZA (refinado)	1.315	1.315
ACEITE DE MADERA	4.650	4.650
ACEITE DE RICINO	1.420	1.420
ACEITE DE PATA DE BUEY	3.977	3.977
ACEITE DE PESCADO refinado	1.280	1.280
GLICERINA BIDESTILADA	1.020	1.020
GRASA ANIMAL DE CORTEZAS DE CERDO < 5° (destino)	680	680

\*Precios orientativos.

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

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

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

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

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

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

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

ACEITE DE MADERA: sobre Barcelona.

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

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

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

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

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

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

GLICERINA DESTILADA: 98% glicerol, en cisternas.

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

**JOSÉ MARÍA  
PUERTO CASTRO****AGENTE COMERCIAL COLEGIADO  
ESPECIALIZADO EN ACEITES**Pedro Salinas, 7 - 1° B  
41013 Sevilla  
jmpuerto@telefonica.netTfnos.: 954 532 865  
954 536 022  
Fax: 954 532 474



## Mercado internacional

		EUROS/KG. SEMANA 21/27 junio '21 (Cierre día 17 junio '21)	EUROS/KG. SEMANA 28 jun./4 jul. '21 (Cierre día 24 junio '21)	
		€/t.	€/t.	
<b>ITALIA</b>	NORTE DE PUGLIA & CALABRIA	ACEITE DE OLIVA virgen extra	4,50/4,70	4,50/4,70
		ACEITE DE OLIVA refinado	3,15	3,10
		ACEITE DE ORUJO refinado	1,65	1,65
		ACEITE DE GIRASOL refinado	1,46	1,44
		ACEITE DE MAÍZ refinado	1,55	1,55
		ACEITE DE SOJA refinado	1,35	1,40
		ACEITE DE CACAHUETE refinado	2,26	2,24
<b>SUR DE PUGLIA</b>		ACEITE DE OLIVA virgen extra	4,20	4,30
		ACEITE DE OLIVA virgen	3,00	3,00
		ACEITE DE OLIVA refinado	2,70/2,80	2,70/2,85
<b>TÚNEZ</b>		ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,30/3,55	3,30/3,50
	<b>MARRUECOS</b>	ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,30/3,50	3,30/3,50
<b>TURQUÍA</b>		ACEITE DE OLIVA refinado	2,75/2,80	2,75/2,80
<b>GRECIA</b>		ACEITE DE OLIVA virgen extra Creta	3,35/3,40	3,35/3,40
		ACEITE DE OLIVA virgen extra Peloponeso	3,30/3,35	3,30/3,35

(Precios facilitados por Olio Oficina Magazine)

### TIPOS DE INTERÉS INTERBANCARIO (24 de junio de 2021) (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.....	1,189
Dólar Canadá.....	1,504
Yen japonés.....	129,12
Corona sueca.....	10,130
Corona checa.....	26,226
Libra esterlina.....	0,856
Franco suizo.....	1,106



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

**BROKER INTERNACIONAL  
DE ACEITE DE OLIVA**

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



## Cultura

## Unaprol y la Universidad de Roma colaborarán para fortalecer la cultura del AOVE

El rector del Campus Bio-Médico de la Universidad de Roma, Raffaele Calabrò, y el director general del Consorzio Olivicolo Italiano (Unaprol), Nicola Di Noia, han firmado un convenio plurianual que prevé varias iniciativas conjuntas destinadas a potenciar la cadena productiva del olivo, identificando nuevas estrategias e innovación tecnológica en el sector, con el fin de fortalecer la cultura del aceite de oliva virgen extra en Italia.

Entre las actividades previstas destaca el desarrollo y coordinación de programas de investigación, la organización de jornadas, seminarios y actividades formativas y la promoción de prácticas en las empresas asociadas a Unaprol.

El objetivo de esta colaboración es fomentar los contactos e intercambios entre el mundo académico y la producción oleícola nacional, impulsar un enfoque profesional y multidisciplinar del aceite de oliva y la aceituna de mesa, y promover el conocimiento y el crecimiento económico y social de toda la cadena de suministro, respetando el medio ambiente.

“Este convenio marco representa un momento importante para fortalecer la cultura del aceite de oliva virgen extra dentro de nuestro país con el compromiso de nuestra Universidad. Italia es uno de los principales productores europeos de aceite de oliva y cuenta con producciones de muy alta calidad que no siempre se conocen. Queremos contribuir a dar a conocer las grandes cualidades del aceite de oliva virgen extra, que sea reconocido como un alimento y no como un condimento, indisolublemente ligado a la historia, cultura y territorio de Italia”, ha subrayado Raffaele Calabrò.

Por su parte, el presidente de Unaprol, David Granieri, ha resaltado que esta colaboración “nos permite continuar ese camino formativo en el que este organismo se está enfocando de manera decisiva a través de acuerdos con escuelas e instituciones. Necesitamos formar nuevos especialistas en AOVE italiano y aceitunas de mesa si queremos promover el consumo y mejorar la percepción de la calidad de nuestro producto”.

## GARCÍA FORNET E HIJOS, S.L.

Agencia Comercial

CEREALES, FORRAJES Y MATERIAS  
PRIMAS PARA PIENSOS

Santa Ana, s/n Los Dolores • 30310 Cartagena (España)  
Tel.: 968 532 750 - 51 25 23 • Fax: 968 536 458 •  
jose.gvaso@gfornet.com

## MATERIAS PRIMAS PARA *piensos compuestos*

HARINAS	PRECIOS
	€/t.
Harina de soja (s. fábrica) .....	334
Harina de girasol (integ.) (abril).....	167
Harina de pescado (extra, sobre fábrica productora, con envase. 64/65% proteínas. Salido de fábrica en sacos paletizados fob Hamburgo).....	s/c
	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	216
Trigo panificable	240
Trigo forrajero (puerto destino)	230
Cebada cervecera	195
Cebada dos carreras	195
Colza (puerto destino)	277
Guisantes	255
Centeno	190
Harina de girasol (pellets)	190
Harina de girasol (alto proteico)	s/c

### LA BOLSA DE CHICAGO

**Habas de soja:** La semana cerraba a **1.381,00** centavos de dólar por bushel; la última semana cerró a **1.442,50**.

◆ Precios: Futuros julio.

**Harina de soja:** 353,60 dólares por tonelada corta era el último precio de cotización al cierre de nuestra revista, mientras que la anterior indicaba **379,00**.

◆ Precios: Futuros julio.

**Aceite de soja:** Cerraba a **62,01** centavos de dólar por libra, desde la última cotización de **62,07**.

◆ Precios: Futuros julio.

**Maíz:** Terminó la semana a **662,25** centavos/bushel, habiendo comenzado a **670,75**.

◆ Precios: Futuros julio.



# El oleoturismo como herramienta para hacer más sostenible el olivar en las comarcas de Jaén

La Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía pretende impulsar la diversificación de la economía rural utilizando como recurso el oleoturismo en las comarcas de la provincia de Jaén, dentro de un proyecto de cooperación enmarcado en el Programa Andaluz de Desarrollo Rural.

Se trata de un proyecto de cooperación para la “Mejora de la Sostenibilidad Oleícola en las Comarcas Jiennenses” que implica a los Grupos de Desarrollo Rural (GDR) Sierra Sur de Jaén, Sierra de Segura, Sierra Mágina, El Condado, Campiña Norte de Jaén y Sierra de Cazorla, además de a la Diputación Provincial de Jaén como agente colaborador.

La Delegación Territorial de Agricultura, Ganadería y Pesca acogió recientemente la constitución y primera reunión de la Comisión de Seguimiento y Evaluación del proyecto y su presentación, con la presencia de la delegada territorial, Soledad Aranda, y representantes de los GDR.

La delegada destacó que se trata de un proyecto en el que los GDR han trabajado “con ahínco e ilusión” y que les va a permitir establecer líneas estratégicas comunes para la mejora de la competitividad y el desarrollo de las comarcas a través del oleoturismo y las experiencias en este campo.

Aranda incidió en el liderazgo de Jaén en las políticas de desarrollo rural dentro del contexto andaluz, poniendo como ejemplo los ocho proyectos de cooperación que en la provincia supondrán un desembolso de 554.000 euros -entre ellos el presentado en este acto- dentro de los 1,4 millones destinados para toda la Comunidad Autónoma, lo que representa un 40% de los fondos.

El objetivo general del proyecto es mejorar la sostenibilidad -social, ambiental y económica- del sector oleícola de las zonas rurales de Jaén como respuesta a las necesidades prioritarias, debilidades, amenazas, oportunidades y fortalezas detectadas en las

Estrategias de Desarrollo Local (EDL) de las comarcas cooperantes y también identificadas en el Subprograma del olivar del Programa de Desarrollo Rural de Andalucía.

El proyecto subraya que Jaén tiene muchas fortalezas como encabezar la producción de AOVEs del mundo y tener un paisaje candidato a Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la Unesco, sin embargo, se antoja necesario articular iniciativas para abordar la falta de rentabilidad de los olivares tradicionales y prevenir el abandono del medio rural. En este contexto, apostar por la diversificación del sector a través del oleoturismo es una oportunidad para los territorios olivareros. Dentro de este marco, el proyecto pretende mejorar la sostenibilidad social, ambiental y económica en el sector oleícola de las comarcas jiennenses, impulsar el oleoturismo como herramienta de desarrollo socioeconómico sostenible y crear “Experiencias Oleoturísticas” que conecten las comarcas rurales de Jaén.

Asimismo, se prevé dar a conocer la oferta oleoturística de la provincia de Jaén, fortalecer el posicionamiento del oleoturismo a nivel provincial y tejer lazos para crear un espacio de cooperación territorial, intersectorial e interinstitucional de impulso del oleoturismo y la oleicultura, sin olvidar el fomento de la transición ecológica y energética del sector oleícola en la provincia de Jaén.

El proyecto aborda, además, el fomento de la producción de AOVEs ecológicos y agroecológicos que contribuyan a la protección del medio ambiente y a mitigación y adaptación al cambio climático; el impulso de las certificaciones de huella de carbono y huella hídrica en las comarcas jiennenses; la difusión del potencial del olivar como agroecosistema mitigador y adaptador del cambio climático, además de la conservación de la

biodiversidad en el olivar tradicional mediante sistemas de manejo sostenibles.

Difundir la cultura del olivar y de los AOVEs entre la población general y promover la participación de las mujeres y los jóvenes en el mundo rural y en el sector del olivar también figuran entre las líneas estratégicas del proyecto.



## Edificio “Jaén Paraíso Interior”

Por otro lado, el presidente de la Diputación Provincial de Jaén, Francisco Reyes, inauguró recientemente el edificio “Jaén Paraíso Interior” de la Administración provincial, un proyecto en el que se han invertido más de 3,3 millones de euros, para albergar un centro de dinamización turística así como las oficinas del Área de Promoción y Turismo.

El centro de dinamización turística, que contará con un amplio horario de apertura, incluidos fines de semana y festivos, cuenta con tres zonas, una de recepción e información, otra dedicada a la oferta turística de la provincia y un área para exposiciones temporales. Además de disponer de herramientas multimedia para consultar la información, pone a disposición del visitante algunos recursos como una zona de visión 360° de paisajes de la provincia o un espacio croma en el que realizarse fotos con fondos de diferentes rincones jiennenses.



**ANÁLISIS**

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

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



**AXFLOW**

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

**BOMBAS  
TRIEF**

Bombas de aletas de desplazamiento positivo para aceites vegetales



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

**EXTRACCIÓN**

**HILLER®  
centrifugación  
alemana**



PLANTAS DE EXTRACCIÓN DE ACEITE DE OLIVA

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

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

www.centrifugacionalemana.com

**tecnilab**  
tecnología analítica

Tel.: 949 335 460  
NIT38 Olive Analyzer



Análisis rápido de rendimiento graso en aceituna

www.tecnilab.es Renting Coste 0

**DEPÓSITOS INOX.**

**AMAZANO**  
**Flottweg**  
Separation Technology

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



www.caldereriamazano.net

**Palacín**

www.jpalacin.com

Info: +34 953 757 112 - Úbeda - Jaén

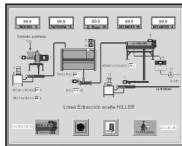
**AUTOMATIZACIÓN/ELECTRICIDAD**

SISTEMAS ELÉCTRICOS MORENO, S.L.

Electricidad Moreno



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

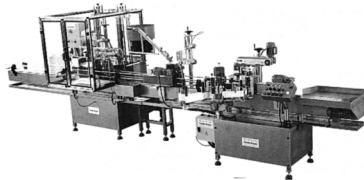


Polígono Industrial, Parcela 20  
23790 PORCUNA (JAÉN)  
Teléfono: 953 54 54 14 - Fax: 953 54 66 24  
www.electromoreno.com

**ENVASES/ENVASADO**

**Codi - Pack®**

Marcaje y Codificación, S.L.



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

**BOMBAS**

**La experiencia marca  
la diferencia**



**González y París**

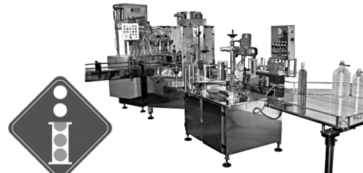
Bombas transportadoras de alpeorjo  
Separadoras de pulpa y hueso  
Despallilladoras de aceitunas

Bombas sumergibles para alpeorjo  
Transportadores neumáticos para huesos  
Vibradores de olivos

TALLERES GONZÁLEZ Y PARÍS, S.L.

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

**Únicos Fabricantes Especializados en  
el Envasado de Aceites desde 1962**



**ifamensa**

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

**Ingeniería para un  
mundo mejor**

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

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

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



**GEA** engineering for a better world

gea.com



Virtual Glass by Venlo

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



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

FILTRACIÓN



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

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

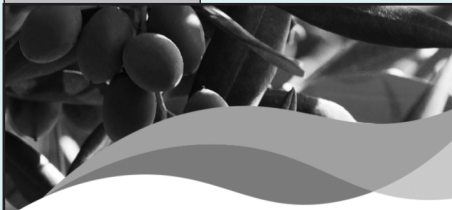
FILTROS ABRILLANTADORES PARA PLACAS DE CELULOSA DE 40x40 PARA ACEITES Y VINOS, DESDE 20 HASTA 100 PLACAS



Tel.: 678 531 111

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

LABORATORIOS



Expertos en análisis de **aceites y grasas**



www.laboratorioagrama.com

**LABORATORIO DE ANALISIS DE PLAGUICIDAS, HERBICIDAS, ETC.**

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

**LABORATORIOS ENOQUISA**

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

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



**LABORATORIO DE ANÁLISIS**

ESPEJO

Fundado en 1944

Especializados en análisis de grasas y aceites

60 años de experiencia en el sector oleícola nos avalan

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

**#1 RESULTADOS ACREDITADOS Y EN PLAZO.**

panel test - fisico-químico - contaminantes



laboratorio agroalimentario industrial

924 730 180

**OLIVARUM**  
Fundación C.A.J.A. RURAL JAÉN  
asesoramiento | análisis | investigación | innovación | formación

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

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

LABORATORIO

A Tentamus Company

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

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

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

PATIO

**AGRINACO**  
Tecnología de futuro

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

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

**La evolución está en nuestro ADN**

Tecnología avanzada para su recepción de aceituna y tratamiento de hueso.

INGENIERÍA Y DESARROLLO AGRO-INDUSTRIAL, S.A.

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

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

**METEGAL**

Pesaje conforme a METROLOGÍA LEGAL

Certificado UE de Tipo nº 0300-ES-142643001 + 1º Adicional nº 0300-ES-162422001

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

PESAJE

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

AVANCE, SEGURIDAD Y COMPROMISO

**IMATEC**  
INGENIERÍA, METROLOGÍA Y ASISTENCIA TÉCNICA

SOFTWARE

"Gestión de explotaciones agrícolas y cuadernos de campo."

Desarrollado por PROSUR  
www.agrocuaderno.com

VIVEROS/CAMPO

Especialistas en Recolección

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

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

Económicos y muy rentables

Infórmate

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



## Planas propondrá un programa específico para el olivar tradicional en la nueva PAC

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, anunció el pasado 22 de junio en el Senado que propondrá a las Comunidades Autónomas desarrollar, en el marco de la próxima Política Agraria Común (PAC), un programa específico para el olivar tradicional, con el objetivo de mejorar las condiciones de competencia en el sector.

Así lo avanzó el Ministro en respuesta a una pregunta oral en la sesión de control al Gobierno en el Senado, una medida que valoró la Consejería de Agricultura andaluza, ya que esta Comunidad “ha defendido en todo momento la necesidad de que este tipo de cultivo recibiera una atención especial por sus singulares características”.

De esta forma, Andalucía defiende que la nueva PAC debe reconocer este tipo de cultivo como un ecoesquema en sí mismo por su alto valor ambiental, al tratarse de un sumidero de CO<sub>2</sub> y contribuir a la protección de la riqueza natural de la Comunidad Autónoma. De hecho, 140.000 hectáreas de olivar están incluidas en la Red Na-

tura 2000 y, por lo tanto, están dentro de espacios protegidos.

Planas aseguró que este Gobierno trabaja a favor de un sector que incluye a 350.000 oliveros, que genera 15.000 empleos directos y casi 32 millones de jornales por campaña, “algo por lo que vale la pena trabajar y luchar”.

Por otro lado, el Ministro resaltó el buen comportamiento del sector del aceite de oliva y las buenas expectativas de crecimiento, sobre todo en países no productores y de fuera de la Unión Europea; y subrayó el incremento de las cifras de consumo doméstico de aceite de oliva registrado en el último año, ya que eso significa “más salud para los ciudadanos y una mejor economía para el sector olivero”.

Además, las previsiones para el cierre de la presente campaña apuntan a que el consumo interior en España se situará en torno a las 550.000 toneladas y las exportaciones en 1.130.000 toneladas, lo que supone un récord en ambas cifras. También señaló que las previsiones de la Comisión Europea para

el periodo 2020-2030 sitúan el crecimiento del consumo mundial en un 5 % anual.

El Ministro apuntó que, si tenemos en cuenta que el aceite de oliva representa solo el 3% del consumo mundial de grasas vegetales, “las oportunidades del sector son inmensas”.

A su vez, recalcó que en la campaña 2019/20 se alcanzó un récord de exportación de aceite de oliva a Estados Unidos, con 150.000 toneladas, lo que supuso un incremento del 16% respecto a la campaña anterior, pese al impacto de los aranceles. El mercado de EEUU supone de media un 10% del volumen de las exportaciones españolas de aceite de oliva y un 34% de las salidas a países fuera de la UE.

Planas afirmó que las 10 medidas incluidas en la hoja de ruta que se presentaron el sector el año pasado han contribuido a esta mejora de la comercialización, la calidad y la promoción del aceite de oliva, un producto saludable y emblemático de la Dieta Mediterránea, que tiene además un gran valor medioambiental, paisajístico y cultural.

## El COI y el Culinary Institute of America promoverán la Dieta Mediterránea

El Consejo Oleícola Internacional (COI) y el Instituto Culinario de América (CIA, por sus siglas en inglés), en asociación con Menu of Change University Research Collaborative (MCURC), han dado a conocer el proyecto “*El aceite de oliva y la cocina Plant-Forward: Investigación, Educación y Medios Digitales*”, una iniciativa basada en el reciente libro blanco del CIA (2019) “*El aceite de oliva y la cocina de vanguardia: inspiración de la Dieta Mediterránea para la cocina estadounidense contemporánea*”, que incluye conocimientos técnicos y culinarios para avanzar en las tendencias de menú de la cocina de Estados Unidos.

Para esta nueva iniciativa, el CIA está colaborando nuevamente con el COI para desarrollar posibilidades en torno a un elemento clave del libro blanco anterior: la herencia culinaria de las tradiciones mediterráneas de elaboración de salsas a base de aceite de oliva que aprovechan varios ingredientes de origen vegetal de la región, incluidas las hortalizas, nueces y semillas, y hierbas, especias y otros aromáticos.

El objetivo de esta colaboración es concienciar a los consumidores sobre la Dieta Mediterránea, que considera al aceite de oliva virgen extra un producto clave para una vida sana y equilibrada.

El Instituto Culinario de América es una de las universidades culinarias más importantes del mundo.

Fundada en EEUU en 1946 como una corporación sin ánimo de lucro especializada en másteres, licenciaturas, títulos asociados, programas de certificados de posgrado y de desarrollo profesional en artes culinarias, panadería y pastelería, gestión de empresas alimentarias, gestión hotelera, estudios de alimentos aplicados, estudios de vinos y bebidas, y estudios de emprendimiento e innovación.





## ¿Cómo percibe el aceite de oliva el consumidor de República Dominicana?

La percepción del aceite de oliva por parte del consumidor de República Dominicana está muy asociada a un producto de alta calidad y muy saludable, y es, precisamente, esta asociación la que resulta especialmente interesante, pues existe una preocupación cada vez más marcada por la salud en este mercado, según destaca un estudio de ICEX España Exportación e Inversiones.

En los últimos años se ha incrementado la oferta del sector de los aceites comestibles en República Dominicana, principalmente por el desarrollo de la industria de distribución. El tamaño de las tiendas, la diversificación de productos y servicios y el modelo de distribución han sufrido cambios significativos que sumados al crecimiento poblacional moderado pero sostenido de los últimos años, al avance de la urbanización, la promoción turística y el aumento de la renta per cápita, han provocado que la demanda del mercado dominicano de productos de la aceituna continúe creciendo pese a una tendencia de madurez cada vez más clara.

Según el estudio de ICEX, la partida del aceite de oliva ha experimentado un crecimiento entre 2015 y 2020 en su volumen de ventas del 17,6%, muy cercano a la media del sector, que se sitúa en un 19,3%. Las categorías con menor crecimiento son el aceite de girasol (-0,5%) con un crecimiento negativo, seguido del aceite de palma con un 9,4% para el mismo periodo. El creci-

miento más grande se observa en la categoría de otros aceites, debido al incremento en el consumo de aceites como el aceite de coco o el aceite de aguacate.

En comparación con 2019, el aceite de oliva ha liderado con un 14,6% el crecimiento, por encima del 9,2% de la media del sector. En este sentido, la preocupación por la salud juega un rol fundamental en las tendencias de la sociedad dominicana que, especialmente en los últimos años, ha mostrado un mayor cuidado por su alimentación, demandando productos considerados más saludables.

El sector se encuentra actualmente en una etapa de madurez donde existe una extensa oferta fuertemente concentrada. Pese a ello, 2020 ha arrojado buenas cifras debido al crecimiento de la demanda durante el COVID-19, puesto que los consumidores han destinado más tiempo a estar en casa por el confinamiento, lo que llevó a un mayor tiempo dedicado a la cocina.

Respecto a las previsiones de ventas hasta 2025, según el estudio, se espera que el consumo de aceite de oliva siga aumentando frente a otros aceites como el de maíz o el de soja, incrementando ligeramente su participación en el total de aceite consumido.

El comportamiento de los consumidores dominicanos debe entenderse en un contexto de alta desigualdad en la distribución de la riqueza. Tradicionalmente, los consumidores dominicanos son sensibles a los

precios y viéndose sus decisiones condicionadas por este factor y la practicidad más que por características como el gusto, el diseño o la apariencia. Sin embargo, en las últimas décadas, los requisitos de los consumidores se han vuelto cada vez más exigentes, lo que ha obligado a los distribuidores y fabrican-

tes a ofrecer productos de mayor calidad, tendencia que se ha manifestado de forma más clara entre la clase media-alta.

Los canales de comercialización de alimentos en República Dominicana son bastante sencillos y se pueden dividir, principalmente, en tres segmentos o canales distintos: el sector mayorista o almacenes, el sector minorista o venta al detalle y el sector Horeca.

ICEX destaca que, aunque las ventas *on line* todavía no abarcan una cuota importante en República Dominicana, cada vez están desempeñando un papel más importante en el sector.

Recientemente, en República Dominicana, algunas cadenas de supermercados empezaron a implementar el servicio de compras *on line*. Asimismo, empezaron a salir al mercado aplicaciones de empresas independientes que facilitan realizar la compra de alimentos sin necesidad de ir a los establecimientos.

En cuanto a las barreras arancelarias, el Acuerdo de Asociación Económica entre la Unión Europea y República Dominicana permite que todos los productos analizados en este estudio gocen de aranceles cero cuando su origen es la Unión Europea. Por otro lado, deben considerarse las otras barreras no arancelarias, como es el registro sanitario y el de la marca o DOP.

En relación con la forma de entrada, se recomienda la búsqueda de socios locales, que dispongan de conocimiento del mercado y de una red de distribución establecida.

Finalmente, ICEX recalca que el mercado del aceite continuará creciendo en República Dominicana, aunque a un ritmo cada vez más moderado, lo que irá limitando las oportunidades en el sector y provocará la retirada de algunas marcas, la aparición de marcas blancas o su diversificación hacia otros productos como se empieza a observar en las estanterías de los principales supermercados.





# El volumen de negocio de la sección de aceite de Dcoop se situó en 475,39 millones de euros en 2020

El volumen de negocio de la sección de aceite de Dcoop en 2020 fue de 475,39 millones de euros; mientras que la sección de aceituna de mesa se situó en 114,96 millones de euros.

Dcoop ha aprobado sus cuentas anuales y el informe de gestión del grupo, así como el estado de información de no financiera correspondientes al ejercicio 2020 en su asamblea general ordinaria celebrada ayer en la sede social del grupo en Antequera (Málaga).

El volumen total de negocio de Dcoop en 2020 alcanzó los 907,7 millones de euros en un ejercicio marcado históricamente por la pandemia mundial del COVID-19 que puso a prueba el valor esencial del sector primario y su capacidad para suministrar alimentos a la población en condiciones adversas.

Según el grupo, esta situación no frenó la estrategia empresarial de Dcoop que en 2020 siguió desarrollando proyectos en las diferentes secciones para dar respuesta a las necesidades de comercialización de las personas que viven del campo.

En 2020 comenzó a operar plenamente la planta de procesado de aceitunas de Dos Hermanas (Sevilla), que, junto a Monturque (Córdoba), atendieron la demanda de envasado de la Sección de Aceituna de Mesa.

En la Sección de Orujo se está gestando una nueva actividad de subproductos del olivar para dar respuesta a las necesidades de

un grupo de almazaras. Por su parte, en aceite, las plantas de Mercaóleo y Pompeian estuvieron a pleno rendimiento, batiendo récord de envasado y consolidando el liderazgo del aceite de oliva de Dcoop en el mercado estadounidense.

En el caso del vino, fue un año difícil por el impacto de la pandemia en la hostelería, pero la embotelladora de Alcázar de San Juan (Ciudad Real) continuó con sus trabajos, enfocados sobre todo a exportación.

Las plantas de recepción y concentrado de leche de cabra de Antequera (Málaga) y Lebrija (Sevilla) funcionaron a pleno rendimiento, así como la partidora de almendras de Villarrubia (Córdoba); una nueva instalación de la Sección de Frutos Secos, que en 2020 ha comenzado a estudiar la posibilidad de crear la nueva división de pistachos, para avanzar en la cadena de valor.

Debido a la situación económica y pandémica, el área de Suministros registró una caída en las ventas, de la misma forma que se vieron afectadas las ventas de vacuno de carne por las restricciones en hostelería; no así, el porcino blanco o los cereales.

Además de repasar todos estos asuntos, la asamblea también eligió como nuevo vocal del Consejo Rector a Juan Ignacio Blanco Morillas, de la cooperativa San José de Mancha Real (Jaén).

## Sostenibilidad

En los últimos años, en consonancia con los compromisos adquiridos por Dcoop respecto al cambio climático, la defensa del medio ambiente y sostenibilidad, desde los órganos sociales y de gobierno del grupo se ha hecho especial hincapié en la creación y el fomento de una cultura corporativa orientada a la mejora continua de la cadena de valor.

Así, desde el origen hasta el producto final obtenido, el grupo apuesta por atender igualmente la gestión y tratamiento de los subproductos y residuos obtenidos durante el procesamiento de las materias primas, fomentando la máxima calidad de los procesos productivos y de los productos obtenidos, de forma que se alcancen los mayores estándares de calidad en cada una de las actividades en las que Dcoop opera.

A su vez, como respuesta al cambio de tendencia en las preocupaciones de la sociedad que está teniendo lugar en los últimos años, en los que cada vez se pone más atención en el cumplimiento de las legislaciones laborales (tanto referentes al personal, como la reguladora de la prevención de riesgos laborales), en el cumplimiento de la nueva legislación de protección de datos personales y en la evaluación y gestión del riesgo penal, desde los órganos de gobierno del Dcoop se está fomentando la creación de una Cultura de *Compliance Integral*.

## "Territorio AOVE", un proyecto para fomentar el uso del virgen extra en la restauración

La pasada semana se presentó "Territorio AOVE", una iniciativa del periódico El Gastrónomo Zaragozano, con la producción de Agencia Almozara y la colaboración de la Almazara La Olivera de Magallón, cuyo objetivo es la creación de una red de restaurantes comprometidos con el uso exclusivo de aceite de oliva virgen extra en sus cocinas y, por lo tanto, con la salud, el sabor y el territorio.

El director de El Gastrónomo Zaragozano, Miguel Ángel Vicente, ha defendido este proyecto nacido con el objetivo de "transmitir cultura oleícola y fomentar el uso exclusivo del AOVE en las cocinas públicas, como garantía de salud". Vicente ha anunciado que tras este restaurante se irán sumando otros que se diferenciarán del resto por su uso exclusivo del mejor de los aceites.

Por su parte, el alcalde de Magallón, Víctor Chueca, ha subrayado que con "Territorio AOVE" llegarán nuevas oportunidades que el sector agroalimentario y la Cooperativa de Magallón deben aprovechar. "Nos llena de ilusión poder seguir dando a conocer nuestros aceites y que, con ellos, restaurantes como La Lobera de Martín puedan ofrecer el valor añadido de la salud y el bienestar", ha remarcado.



XX  
**FERIA  
 INTER-  
 NACIONAL**  
 DEL ACEITE  
 DE OLIVA  
 E INDUSTRIAS  
 AFINES  
**EXPOLIVA  
 JAÉN**  
 21 AL 25  
**SEPTIEMBRE**  
**2021**

 **expoliva**  
 EXPOLIVA.INFO

**JAÉN**  
**2021**

XX  
 INTER-  
 NATIONAL  
 FAIR OF THE  
 OLIVE OIL  
 & ALLIED  
 INDUSTRIES  
 JAÉN, SPAIN



SEPTEMBER 21<sup>ST</sup> TO THE 25<sup>TH</sup>

ORGANIZA:



PATROCINA:



COLABORA:





## El precio del AOVE se incrementa un 45% en Italia

La “dinámica” demanda de los envasadores, gracias a la recuperación del canal Horeca, ha originado una subida del precio del aceite de oliva virgen extra del 45% en Italia, situándose en una media de 4,60 euros/kg. durante el primer semestre del año, según los datos del Instituto de Servicio para el Mercado Agrícola Alimentario (Ismea).

Una vez finalizada la molturación, la cifra de producción de la campaña actual se sitúa en 273.000 toneladas, un 25% menos que en la temporada anterior. Según el Ismea, un condicionante de la cosecha fue sobre todo la alternancia entre regiones, ya que mientras Apulia, Calabria y Sicilia registraron descensos en la producción del 45%, el 36% y el 5%, respectivamente, en el centro-norte del país se confirmaron las buenas previsiones con el doble de producción en Toscana (+82%), Umbría (+58%), Lazio y el triple en Liguria.

Tras la ralentización registrada en 2020, las importaciones también se han recuperado para compensar la escasez de materia prima italiana. Así, en los primeros tres meses de

2021, Italia aumentó sus compras de aceite de oliva un 16%, que en valor se incrementaron más del 43% debido al aumento de los precios internacionales.

En el otro lado de la balanza comercial, se observa una reducción neta de los volúmenes exportados respecto al mismo trimestre del año pasado (-6,4%) frente al descenso en valor del 1%. Por tanto, el saldo de la balanza comercial vuelve a ser negativo tras el cierre de 2020 con un superávit de 97 millones de euros, una situación bastante anómala para el sector, según el Ismea, que precisa que en los últimos 20 años el saldo positivo se ha registrado tan solo cinco veces.

En general, el índice de confianza para el primer trimestre de 2021, en el que los operadores se muestran expectantes respecto a los próximos meses, vuelve a situarse en terreno positivo y con un valor absoluto entre los mejores de los últimos años. Sin duda, según este organismo, las expectativas de crecimiento de los pedidos impulsaron cierto optimismo, también de cara a la reapertura del canal Horeca.

## Bruselas prevé un stock final de campaña para España de 351.200 t. de aceite de oliva

La Comisión Europea (CE) prevé que el stock final de campaña se sitúe en 497.697 toneladas en la Unión Europea (UE), un 21% inferior a la temporada anterior, de las que 351.200 t. corresponderán a España (-28,5%), 85.000 t. a Italia (-23,1%) y 60.300 t. a Grecia (+294,1%), según los últimos datos del Ejecutivo comunitario.

Respecto a la producción comunitaria de aceite de oliva, se ha situado en 2.048.289 toneladas hasta mayo, de las que 1.386.500 t. corresponden a España. En concreto, la producción de aceite de oliva de nuestro país fue de 38.200 t. en octubre; de 244.500 t. en noviembre; de 475.500 t. en diciembre; de

351.900 t. en enero; de 226.800 t. en febrero; de 45.400 t. en marzo; de 3.200 t. en abril; y 944 t. en mayo.

Por países, y en lo que va de campaña, los datos del Ejecutivo comunitario sitúan la producción de Italia en 268.027 t.; de Grecia, en 275.000 t.; y de Portugal, en 100.000 t.

La Comisión prevé que el consumo en España sea de 550.000 t. (+5,4%); en Italia, de 500.000 t. (+2,4%); en Grecia, de 110.000 t. (-4,3%) y en Portugal, de 80.000 t. (+13,3%).

A nivel general, la Comisión prevé una producción comunitaria de 2.048.289 t. (+6,6%) y un consumo de 1.372.369 toneladas (-8,1%).

## Fuerte repunte de las exportaciones andaluzas de aceite de oliva en el primer cuatrimestre

Las exportaciones agroalimentarias de Andalucía alcanzaron los 4.766 millones de euros en el primer cuatrimestre de 2021, su mejor registro histórico para un periodo enero-abril desde que existen datos homologables (1995), gracias a un crecimiento interanual del 4,5%. Por productos, las ventas al exterior del aceite de oliva se situaron en 852 millones (17,9% del total), lo que supone una subida del 22,5%, según los datos de Extenda-Andalucía Exportación e Inversión Extranjera.

En el mes de abril, las exportaciones de aceite de oliva alcanzaron los 226 millones de euros, un 15,7% más interanual gracias a la recuperación de los precios de mercado y a la subida de las exportaciones en sus tres primeros destinos mundiales: Italia, donde aumenta un 76% hasta los 61 millones; Estados Unidos, con un alza del 7,5% hasta los 38 millones; y Portugal, con un incremento del 82% hasta los 32 millones.

En este primer cuatrimestre de 2021, la agroindustria andaluza se fortalece, creciendo no sólo en sus ventas, sino también con un fuerte incremento de las empresas exportadoras, del 19,6% interanual, hasta alcanzar las 2.869, según los datos del organismo andaluz.

Europa es el principal destino del agro andaluz, pero se producen importantes avances en diversificación de destinos, siendo extracomunitarios dos de los cuatro países en los que más crecen las ventas del TOP 10: China, con un 20,4% más y Estados Unidos, con un 16,3% más, y también el mercado que más sube del TOP 20, Corea del Sur, con un 57% más.

Los alimentos y bebidas andaluces han incrementado sus ventas en Asia, con China como el segundo mercado que más crece en este periodo (+20,4%); así como en Marruecos (+23,6%); EEUU (+16,3%); y Canadá (+16%).



## Uruguay prevé obtener una de las producciones de aceite de oliva más elevadas de su historia

A punto de finalizar la recolección de aceituna en Uruguay, el consultor internacional Jorge Pereira aborda en este artículo la evolución de la campaña en este país del Cono Sur americano, así como sus previsiones de producción de aceite de oliva, que se estima en 2.450 toneladas.

La olivicultura uruguaya comenzó su nueva etapa moderna a finales del siglo XX a partir de inversiones provenientes principalmente de Argentina. En 6.200 hectáreas cultivadas y más de 160 productores en los 19 departamentos del territorio nacional, el cultivo ha tenido en 2020/21 las condiciones necesarias para obtener una excelente producción de aceituna.

Si bien la actividad se desarrolla en todo el territorio nacional, en la región Sur-Este se encuentra el 60% de la superficie cultivada. En esta parte del país cercana a la costa del Océano Atlántico predomina el relieve de sierra con alturas máximas de 600 metros. La climatología con altas precipitaciones anuales comprendidas entre 1.100 y 1.400 mm., temperaturas con inviernos suaves y veranos moderados, con temperaturas medias de entre 16° y 19°C, ha posibilitado que Uruguay se haya posicionado como un país productor de aceite de oliva de alta calidad, exclusivamente virgen extra.

Dentro de la realidad mundial de cambio climático, Uruguay no ha sido la excepción, lo que es una de las principales causas de la



alternancia marcada y aparición de enfermedades ligadas a la alta humedad relativa, pero que no ha influenciado significativamente en la calidad del fruto y del aceite.

La variabilidad interanual ha sido evidente en la variación de la producción de aceite que en 2019 registró un récord de 2.750 t. y en 2020 una pronunciada disminución que no permitió superar las 350 t. La campaña 2021 comenzó de forma temprana a finales del mes de abril en la zona Noreste y todavía se está desarrollando en el Este del país.

Si bien las condiciones climáticas de la lar-

ga cosecha comienzan a ser importantes, con los fríos y lluvias de finales de otoño y principios de invierno, la incidencia de enfermedades ha sido escasa y no ha habido problemas por el COVID-19. Así, se prevé una cosecha de 22,5 millones de kilos de aceituna y rendimientos bajos en comparación a años anteriores, con una media del 12%, por lo que se espera una producción de 2.450 toneladas de aceite. Las variedades más productivas han sido arbequina, coratina y picual.

El consumo medio de aceite de oliva en Uruguay es de 550 mg./persona/año, por lo que se prevé comercializar 1.820 toneladas. Asimismo, con importaciones que en los últimos años han alcanzado una media de 950 toneladas, se generaría un excedente de 1.580 toneladas de producción nacional que debería colocarse en el mercado externo.

El desafío de la producción Uruguaya es aumentar el consumo nacional y fidelizar a los consumidores con los aceites del país con el fin de no ser tan dependientes de las variables del mercado internacional.

## La Dieta Mediterránea combinada con una sesión diaria de ejercicio para evitar la demencia

Investigadores de la University of South Australia confían en que la Dieta Mediterránea, combinada con una serie de ejercicios diarios, también puede contribuir a evitar la demencia, ralentizando el deterioro de la función cerebral que es comúnmente asociada con la vejez.

En un estudio que ha comenzado recientemente, los investigadores de la Universidad de Australia del Sur y la Universidad de Swinburne, junto con un consorcio de socios, explorarán los beneficios para la salud de las personas mayores que siguen una Dieta Mediterránea, al mismo tiempo que realizan caminatas diarias.

Denominado MedWalk Trial, el estudio de dos años, reclutará a 364 australianos de 60 a 90 años, sin deterioro cognitivo en 28 zonas residenciales en Australia del Sur y Victoria.

El centro docente australiano destaca la importancia de este estudio teniendo en cuenta el envejecimiento de la población de Australia, donde alrededor de una cuarta parte de los australianos tendrá más de 65 años en 2050.

La investigadora principal del estudio Karen Murphy ha considerado que combinar una Dieta Mediterránea con una intervención de ejercicio podría generar beneficios significativos.

Murphy ha explicado que “los primeros estudios pilotos de nuestra intervención MedWalk muestran una mejor memoria en un subgrupo de participantes mayores que se adhirieron a una combinación de Dieta Mediterránea y una caminata diaria durante seis meses”.

“Ahora estamos ampliando este estudio a un grupo más amplio de australianos mayores, utilizando estrategias de mantenimiento y un cambio de comportamiento con la esperanza de reducir sustancialmente la incidencia de la demencia en Australia”, ha concluido la investigadora.



## La DOP Aceite Montes de Toledo reanuda la actividad presencial tras el parón por la pandemia

La Denominación de Origen Protegida Montes de Toledo ha reanudado sus actividades presenciales con las catas comentadas por centros de formación y escuelas de hostelería del país, que quedaron paralizadas a consecuencia de la pandemia por el COVID-19.

Los alumnos de Cocina del Colegio Mene-siano de Madrid han sido los primeros en volver a disfrutar del AOVE certificado por la DOP Montes de Toledo, en un cata donde se han respetado en todo momento las medidas de prevención marcadas por las autoridades sanitarias.

La cata ha estado dirigida por el director de la DOP, Enrique García Tenorio, quien ha dado a conocer a los futuros cocineros no solo las peculiaridades de este AOVE, sino aspectos básicos como los procesos de extracción y los métodos de conservación para evitar el enranciamiento de este zumo de aceituna; cómo saber diferenciar las distintas categorías de aceite de oliva; o qué requisitos se deben cumplir para pertenecer a una Denominación.

Los participantes han comprobado de primera mano el elegante amargor, el intenso frutado y la justa sensación de picante de este aceite, que cuenta con un elevado contenido en polifenoles y antioxidantes, que lo hacen esencial dentro de una alimentación saludable.

A pocos días de culminar el curso, estos alumnos se encuentran realizando el módulo "Cocina creativa y de autor" del Certificado de Profesionalidad de Cocina dentro de la llamada Formación para el Empleo, dirigida a desempleados del sector que quieren reciclarse profesionalmente o para demandantes de empleo que quieran acreditar sus conocimientos.

## El Ifapa impulsa la excelencia en la elaboración de AOVE en la DOP Sierra de Segura

El Instituto de Formación Agraria y Pesquera de Andalucía (Ifapa) ha iniciado un curso que impulsa la excelencia en la elaboración del aceite de oliva virgen extra entre las fábricas que forman parte de la Denominación de Origen Protegida Sierra de Segura.

La delegada de Agricultura, Ganadería y Pesca, Soledad Aranda, ha inaugurado este ciclo formativo que se celebra para trasladar conocimiento e innovación a las fábricas oleícolas como una fuente de diferenciación en el producto para competir en los mercados y conseguir el mayor valor añadido, lo que se traduce en una plusvalía para los agricultores que trabajan los olivares de la Sierra de Segura.

Se trata de un ciclo formativo en el que participan 26 maestros y técnicos de almazara de las 20 aceiteras que forman parte del Consejo Regulador, lo que se traduce en una formación de todas las personas que intervendrán en la elaboración de los aceites certificados. Precisamente, fue la DOP la que se dirigió a la Delegación Territorial para solicitar esta acción formativa.

Aranda ha indicado que "la innovación transferida por parte de los científicos del Ifapa contribuirá a la mejora de la competitividad del sector oleícola y de las entidades que forman parte de la Denominación de Origen Protegida Sierra de Segura". Además, ha recordado la importante labor ambiental y de fijación de la población al territorio que desarrolla el olivar en la Sierra de Segura, por lo que se ha mostrado convencida de que el impulso de la calidad y de la excelencia en los zumos, además del apoyo de la comercialización, se muestran como herramientas claves para que estos cultivos puedan competir con otros aceites que también se sitúan en los lineales de los supermercados.

## La DOP Priego de Córdoba entrega sus premios a la calidad

La Denominación de Origen Protegida Priego de Córdoba ha celebrado la XXIV Edición de los Premios a la Calidad del Aceite de Oliva Virgen Extra con sello prieguense, que engloba los municipios de Almedinilla, Carcabuey, Fuente Tójar y Priego de Córdoba.

El sello de calidad ha vuelto a reunir a autoridades, instituciones y representantes del sector oleícola, entre ellos a Francisco Serrano, presidente del Consejo Regulador de la DOP Priego de Córdoba; a Juan Ramón Pérez; delegado Territorial de Agricultura, Ganadería y Pesca en Córdoba; y a María Luisa Ceballos, alcaldesa de Priego de Córdoba.

El presidente de la DOP Priego de Córdoba ha subrayado el gran trabajo realizado por los agricultores, almazaras, comercializadoras e instituciones de la comarca "para posicionar los aceites de la Denominación como los mejores del mundo", así como conseguir incrementar el volumen envasado con este sello de calidad.

El delegado Territorial de Agricultura ha felicitado a la DOP por su 25º aniversario y ha resaltado que hay buenas noticias para el sector por el acuerdo de suprimir los aranceles en el mercado estadounidense.

En cuanto a los premiados, la medalla de oro de los Premios a la Calidad de la Denominación de Origen Protegida Priego de Córdoba de la campaña 2020/21 ha correspondido a la S.C.A. Almazaras de la Subbética, con la marca *Parqueoliva Serie Oro*.

Asimismo, el primer premio ha recaído en la empresa Manuel Molina Muñoz e hijos, con *Fuente Ribera*; mientras que Muela-Olives, con *Venta del Barón*, ha recibido el segundo premio; y Marín Serrano El Lagar, con *OleoSubbética*, ha obtenido el tercer premio.

Finalmente, el primer finalista ha recaído en la empresa S.C.A. Ntra. Sra. La Purísima, con *El Empiedro*; y el segundo finalista ha sido Aceites Aroden Hispania, con *Cladivm*.



# Exportaciones e importaciones entre España y la Unión Europea y resto de países (Abril 2021)

Fuente: Dirección General de Aduanas

## IMPORTACIÓN

## EXPORTACIÓN

### Aceites y grasas

Materias	País	Toneladas	Euros	Materias	País	Toneladas	Euros
A. de Oliva	Túnez	3.849	5.806.563	A. de Oliva	Italia	3.406	9.077.334
V. LAMPANTE	Portugal	1.177	2.468.343	V. LAMPANTE	Otros	532	1.111.984
	Otros	764	1.384.443				
	<b>TOTAL</b>	<b>5.790</b>	<b>9.659.349</b>		<b>TOTAL</b>	<b>3.939</b>	<b>10.189.318</b>
LOS DEMÁS	Túnez	4.797	12.369.782	LOS DEMÁS	Italia	28.658	78.016.911
A. DE OLIVA	Portugal	3.747	10.125.816	A. DE OLIVA	EEUU	13.811	40.351.571
	Italia	733	2.172.856		Portugal	12.969	32.688.342
	Siria	152	373.723		Francia	7.275	20.129.299
	Turuqía	120	200.501		Japón	3.735	11.876.019
	Otros	140	402.997		China	3.117	9.353.405
					R. Unido	2.759	7.183.866
					Australia	2.188	6.525.416
					México	1.905	7.706.652
					Alemania	1.441	4.044.039
					Canada	1.382	4.540.074
					P. Bajos	1.317	3.237.795
					Brasil	837	2.986.173
					Colombia	832	2.672.740
					Otros	<b>13.272</b>	<b>42.831.865</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>9.688</b>	<b>25.645.675</b>		<b>TOTAL</b>	<b>95.499</b>	<b>274.144.165</b>
<b>TOTAL A. OLIVA</b>		<b>15.478</b>	<b>35.305.024</b>	<b>TOTAL A. OLIVA</b>		<b>99.438</b>	<b>284.333.483</b>
A. ORUJO	Túnez	5.520	4.255.615	A. ORUJO	Italia	1.547	1.917.788
	Portugal	1.654	1.388.685		EEUU	1.136	1.443.043
	Italia	1.514	1.374.158		Otros	6.854	11.503.716
	Otros	661	523.274				
	<b>TOTAL</b>	<b>9.349</b>	<b>7.541.732</b>		<b>TOTAL</b>	<b>9.537</b>	<b>14.864.548</b>
ACEITUNA	Portugal	852	452.792	ACEITUNA	EEUU	592	710.309
DE MESA	Egipto	379	358.361	DE MESA	Alemania	252	652.701
	Argentina	110	106.032		R. Unido	246	267.295
	Otros	46	94.372		Otros	591	<b>905.796</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>1.386</b>	<b>1.011.557</b>		<b>TOTAL</b>	<b>1.681</b>	<b>2.536.101</b>
A. GIRASOL	Ucrania	18.302	27.066.578	A. GIRASOL	Francia	<b>3.771</b>	<b>4.286.103</b>
	Francia	7.413	7.490.621		Portugal	3.348	4.190.260
	Italia	1.085	1.198.783		R. Unido	2.307	2.731.870
	Otros	1.743	2.150.946		Otros	7.019	9.249.700
	<b>TOTAL</b>	<b>28.542</b>	<b>37.906.986</b>		<b>TOTAL</b>	<b>16.447</b>	<b>20.457.934</b>
A. COCO	Filipinas	2.830	3.473.172	A. COCO	Francia	243	349.507
	Otros	1.186	1.451.894		Otros	388	617.911
	<b>TOTAL</b>	<b>4.017</b>	<b>4.925.065</b>		<b>TOTAL</b>	<b>631</b>	<b>967.418</b>
A. PALMISTE	Colombia	2.586	2.924.693	A. PALMISTE	Italia	287	438.621
	Otros	2.472	3.080.802		Otros	133	262.146
	<b>TOTAL</b>	<b>5.058</b>	<b>6.005.495</b>		<b>TOTAL</b>	<b>421</b>	<b>700.767</b>
ACEITE PALMA	Indonesia	69.286	56.884.023	ACEITE PALMA	Francia	1.445	1.386.943
	Colombia	20.872	18.922.164		Italia	674	830.768
	Liberia	4.485	4.091.044		Otros	1.221	1.510.943
	Guatemala	4.030	3.783.824				
	Otros	8.646	8.345.452				
	<b>TOTAL</b>	<b>107.319</b>	<b>92.026.507</b>		<b>TOTAL</b>	<b>3.340</b>	<b>3.728.653</b>
ACEITE DE MAÍZ	Brasil	715	747.013	ACEITE DE MAÍZ	A. Saudí	2.472	3.279.295
	Otros	244	237.171		Grecia	197	194.360
					Otros	502	779.825
	<b>TOTAL</b>	<b>959</b>	<b>984.183</b>		<b>TOTAL</b>	<b>3.171</b>	<b>4.253.480</b>



I M P O R T A C I Ó N				E X P O R T A C I Ó N			
A. RICINO	Francia	414	543.005	A. RICINO	Marruecos	13	24.514
	Otros	240	364.698		Otros	50	107.964
	<b>TOTAL</b>	<b>654</b>	<b>907.703</b>		<b>TOTAL</b>	<b>64</b>	<b>132.479</b>
A. LINAZA	Bélgica	337	439.804	A. LINAZA	EEUU	173	342.936
	Otros	181	454.092		Otros	119	238.500
	<b>TOTAL</b>	<b>518</b>	<b>893.895</b>		<b>TOTAL</b>	<b>292</b>	<b>581.436</b>
A. CACAHUETE	Bélgica	18	39.690	A. CACAHUETE	Alemania	12	31.545
	Otros	4	12.077		Otros	5	12.741
	<b>TOTAL</b>	<b>22</b>	<b>51.767</b>		<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>44.285</b>
A. SOJA	Francia	3.502	3.609.054	A. SOJA	Argelia	19.511	18.513.113
	Portugal	3.157	2.701.666		Marruecos	10.500	10.439.116
	Italia	1.061	1.057.315		Portugal	1.793	2.026.017
	Otros	109	161.907		Otros	<b>1.329</b>	<b>1.520.688</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>7.830</b>	<b>7.529.941</b>		<b>TOTAL</b>	<b>33.136</b>	<b>32.498.935</b>
ACEITE COLZA	Bélgica	3.118	2.313.190	ACEITE COLZA	Portugal	522	555.155
	Francia	2.013	1.971.655		Otros	621	780.809
	Otros	1.030	1.013.225		<b>TOTAL</b>	<b>1.144</b>	<b>1.335.964</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>6.161</b>	<b>5.298.070</b>				
A. SÉSAMO	China	14	66.258	A. SÉSAMO	EEUU	15	58.079
	Otros	18	106.004		Otros	3	11.580
	<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>172.263</b>		<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>69.659</b>
A. PESCADO	Perú	646	942.718	A. PESCADO	Francia	372	813.733
	Noruega	358	282.927		Italia	281	552.985
	Otros	2.172	2.964.350		Otros	563	1.671.833
	<b>TOTAL</b>	<b>3.178</b>	<b>4.189.994</b>		<b>TOTAL</b>	<b>1.217</b>	<b>3.038.552</b>
A. CONCRETOS	Portugal	972	1.642.703	A. CONCRETOS	EEUU	2.405	6.915.381
	Otros	1.092	3.134.371		Otros	1.465	4.443.098
	<b>TOTAL</b>	<b>2.065</b>	<b>4.777.074</b>		<b>TOTAL</b>	<b>3.872</b>	<b>11.358.478</b>
GLICERINA BRUTA	Portugal	276	6.146	GLICERINA BRUTA	P. Bajos	6.112	1.008.623
	Otros	142	148.400		China	3.364	865.371
	<b>TOTAL</b>	<b>418</b>	<b>154.545</b>		India	1.777	460.721
GLICERINA DESTILADA	Alemania	1.487	1.238.370	GLICERINA DESTILADA	Otros	2.589	567.488
	P. Bajos	991	672.847		<b>TOTAL</b>	<b>13.842</b>	<b>2.902.203</b>
	Italia	602	531.696		Grecia	310	45.248
	Otros	578	452.770		Otros	343	290.440
	<b>TOTAL</b>	<b>3.658</b>	<b>2.895.683</b>		<b>TOTAL</b>	<b>654</b>	<b>335.688</b>
GRASA DE CERDO	Francia	3.878	3.438.758	GRASA DE CERDO	Dinamarca	499	604.094
	Italia	1.652	1.605.029		Otros	767	1.121.852
	Otros	810	666.991		<b>TOTAL</b>	<b>1.267</b>	<b>1.725.946</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>6.340</b>	<b>5.710.777</b>				
MANTECA DE CERDO	Italia	0,10	102	MANTECA DE CERDO	Francia	<b>3</b>	<b>9.423</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>0,10</b>	<b>102</b>		Otros	0,13	1.969
					<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>11.392</b>
SEBOS	Francia	4.218	3.717.284	SEBOS	Francia	227	139.943
	Otros	439	367.108		Otros	102	48.131
	<b>TOTAL</b>	<b>4.657</b>	<b>4.084.392</b>		<b>TOTAL</b>	<b>333</b>	<b>188.074</b>
GRASAS ANIM. O VEGETALES HIDROGENADAS	Alemania	136	525.000	GRASAS ANIM. O VEGETALES HIDROGENADAS	Portugal	968	1.414.081
	India	136	197.306		Francia	822	1.258.299
	Otros	540	1.208.833		Italia	756	1.016.776
	<b>TOTAL</b>	<b>812</b>	<b>1.931.139</b>		Otros	844	2.341.983
MARGARINA	Portugal	1.548	2.115.589	MARGARINA	Portugal	3.001	3.510.318
	Bélgica	1.263	1.910.564		Francia	1.986	2.606.208
	P. Bajos	702	1.249.202		Alemania	692	701.053
	Italia	666	773.172		EEUU	599	1.086.798
	Otros	704	1.456.395		A. Saudí	509	678.129
	<b>TOTAL</b>	<b>4.883</b>	<b>7.504.922</b>		Otros	3.502	5.522.203
TALL-OIL	Finlandia	20	33.330	TALL-OIL	<b>Francia</b>	<b>17</b>	<b>26.958</b>
	Otros	20	20.013		<b>Otros</b>	<b>12</b>	<b>55.978</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>53.343</b>		<b>TOTAL</b>	<b>29</b>	<b>82.936</b>
LECITINA DE SOJA	P. Bajos	1.084	1.188.016	LECITINA DE SOJA	Francia	764	1.227.721
	Ucrania	295	224.800		Italia	286	860.601
	Otros	1.744	3.766.516		Otros	1.360	2.535.796
	<b>TOTAL</b>	<b>3.124</b>	<b>5.179.332</b>		<b>TOTAL</b>	<b>2.411</b>	<b>4.624.118</b>



## Cereales

I M P O R T A C I Ó N				E X P O R T A C I Ó N				
*TRIGO	Francia	14.190	3.529.229	TRIGO	Portugal	5.602	1.414.093	
	Canadá	578	127.092		Francia	719	268.096	
	Otros	321	124.903		Otros	348	97.076	
	<b>TOTAL</b>	<b>15.090</b>	<b>3.781.224</b>		<b>TOTAL</b>	<b>6.669</b>	<b>1.779.264</b>	
MAÍZ	Francia	154.421	37.336.490	MAÍZ	Portugal	4.174	2.206.445	
	Rumanía	104.507	22.273.998		R. Unido	2.775	672.391	
	Ucrania	103.505	20.116.912		Otros	2.423	5.140.948	
	Otros	120.273	31.002.024					
	<b>TOTAL</b>	<b>482.705</b>	<b>110.729.424</b>		<b>TOTAL</b>	<b>9.372</b>	<b>8.019.784</b>	

## Tortas

TORTA SOJA	Argentina	188.276	79.031.916	TORTA SOJA	Francia	12.257	4.418.068
	Brasil	51.617	21.281.903		Portugal	5.702	2.076.994
	Alemania	11.238	3.568.771		Chipre	3.300	1.445.851
	Otros	8.085	3.967.247		Otros	4.840	1.873.556
	<b>TOTAL</b>	<b>259.217</b>	<b>107.849.837</b>		<b>TOTAL</b>	<b>26.099</b>	<b>9.814.469</b>
TORTA LINO	Bélgica	66	33.310				
	<b>TOTAL</b>	<b>66</b>	<b>33.310</b>				
TORTA COPRA	Francia	20	43.965				
	<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>14.884</b>				
	<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>58.850</b>				
TORTA PALMA	Indonesia	13.001	2.427.630	TORTA PALMA	Portugal	428	76.998
	Otros	0.11	82		Otros	25	4.670
	<b>TOTAL</b>	<b>13.001</b>	<b>2.427.712</b>		<b>TOTAL</b>	<b>453</b>	<b>81.668</b>
TORTA GIRASOL	Argentina	11.977	2.310.901	TORTA GIRASOL	Francia	1.955	459.043
	Otros	5.670	1.668.387		Otros	739	274.903
	<b>TOTAL</b>	<b>17.647</b>	<b>3.979.288</b>		<b>TOTAL</b>	<b>2.695</b>	<b>733.946</b>
TORTA COLZA	Alemania	16.453	4.725.263	TORTA COLZA	Francia	4.915	1.214.035
	Otros	30.306	8.972.180		Otros	41	25.487
	<b>TOTAL</b>	<b>46.759</b>	<b>13.697.443</b>		<b>TOTAL</b>	<b>4.956</b>	<b>1.239.522</b>

## Harinas

HARINA DE SOJA	Portugal	1.311	594.860	HARINA DE SOJA	Portugal	610	122.030
	Otros	275	166.374		Otros	87	36.397
	<b>TOTAL</b>	<b>1.586</b>	<b>761.235</b>		<b>TOTAL</b>	<b>697</b>	<b>158.427</b>
HARINA DE CARNE	Francia	2.548	1.115.782	HARINA DE CARNE	Francia	4.757	2.885.518
	Portugal	1.127	645.821		Italia	2.792	1.502.270
	Otros	1.119	655.649		Tailandia	2.311	1.062.264
					Alemania	2.220	1.637.959
	<b>TOTAL</b>	<b>4.795</b>	<b>2.417.253</b>		<b>TOTAL</b>	<b>17.056</b>	<b>10.961.360</b>
HARINA DE PESCADO	Chile	828	1.132.634	HARINA DE PESCADO	Grecia	1.788	1.990.097
	Portugal	660	357.355		Francia	1.110	1.419.693
	Otros	1.750	1.890.163		Italia	1.042	873.508
	<b>TOTAL</b>	<b>3.238</b>	<b>3.380.151</b>		Otros	744	903.750
				<b>TOTAL</b>	<b>4.684</b>	<b>5.187.049</b>	

## Semillas oleaginosas

CACAHUETES CRUDOS	Argentina	1.373	1.826.077	CACAHUETES CRUDOS	Marruecos	89	130.129	
	China	1.106	1.836.842		Otros	157	277.096	
	Otros	1.630	2.110.323					
	<b>TOTAL</b>	<b>4.110</b>	<b>5.773.242</b>		<b>TOTAL</b>	<b>246</b>	<b>407.225</b>	
HABAS DE SOJA	Brasil	376.899	173.331.656	HABAS DE SOJA	Portugal	337	82.162	
	Francia	4.755	2.303.062		Otros	17	38.224	
	Portugal	969	438.092					
	Otros	1.969	1.261.998		<b>TOTAL</b>	<b>355</b>	<b>120.387</b>	
	<b>TOTAL</b>	<b>384.592</b>	<b>177.334.807</b>					
SEM. GIRASOL	Francia	34.230	14.969.071	SEM. GIRASOL	Francia	5.177	2.259.922	
	China	3.238	5.289.803		Otros	312	984.893	
	Otros	2.522	3.207.479					
	<b>TOTAL</b>	<b>39.991</b>	<b>23.466.353</b>		<b>TOTAL</b>	<b>5.490</b>	<b>3.244.815</b>	
SEM. LINO	Canadá	141	153.674	SEM. LINO	Portugal	104	37.662	
	Otros	496	443.535		Otros	27	25.209	
	<b>TOTAL</b>	<b>638</b>	<b>597.210</b>		<b>TOTAL</b>	<b>131</b>	<b>62.871</b>	
SEM. SÉSAMO	Guatemala	300	522.786	SEM. SÉSAMO	Francia	30	100.245	
	Egipto	213	333.858		Otros	55	123.366	
	Otros	582	965.698					
	<b>TOTAL</b>	<b>1.096</b>	<b>1.822.341</b>		<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>223.611</b>	
SEM. ALGODÓN	Turquía	24	46.912	SEM. ALGODÓN	Portugal	33	9.725	
	Otros	0,11	249		Otros	2	9.551	
	<b>TOTAL</b>	<b>24</b>	<b>47.161</b>		<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>19.276</b>	
SEM. COLZA	Francia	4.256	1.460.874	SEM. COLZA	Argelia	73	37.201	
	P. Bajos	2.648	778.613		Otros	15	54.906	
	Otros	2.565	859.950					
	<b>TOTAL</b>	<b>9.470</b>	<b>3.099.437</b>		<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>92.107</b>	
SEM. CÁRTAMO	Rusia	22	10.695	SEM. CÁRTAMO	Portugal	85	34.576	
	Otros	0,12	1.968					
	<b>TOTAL</b>	<b>22</b>	<b>12.663</b>		<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>34.576</b>	

## Jabones

JABÓN DE TOCADOR	Alemania	505	2.664.795	JABÓN DE TOCADOR	R. Unido	1.055	1.329.010
	Francia	427	950.581		Portugal	677	1.104.412
	Turquía	277	304.257		Sudáfrica	454	592.806
	Colombia	237	445.639		Alemania	447	617.289
	Otros	973	7.800.296		EEUU	369	545.204
	<b>TOTAL</b>	<b>2.420</b>	<b>12.165.567</b>		Otros	877	2.695.619
				<b>TOTAL</b>	<b>3.883</b>	<b>6.884.340</b>	
JABÓN EN POLVO, COPOS O GRANULOS	Portugal	234	415.637	JABÓN EN POLVO, COPOS O GRANULOS	Portugal	396	567.813
	P. Bajos	138	290.841		Argelia	221	474.521
	Otros	474	1.100.342		Otros	1.021	1.458.405
	<b>TOTAL</b>	<b>846</b>	<b>1.806.819</b>		<b>TOTAL</b>	<b>1.621</b>	<b>2.500.739</b>



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

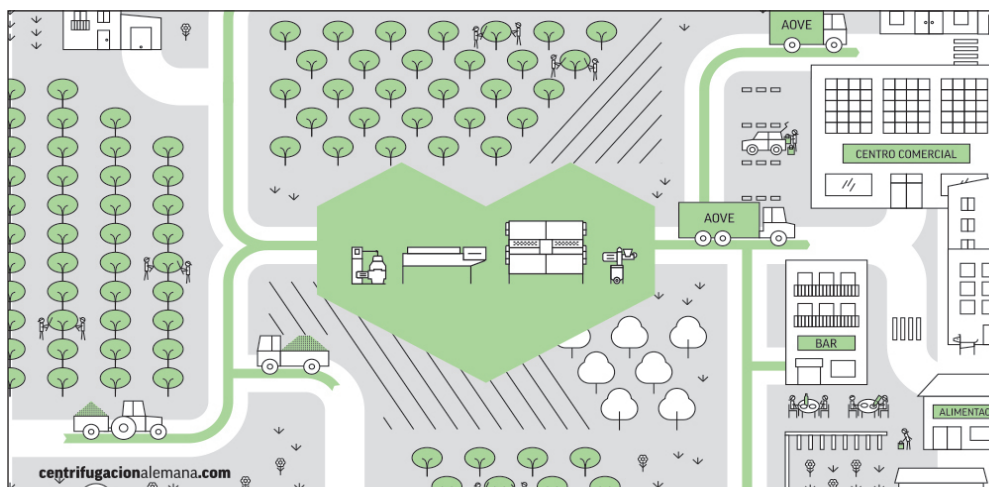
tra, ecológico, oliva, otros tipos de aceites y marcas blancas. Se señala, en cada envase, el precio más bajo y el más alto expuesto en los lineales. Las ofertas se señalan con: (Of.)  
Ultima revisión de precios: 18 de junio de 2021.

### *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.
La Española	25,95	16,99	14,97 (3 l.)	3,99/4,59	4,99	3,99
La Española Gran Selección					4,18	5,63/5,99 (Gourmet)
La Gramanosa						12,00
La Guijarrera						8,95
La Guijarrera Coupage			18,75 (lata 3 l.)			6,00
La Laguna de Fuente de Piedra		14,95 (2, 5 l.)	4,48	6,25	5,95	6,50 (lata)
La Maja					8,00	17,50
La Manzareña						6,00 (lata)
La Masía		21,58	7,99 (3 l.)	4,76	3,99	
La Niña de Mis Ojos					9,75	
La Solana2						11,45 (lata)
Las 7 Encinas Arbequina/Picual						8,50
Ladrón de Guevara						9,50
Lectus	41,75				10,00	9,50
Leoncio Gómez			13,50 (lata 2,5 l.)		8,00	5,00 (lata)
Lérida	57,00			15,00		8,14
Lérida 1ª Cosecha						13,30
Lordina						13,00
Lorietta		40,00 (vidrio)	12,00 (3 l.)	5,15 (lata)	5,00	3,00
Los Carrizos			23,90 (lata 2,5 l.)			5,50 (lata)
Luque	40,00		38,50 (lata 3 l.)	5,60/5,95	10,10 (lata)	5,50
Maestros de Hojiblanca		29,50	15,95 (3 l.)	6,30		3,48/3,95
Maeva		12,99	10,06 (3 l.)	3,75		
Maimona	28,00 (lata)				4,69	3,00
Mantua Carpetana						7,29/7,44
Marqués de Griñón						14,53
Marqués de Griñón DUO						7,44
Marqués de Valdueza						16,90
Martínez Garrica C. Temprana					16,15	
Mas Tarrés						9,80
Masía El Altet High Quality / Premium						11,75
Masterchef Arbequina/Picual						11,99
Melgarejo Selección / Delicatessen						12,50
Melgarejo Frantoio						12,00
Merula	39,00		28,00 (lata 2,5 l.)			8,00 (lata)
Molino de S. Nicolás y S. Esteban						11,00
Molino de Segura		16,99			3,99	4,35
Molino de Segura Selec. Noviembre						4,35
Molino de Zafrá	30,00 (vidrio)				8,50	2,00 (0,25 ml.)
Montebrione					8,00	
Monteconsuegra						5,00
Montón Alto Cornicabra/Coupage						9,00
Mueloliva	23,45	25,95			4,95	
Muñoz	29,00					
Nobleza del Sur						16,00
O-Med						13,95
Odoliva					5,50	3,90
Odoliva 1er Día de Campaña					11,50	6,00
Old Fargus				79,00		
Oleastrum					8,32	3,05 (0,25 ml.)
Oleaurum					8,32/8,85	7,79
Oleaurum Les Garrigues					8,66/8,85	
Oleaurum Verd					8,66	
Oleaverum					23,00	11,00
Olei						14,50
Oleocazorla	27,99	27,22		6,99 (lata)		6,94 (jarra)
Oleoestepa	26,00	23,98	23,95 (2,5 l.)	4,98/4,99	6,85	5,45 (lata)
Oleoestepa (monovarietales)	34,30		18,00 (lata 2,5 l.)		8,06	
Oleoquiros						5,50
Oleum Flumen						15,00
Oleum Summ						15,00
Oleum Viride Devota & Lomba					12,00	
Oleura						8,70
Oli Mas D'en Gil						9,00
Oli Priorat					6,50 (0,25 l.)	10,00
Oli Silla						8,20/10,95
Olicatessen			25,50 (lata 2,5 l.)			11,00
Olimendros Coupage					5,65	4,54
Olivar de la Luna	35,00		23,00 (lata 3 l.)	11,00 (lata)		11,00
Olivar de Segura	35,11	25,54	7,97	5,28		7,84
Oliver Petit Gourmet						4,79 (0,25 l.)
Olivo de Cambil	35,46				7,48	4,79
Orobaena					7,48	
Oro Bailén Reserva Familiar			35,65 (lata 2,5 l.)			10,95
Oro Bailén Arbequina						9,00/10,95
Oro de Cánava				9,80	8,00	7,85
Oro de Génave Premium						5,00 (lata)
Oro de Genave					4,96/5,45	5,00 (lata)
Oro del Desierto	46,50			11,50 (lata)		8,50
Oro San Carlos						8,50
Oro Virgen		24,99			4,64/4,74	3,20
Padilla 1808	50,00			7,00 (lata)	13,00 (lata)	
Pago de Quiros						12,50 (lata)
Pagos Baldíos S. Carlos						8,90
Palacio de los Olivos						8,80
Parqueoliva	27,95		14,40 (lata 2,5 l.)		7,00	12,50



MARCA	LATA 5 L.	ENV. 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA 1 L.	CRISTAL 3/4 L.	CRISTAL 1/2 L.
Pepa y El Olivar						18,50
Picualia			15,50 (lata 2,5 l.)			10,00
Puesolé						12,95
Quinto del Mancho						5,00
R. Lencina					6,00	
Reales Almazaras	41,25				6,85/7,10	5,00
Rihuelo						8,50
Rincón de la Subbética						17,50
Románico	40,00/43,09		24,20 (lata 3 l.)			4,396,88
Románico Esencia						4,29
Sahita						10,00
Santobastian						8,50
Señorío de Jaén						17,95
Señorío de Segura	25,00		17,30 (lata 3 l.)		4,46	4,00 (lata)
Señorío de Segura Premium						6,00
Señorío de Vizcántar	25,00		9,65 (2,5 l.)	7,60 (lata)	5,75	
Señoríos de Relleu						15,50
Sierra de Cazorla	34,00				6,00	10,99
Sierra de Gata					5,80	6,15
Sierra de Nambroca				11,00		5,55 (lata)
Sierra Las Villas					5,00	
Soleae Manzanilla cacereña / Ocal						12,00
Solivellas					7,25	14,50
Sombra						19,00
Sotaroni					7,00	
Supremo Picual/Arbosana						13,90/14,00
Tagornar						9,00
Thuelma	21,50		13,60 (lata 3 l.)		5,00	3,50
Tierra y Alma						11,00
Tierras Andaluzas					8,00	
Tierras de Jaén						6,99
Tierras de Tavera			18,00 (lata 2,5 l.)	7,00 (lata)		5,50 (lata)
Toletum			37,00 (cristal 3 l.)			5,00
Torre Luna						8,00
Torre Real Arbequina						7,70
Torres Eterno						24,00
Torres Silencio			21,50 (lata 2,5 l.)			8,30
Trespuestas Viejo					5,40	
Tucioliva						7,50
Tucioliva Gran Selección					11,72 (0,70 l.)	5,95
Unió	29,89	29,89	20,00 (lata 3 l.)	11,00 (lata)	9,46	
Unioliva	29,89		21,50 (lata 3 l.)	8,00 (lata)	5,30 (lata)	4,40 (DOP)
Val de Xálima						5,95
Valderrama Arbequina				12,50		8,70
Valderrama Grand Cru					15,00	
Valderrama Hojiblanca				11,00		8,00
Valderrama Ocal				12,50		11,60
Valderrama Picudo				12,50		9,00 (lata)
Valdueña					6,00	
Vallejo					5,00	3,00
Venta del Barón						13,90/14,09
Verde Mágina Picual						2,89
Verde Salud				8,90 (lata)		
Verde Segura			9,39			
Vetonia						5,00
Vía Augusta						16,00
Viana	23,00	35,31 (vidrio)	11,40 (lata 2,5 l.)		7,00	
Ybarra	15,95	14,95		4,34	4,28	
Ybarra Gran Selección					4,39	
Ybarra Olivares Centenarios/Jóvenes/Tradicionales				4,07	3,63	
Yo, verde						13,00



EN EL  
CORAZÓN  
DEL ACEITE





## 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](mailto:info@sagazextra.com)

## SE VENDE

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

Más información: **958 463 046**

## SE BUSCA

Almazara provincia Tarragona busca maestro de almazara para integrarse en el equipo de molino. Trabajo para todo el año, incorporación inmediata. Maquinaria GEA-Westfalia Separator. Mínima experiencia 5 años en puesto similar.

Más información: **630 825 235**

## VENDEMOS

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

Más información: **639 662 170**

## SE BUSCA COMERCIAL

Empresa líder del sector en intermediación comercial de aceites de oliva a granel busca comercial con 10 años de experiencia para visitar almazaras y negociar directamente con la gerencia o propiedad. Condiciones óptimas de trabajo.

Interesados, dirigirse a : Sr. Carlos Mejías  
**635 726 100 • carlos@meditasoil.com**

## SE VENDEN

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

Teléfono: **625 683 192**

## SE VENDE

Diverso material de laboratorio.

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

## VENDEMOS

Decánters usados de distintas marcas en buen estado de funcionamiento.

Más información: **630 900 805**

## SE VENDEN

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

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

## SE VENDE

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

Teléfono: **680 714 391**

## SE BUSCA

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

Se requiere ser autónomo o con empresa propia.

Teléfono: **661 500 154**

## SE VENDEN

Decánters de 2º uso reparados y sin reparar.

Teléfono: **680 690 618**

## SE VENDE

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

Interesados, llamar al **957 600 150**

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

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

## ¿Quieres impulsar la venta *on line* de tu AOVE a nivel internacional?

ICEX España Exportación e Inversiones ha abierto una nueva convocatoria de su servicio de Consultoría ICEX *eMarketServices* enfocado a facilitar a las empresas españolas la elaboración de un plan estratégico de venta *on line* internacional personalizado, con la ayuda de consultores expertos en comercio electrónico y la garantía del conocimiento en materia exportadora de este organismo.

Este servicio se engloba dentro del programa *eMarketServices* de ICEX, cuyo objetivo es facilitar a las pymes la internacionalización a través del comercio electrónico, y especialmente a través de marketplaces.

“Tras el éxito de la primera convocatoria, donde se presentaron casi 300 empresas al proceso de selección, queríamos abrir una nueva edición para seguir apoyando en la elaboración de sus estrategias en el canal digital a más empresas españolas y aumentar así el

número de compañías que venden *on line* en mercados exteriores”, ha señalado el director de Desarrollo Digital de ICEX, Jorge Andreu.

La consultoría, prestada por un equipo de expertos en comercio electrónico internacional, realiza inicialmente un completo análisis y evaluación de las capacidades de la empresa en cada uno de los aspectos críticos. Con la información recabada se elabora, de forma completamente personalizada, un plan estratégico de venta *on line* internacional, que establece las líneas estratégicas y las acciones concretas a acometer, incluyendo plataformas recomendadas y la estimación total de costes de todo el proceso. Una ayuda que, según ICEX, ahorra tiempo y dinero a las compañías al minimizar los riesgos de una salida al exterior.

En esta nueva edición, las horas de consultoría a medida han aumentado un 20% hasta lle-

gar a las 147, e incluyen unas horas finales tras la entrega del plan para solucionar dudas concretas sobre aspectos necesarios para acometerlo. Por ellas, las empresas pagarán 1.000 euros -impuestos incluidos-, si bien el servicio está valorado en más de 10.000 euros.

El servicio, cuyo plazo para preinscribirse finaliza el 2 de julio, se dirige a empresas que fabriquen, produzcan o comercialicen productos o marcas españolas, con más de tres años de actividad, experiencia internacional o en e-commerce y capacidad económica suficiente para hacer frente al proceso de internacionalización *on line*.

Para otorgar aún una mayor fiabilidad a las conclusiones de los expertos, el servicio estará auditado por otra consultora, que, junto con el equipo de *eMarketServices* de ICEX, velará por la correcta ejecución del servicio.

[www.emarketservices.es](http://www.emarketservices.es)



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

¡Más de **31.000.000**  
de visitas al año!

## Calendario de Ferias y Eventos en 2021

### 1 Julio 2021

- ☞ Del 7 al 8 de julio  
**LUXE PACK SHANGHAI**  
Shanghai (China)  
Maria.VERIGINA@infopro-digital.com  
www.luxepackshanghai.com
- ☞ Del 8 al 11 de julio  
**BIOCULTURA BARCELONA**  
Barcelona  
comunicacion@vidasana.org  
www.biocultura.org/barcelona
- ☞ 15 de julio  
**ENCUENTROS OLEOESTEPA:  
NUEVAS VARIETADES DE OLIVO Y  
ENSAYOS DE OLIVAR EN SETO**  
Estepa (Sevilla)  
oleo@oleoestepa.com  
www.oleoestepa.com
- ☞ Del 27 al 30 de julio  
**SEOUL FOOD AND HOTEL**  
Seúl (Corea del Sur)  
sfh-info@informa.com  
www.seoulfoodnhotel.co.kr

### 1 Agosto 2021

- ☞ Del 12 al 14 de agosto  
**VIETFOOD AND BEVERAGE**  
Ho Chi Minh City (Vietnam)  
vietfood@vinexad.com.vn  
www.hcm.foodexvietnam.com/en

### 1 Septiembre 2021

- ☞ Del 2 al 5 de septiembre  
**IRAN AGROFOODE**  
Teherán (Irán)  
info@fairtrade-messe.de  
www.iran-agrofood.com
- ☞ Del 6 al 7 de septiembre  
**SPECIALITY AND FINE FOOD FAIR**  
Londres (Reino Unido)  
sffteam@freshmontgomery.co.uk  
www.specialityandfinefoodfairs.co.uk
- ☞ Del 6 al 9 de septiembre  
**FINE FOOD AUSTRALIA**  
Sidney (Australia)  
finefood@divcom.net.au  
www.finefoodaustralia.com.au

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

# Agenda

El 29 de junio en formato *on line*

## FIMA Digital

El análisis de las tendencias de las variables y cómo influyen en la demanda de maquinaria agrícola constituirá la columna vertebral de la jornada de FIMA Digital, que tendrá lugar el próximo 29 de junio a las 18.00 horas y que contará con inscripción gratuita para los profesionales. Se trata de una sesión en la que se abordarán temas tan relevantes como la evolución del mercado, los precios y la producción o las ayudas a la compra de maquinaria, y que servirá para aportar contenido y calentar motores con vistas a la próxima edición de FIMA, que se celebrará en Zaragoza del 8 al 12 de febrero de 2022.

Esta jornada, con carácter telemático, se enmarca dentro de la plataforma Feria Zaragoza Digital, una nueva herramienta de difusión y comunicación que aboga por la digitalización y la tecnología como elementos con los que afrontar el presente y el futuro de los diferentes sectores que abarca.

En este caso, de la mano de FIMA Digital se pretende poner sobre la mesa aspectos tan importantes como la demanda de maquinaria y la situación actual de los precios y las producciones, que influyen en la decisión de los profesionales.

Para ello, el director de FIMA, Javier Camo, será el encargado de dar la bienvenida a los asistentes antes de aportar algunos datos que arroja la próxima edición del certamen, que será la número 42. Posteriormente, el director de Desarrollo de Negocio de Feria de Zaragoza, Alberto J. López, ejercerá de moderador del evento y dará paso al coordinador del área de Subdirección General de Análisis, Coordinación y Estadística del Ministerio de Agricultura,

Antonio Fuertes Fischer, quien ahondará acerca de los indicadores del sector agrario y la actual situación de los precios y las producciones.

Tras esta intervención, la segunda charla estará centrada en la evolución del mercado nacional de la maquinaria agrícola y correrá a cargo del redactor jefe de Agricultura en el Grupo Interempresas y experto en esta materia, Ángel Pérez; mientras que la tercera ponencia será acerca del "Análisis de las convocatorias de ayudas a la inversión de maquinaria agrícola" y estará impartida por el secretario general de Ansemat, Ignacio Ruiz.

Según sus organizadores, con esta sesión se pretende poner sobre la mesa algunos aspectos decisivos a la hora de conocer cómo se desarrolla la demanda de maquinaria agrícola en España y los distintos mercados y su evolución. En definitiva, "un tema muy importante para los profesionales que, cada vez más, están interesados en maquinaria y productos más eficientes, sostenibles, rentables y respetuosos con el medio ambiente", han asegurado.

Con esta jornada, FIMA contribuye a aportar valor y conocimiento a un sector que ha centrado su actividad en I+D+i, con procesos cada vez más complejos y digitalizados, de manera que puedan dar respuesta a todas las necesidades.

A falta de ocho meses para su celebración, el equipo de Feria de Zaragoza trabaja para que las instalaciones feriales aragonesas sean un auténtico hervidero de profesionales de todo el mundo ávidos de conocer las últimas novedades que ofrece el mercado.

[www.feriazaragoza.es](http://www.feriazaragoza.es)

## FINANCIACIÓN

# SER LOS PRIMEROS EN APOYARTE



## AgroBank

# Somos conscientes del valor de las materias primas



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



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