



información | aove | olivar

Mercacei

semanal

MERCACEI, PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA A LA COMUNICACIÓN

Editorial

Grupo Sovena entra en el mercado chileno
pág.12

Consejos para cumplir la Ley de la Cadena Alimentaria
pág.13

Cruzcampo recoge la cuarta cosecha de cebada cultivada entre olivos
pág.14

El ferry *Cecilia Payne* acercará el aceite de oliva a los viajeros de la ruta Denia-Ibiza-Palma
pág.18

Avanzan en el desarrollo de un bioplástico para fabricar componentes de automoción y mobiliario urbano
pág.23

Almazaras de la Subbética confirma su hegemonía en la edición 2019/20 de World's Best Olive Oils
pág.24

Los zumos bellos

Por Pandora Peñamil Peñafiel

Dicen que la belleza es subjetiva, pero yo suscribo las palabras del escritor suizo Henry F. Amiel: “mira dos veces para ver lo justo; no mires más que una vez para ver lo bello”. Porque a menudo lo bello se reconoce de manera fulminante, a primera vista. Todos los años por estas fechas empiezo a cuestionarme este tema una y otra vez. Algo tendrá que ver que celebramos el concurso internacional EVOOLEUM Best Packaging Awards, en el que nos pasamos una mañana entera hablando sobre AOVE y belleza. Los contertulios no pueden ser más acertados para disertar largo y tendido acerca de este tema. Ni más ni menos que el jurado seleccionado específicamente para estos premios al mejor packaging de aceite de oliva virgen extra: el afamado diseñador de moda Ángel Schlesser; el chef y restaurador Javier Bonet, creador de espacios de referencia en Madrid como Sala de Despiece; la directora de estilismo y responsable de comunicación Ana López de Letona; la periodista y blogger Teresa de la Cierva, miembro de la Real Academia de Gastronomía; la socia fundadora y directora de la Escuela de Cocina TELVA, Sesé San Martín; la empresaria e influencer Cayetana Vela, creadora de LuxuryComm, la primera empresa de lujo digital de España, y del blog *Miss & Chic*; el interiorista y decorador Pepe Leal; y, como invitada de honor en esta edición, la guionista y directora de cine Isabel Coixet.



Es cierto que algunos de ellos prefieren que el envase les informe visualmente de que contiene un AOVE; otros valoran más la sutileza, el acto de leer entre líneas, el juego de lo que parece y resulta no ser. Pero, si hay algo que les une, es la belleza natural de este alimento. Todos ellos, por unanimidad, contemplan sin palabras como el producto se vierte desde su elegante, original o sobrio packaging. Las distintas tonalidades verdes,

los aromas a alcachofa, tomatera, ciruela, cítricos e, incluso, vainilla, les imponen más que una tipografía con *stamping* dorado.

Sin embargo, la tarea que se les ha encomendado es juzgar sin probar, como los niños pequeños que pueden mirar pero no tocar hasta que no hayan terminado los deberes. De ese ejercicio de contención surgen anualmente los 9 -o a veces 10 cuando toca algún *ex aequo*- AOVes más bellos del mundo (ver pág. 6), que este año se han repartido entre España (5 de 9), Portugal (2), Italia (1) y Marruecos (1). Tenemos envases de porcelana, cuero, aluminio, papel poroso de seda e, incluso, una botella en forma de globo terráqueo. Y es que la imaginación de los productores de AOVE no tiene límites, tanto como su vocación de producir zumos de una calidad suprema. Sus envases son los trajes con los que presentan al mundo su cosecha, sus noches sin dormir, el barro de sus botas al salir al campo en pleno diluvio... El mundo es para los que arriesgan y, en ese plano, los productores deberían, por derecho, comérselo entero.

ALTA EFICIENCIA ENERGÉTICA

LAS PIEZAS SOMETIDAS AL DEGASTE ESTÁN REVESTIDAS CON MATERIAL ANTIDEGASTE

ARRANQUE GRADUAL MEDIANTE INVERTER

AISLAMIENTO DEL TERRENO MEDIANTE SOPORTES ANTI-VIBRADORES



DECANTER SERIE SPI, LA SERIE MAS VENDIDA EN EL MUNDO

Decanter SPI 888, entre las líneas de mayor capacidad productiva en el mercado. Alta producción y Máxima calidad.

GRUPPO **PIALISPI** INNOVADORES POR FADON www.pialisi.com

“Patrocina la Noticia de la Semana”

“*La Matilla, El Tesor y Bona Furtuna*, ganadores de los EVOOLEUM Packaging Awards 2020”

pág.6

DISFRUTA DEL
VERANO CON
LAS GUIAS
MERCAGEI



PIDE AHORA
LAS 3 GUÍAS
POR SÓLO

45€

(gastos de envío
incluidos para España)





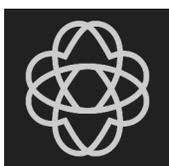
Fundadora:
M. Dolores Peñafiel Fernández

Corresponsales:
BADAJOZ: Miguel Verdasco
CÓRDOBA: Juan Morales Navas
JAÉN: Hermanos Garrido Garrido
COM. VALENCIANA: Miguel Pérez
SEVILLA: José María Puerto Castro
SIURANA, LES GARRIGUES y BAJO
ARAGÓN: Raimon Masip San
Emeterio

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 de la Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas.



sumario

1	Editorial
4	Sumario
5	Análisis de Mercado
6	EVOOLEUM Packaging Awards
8-12	Mercado
	• Empresas
13	Actualidad
	• Ley de la Cadena Alimentaria
	• Turismo
	• Agronomía
	• Jornadas
	• Formación
	• I+D+i
	• WBOO
27	Precios al Detall
28	Anuncios Breves
29	Agenda

Lanzamientos

Los 50 chefs de las aceitunas de España reunidos en un recetario



La suma de la creatividad, la constancia, el conocimiento y la experiencia de los 50 chefs participantes en *#ElRetoDeLaAceituna* ha hecho posible que hoy, todo aquel que lo desee, tenga a su disposición un recetario digital de autor con una colección de medio centenar de platos listos para formar parte de las cartas de los mejores restaurantes, según ha informado la Interprofesional de la Aceituna de Mesca (Interaceituna).

De la tapa al postre, se trata de 50 posibilidades para una excelencia local, sostenible y social que brindan las aceitunas de España a la gastronomía del siglo XXI.

Esta iniciativa se enmarca en la campaña puesta en marcha por esta organización con el objetivo de consolidar la percepción de la aceituna de mesa. Según Interaceituna, la alta gastronomía española se ha situado a la vanguardia en la utilización de productos saludables, sostenibles, de proximidad y sociales. Fiel a esta filosofía, se ha sumado masivamente al reto planteado por la aceituna de mesa española.

Esta iniciativa se enmarca en la campaña puesta en marcha por esta organización con el objetivo de consolidar la percepción de la aceituna de mesa. Según Interaceituna, la alta gastronomía española se ha situado a la vanguardia en la utilización de productos saludables, sostenibles, de proximidad y sociales. Fiel a esta filosofía, se ha sumado masivamente al reto planteado por la aceituna de mesa española.

Esta iniciativa se enmarca en la campaña puesta en marcha por esta organización con el objetivo de consolidar la percepción de la aceituna de mesa. Según Interaceituna, la alta gastronomía española se ha situado a la vanguardia en la utilización de productos saludables, sostenibles, de proximidad y sociales. Fiel a esta filosofía, se ha sumado masivamente al reto planteado por la aceituna de mesa española.

Esta iniciativa se enmarca en la campaña puesta en marcha por esta organización con el objetivo de consolidar la percepción de la aceituna de mesa. Según Interaceituna, la alta gastronomía española se ha situado a la vanguardia en la utilización de productos saludables, sostenibles, de proximidad y sociales. Fiel a esta filosofía, se ha sumado masivamente al reto planteado por la aceituna de mesa española.





Aceite de oliva

Veraneo y picoteo en los mercados

Las salidas de aceite de oliva al mercado durante el noveno mes de la campaña de comercialización se situarían por encima de las 144.000 toneladas, un volumen que supone un récord mensual para un mes de junio, según los datos provisionales de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA).

El responsable de la Sectorial de Olivar y Aceite de UPA, Cristóbal Cano, ha resaltado que las salidas de aceite de oliva en junio suponen un nuevo récord de comercialización y significa que en los nueve meses de campaña se han vendido 1.125.000 toneladas, cifra superior a la producción de aceite de oliva a nivel nacional que, según la AICA, se sitúa en 1.120.568 t.

A su juicio, estas cifras representan “un argumento más de la injusta situación de bajos precios en origen y confirman lo que venimos defendiendo desde hace tiempo, que no hay un déficit estructural marcado por un hipotético desajuste entre la oferta y la demanda. Además, incide directamente en las previsiones de enlace de la UE y corroboran que tendremos que recurrir a volúmenes que disminuirán notablemente las existencias finales”.

Jaén

Mercado tranquilo con precios sostenidos y escasa demanda. La oferta, por su lado, intenta arañar en la medida de lo posible las cotizaciones. En este sentido, el lampante se establece a 1.650 €/t.; mientras que el virgen lo hace a 1.700/1.750 €/t.; el AOVE, a 1.900/2.000 €/t.; y el refinado, a 1.650/1.700 €/t.

Córdoba

Mercado muy tranquilo por ambas partes. Los buenos datos de salidas hacen que la oferta se muestre más firme en las cotizaciones. Continúa el picoteo de lampante, que se sitúa a 1.650/1.660 €/t. El virgen, por su parte,

Rosa Moliterno

Broker

Aceite de oliva a granel

952 603 030

rm@iberiadeaceites.com

Iberia de Aceites S.L.

cotiza a 1.750 €/t.; el virgen extra, a 1.900/2.000 €/t. -aunque sale algún zumo Premium por 2.250/2.300 €/t.-; y el refinado, a 1.680/1.700 €/t.

Sevilla

Otra semana de paralización total en la que se realizan escasísimas operaciones con el lampante ofertándose a 1.650/1.700 €/t., el virgen, a 1.700/1.750 €/t.; el AOVE a 1.900/2.200 €/t.; y el refinado, a 1.670/1.700 €/t.

Málaga

Algo de picoteo en un mercado que sigue mostrando muy poca operatividad. En este sentido, el lampante se establece a 1.650/1.670 €/t.; el virgen, a 1.750 €/t.; y el AOVE, a 2.000/2.050 €/t.

Castilla-La Mancha

Semana muy tranquila en cuanto a operatividad y movimiento de precios en un contexto en el que el virgen cotiza a 1.800/1.850 €/t.; y el virgen extra, a 2.000/2.100 €/t.

Tarragona y Lérida

Mercado sin operatividad en el que los AOVEs frutados con DOP Les Garrigues y Siurana repiten a 2.350 €/t.

Extremadura

Se repiten las cotizaciones una semana más con un mercado firme debido a los buenos datos de salidas. En este sentido, el lampante se establece a 1.625/1.650 €/t.; el virgen, a 1.700/1.750 €/t.; y el virgen extra, a 1.900/2.250 €/t.

Valencia

Mercado mantenido con un vendedor reticente, donde el lampante y el refinado repiten a 1.700 €/t.; el virgen, a 1.750 €/t.; y el AOVE a, a 1.900 €/t.

ALTA EFICIENCIA ENERGÉTICA

LAS PIEZAS SOMETIDAS AL DEGASTE ESTÁN REVESTIDAS CON MATERIAL ANTIDEGASTE

ARRANQUE GRADUAL MEDIANTE INVERTER

AISLAMIENTO DEL TERRENO MEDIANTE SOPORTES ANTI-VIBRADORES

DECANTER SERIE SPI, LA SERIE MAS VENDIDA EN EL MUNDO

Decanter SPI 888, entre las líneas de mayor capacidad productiva en el mercado.

Alta producción y Máxima calidad.

GRUPPO **PIERALISI** INNOVADORES POR PASIÓN

www.pieralisi.com



La Matilla, El Tesor y Bona Furtuna, ganadores de los EVOOLEUM Packaging Awards 2020

El AOVE sevillano *La Matilla*, de Aceites La Matilla, S.L.U.; *El Tesor*, de Set & Ros, S.L.; y el virgen extra siciliano *Bona Furtuna Heritage Blend*, de Bona Furtuna, Srl., han sido galardonados con la Medalla de Oro en las categorías Mejor Diseño AOVE Premium, Mejor Diseño Innovador y Mejor Diseño Gama Retail en los EVOOLEUM Packaging Awards 2020, organizados por Grupo Editorial Mercacei y la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO), el primer concurso del mundo consagrado a reconocer los mejores diseños de packaging en el que participan todos los zumos que concurren a los Premios Internacionales a la Calidad del Aceite de Oliva Virgen Extra (EVOOLEUM Awards).

Los EVOOLEUM Packaging Awards, cuyos resultados despiertan una inusitada expectación dado el carácter pionero de estos galardones, se dividen en tres categorías: Mejor Diseño AOVE Premium, Mejor Diseño Innovador y Mejor Diseño Gama Retail. El jurado de este año ha estado compuesto por el afamado diseñador de moda Ángel Schlessler; el chef y restaurador Javier Bonet, creador de espacios de referencia en Madrid como Sala de Despiece; la directora de estilismo y responsable de comunicación Ana López de Leona; la periodista y *blogger* Teresa de la Cierba, miembro de la Real Academia de Gastronomía; la socia fundadora y directora de la Escuela de Cocina TELVA Sesé San Martín; la empresaria e *influencer* Cayetana Vela, creadora de LuxuryComm, la primera empresa de lujo digital de España, y del blog *Miss & Chic*; la guionista y directora de cine Isabel Coixet; y el interiorista y decorador Pepe Leal.

Intermediario de aceite de oliva

Ramón Alcalá

607 628 997

administracion@origenia.com
Tel.: 957 49 85 90 // Fax: 957 24 51 55



imagen de marca, obra de Estudio Habermas, representa los valores principales de la firma: tradición, artesanía y calidad. Con un elegante y exclusivo lettering de caja alta y elevado contraste, la ilustración muestra un capacho -elemento único y diferenciador de su proceso de elaboración- y, en una segunda lectura, la letra O de olivo. La combinación entre la caja y la botella -realizada en cerámica como homenaje a un arte tradicional andaluz a la vez que aporta la opacidad necesaria para la perfecta conservación del producto- resulta "perfecta" a juicio del jurado, "con una elegante mezcla

de colores y texturas de carácter Premium". Un envase "innovador pero que a la vez posee la solera de un diseño rotundo, donde destaca el gran equilibrio y proporción del conjunto". La Medalla de Plata ha sido

concedida a *Del Olivo*, de HergaOliva, S.L.L., un zumo procedente del corazón de la Subbética cordobesa cuyo elegante diseño de packaging invita al consumidor a vivir una oleoexperiencia única que le traslada al origen de su esencia, la tierra donde se miman los olivares centenarios de los que procede, siguiendo una tradición transmitida de padres a hijos. En su valoración, el jurado destacó tanto la botella -"fascinante por su forma, color y textura"- como la caja -"es como ir descubriendo cosas hermosas que unidas están llenas de fuerza y transmiten algo muy exclusivo"; así como la hoja blanca de papel -"maravillosa, hasta eso está cuidado"- y la rotundidad que aporta el nombre, *Del Olivo*, "sin rodeos".

Finalmente, la Medalla de Bronce en esta categoría ha recaído en el coupage de picual y manzanilla sevillana *FR Premium*, de Fernando Ruiz AOVE, un virgen extra temprano de edición limitada elaborado durante el primer día de cosecha en octubre a partir de frutos que son recolectados al amanecer. La lujosa botella World, que aloja el producto estrella de su catálogo, es, a juicio del jurado, "la definición estética de un producto Premium. No hace falta verlo por segunda vez para saber que nos hallamos ante un elemento destinado a un público exigente y caprichoso que se ha creado para diferenciarse".



Mejor Diseño Premium

En la categoría de Mejor Diseño AOVE Premium, el vencedor ha sido *La Matilla*, de Aceites La Matilla, S.L.U., un virgen extra sevillano de producción limitada y artesanal cuyo diseño de packaging e





Mejor Diseño Innovador

En la categoría Mejor Diseño Innovador, *El Tesoro*, el tesoro mejor guardado de Set & Ros, S.L., una empresa tarraconense que practica la agricultura ecológica en los olivos que crecen en el prelitoral mediterráneo, entre el mar y la Serra de Jordà, se ha alzado con la Medalla de Oro. Se trata de un exclusivo AOVE diseñado para ser ofrecido como amenity en hoteles y resorts de lujo que obtuvo el primer puesto en la edición 2018 de The Dieline Awards. Su packaging efímero debe ser destruido para disfrutar de su contenido, creando una pieza muy especial que sirve para narrar una historia que perdure en la memoria de sus afortunados poseedores. El molde que contiene el frasco de vidrio de 50 ml., una pasta de papel totalmente ecológica que transmite rugosidad, se creó a partir de una pizarra original de los terrenos donde crecen los olivos, y en su interior encontramos un papel de seda brillante, liso y de tonos dorados. En la botella figura enroscado un librito explicativo con una goma de caucho que enfatiza la idea de tesoro utilizando un mapa topográfico de la zona que marca las diferentes fincas a modo decorativo. Un packaging “simplemente espectacular” que, según el jurado, “aporta guiños de modernidad pero sin perder la visión de un envase clásico de aceite, con una caja alucinante y un papel arrugado que invita a descubrir ese frasco tan elegante”.

Realizado por Cabello x Mure, el diseño de *Finoli & Panoli*, de la empresa Soleil Fruits de la Terra (Lleida), ha conquistado la Medalla de Plata en esta categoría. Dos AOVes ecológicos muy diferentes -uno



más suave y otro más intenso- que hacen referencia a dos formas de ser: mientras que *Finoli* representa la exigencia, la calidad e incluso el elitismo, *Panoli* es todo lo contrario,

transmitiendo sencillez, honestidad e incluso cierta inocencia. Mediante el sentido del humor y el surrealismo, el estudio ubetense trabajó en una línea gráfica que transmitiera ambas posturas y el resultado, en opinión del jurado, “no deja a nadie indiferente, y eso es realmente innovador. Posee un guiño de humor muy bien resuelto, con una etiqueta divertida y repleta de detalles curiosos. El formato y los colores están muy bien empleados, el tapón combina muy bien y su carácter ecológico le aporta un plus”.

LEONARDO D'ERRICO
610 78 51 92

Intermediación de Aceites de Oliva
Nuestra estrategia la confianza

ACEITES TUCCITANOS

T. 953 301100 - info@aceitestuccitanos.com

Por último, *Lúisa Pato Quinta do Ribeirinho*, de la empresa M&LPato, Lda., en la región portuguesa de Bairrada, procedente de olivos centenarios de la variedad galega, ha obtenido la Medalla de Bronce gracias a un diseño “muy limpio y sobrio” desarrollado por el Departamento de Diseño de la Universidad de Aveiro cuya botella “recuerda a un licor Premium asiático, con un envase bien resuelto y muy innovador”, según la valoración del jurado.



Mejor Diseño Gama Retail

Finalmente, en la categoría Mejor Diseño Gama Retail el triunfador fue el AOVE 100% orgánico *Bona Furtuna Heritage Blend*, de Bona Furtuna, Srl., un coupage de las variedades biancolilla centinara, giarrafra, tonda iblea, nocellara del Be-



lice y cerasuola procedente de olivos de hasta un siglo de antigüedad situados en la región de la montaña Sicani, en la base de Monte Barraù y Monte Castro, a pocos kilómetros de Corleone (Sicilia). Su packaging, en opinión del jurado, es “limpio y cómodo tanto en el diseño como en el formato, con una tipografía muy acertada y un estuche que le permite diferenciarse en el lineal o en la sala de un restaurante”.

La Medalla de Plata ha reconocido el diseño del AOVE marroquí *Huile Bleue de Marrakech*, de Huile Bleue, SAS, procedente de un excepcional terroir ubicado



en las llanuras de Marrakech perfectamente adaptado al cultivo del olivo gracias a sus condiciones edafoclimáticas, con no menos de 300 días de sol al año. Elaborado a partir de aceitunas verdes recogidas a mano y molturadas en las siguientes 24 horas, su formato, según la valoración del jurado, “es comodísimo para un uso frecuente, mientras que su cautivador diseño te transporta de inmediato a los colores y sabores de Marrakech”.

Otro virgen extra portugués, *Moura Barrancos Lote Seleçãõ*, de la Cooperativa Agrícola Moura e Barrancos (CAMB), un AOVE de edición limitada (máximo 5.000 botellas) presentado en botella de vidrio oscuro de 500 ml., ha sido premiado con la Medalla de Bronce en

esta categoría merced a un “formato divertido y juguetón que incita a co-gueterlo, al tiempo que conserva un toque elegante a través de la etiqueta gracias al color, el stamping y la tipografía elegidas”.



*Aceites de oliva*

		EUROS/T. SEMANA 13/19 julio '20 (Cierre día 9 julio '20)	EUROS/T. SEMANA 20/26 julio '20 (Cierre día 16 julio '20)
JAÉN	ANDALUCÍA	€/t.	€/t.
	Lampante, base 1º	1.650	1.650
	Virgen	1.700/1.750	1.700/1.750
	Virgen extra Refinado	1.900/2.000 1.650/1.700	1.900/2.000 1.650/1.700
CÓRDOBA	Lampante, base 1º	1.650/1.670	1.650/1.660
	Virgen	1.750/1.800	1.750
	Virgen extra	1.900/2.000	1.900/2.000
	Refinado	1.680	1.680/1.700
SEVILLA	Lampante, base 1º	1.650/1.700	1.650/1.700
	Virgen	1.700/1.750	1.700/1.750
	Virgen extra	1.900/2.200	1.900/2.200
	Refinado	1.670/1.700	1.670/1.700
GRANADA	Lampante, base 1º	1.650	1.650
	Virgen	1.700/1.750	1.700/1.750
	Virgen extra	1.900/2.000	1.900/2.000
MÁLAGA	Lampante, base 1º	1.650	1.650/1.670
	Virgen	Sin oper.	1.750
	Virgen extra	2.000/2.050	2.000/2.050
ARAGÓN	ARAGÓN		
	Virgen extra (DOP Bajo Aragón)	Sin oper.	Sin oper.
TOLEDO	CASTILLA-LA MANCHA		
	Virgen	1.800/1.850	1.800/1.850
	Virgen extra	2.000/2.150	2.000/2.100
LÉRIDA	Virgen extra (DOP Garrigues) frutado	2.350	2.350
	Virgen extra (DOP Garrigues) dulce	Sin oper.	Sin oper.
TARRAGONA	Virgen extra (DOP Siurana) frutado	2.350	2.350
	Virgen extra (DOP Siurana) dulce	Sin oper.	Sin oper.
ALICANTE	COMUNIDAD VALENCIANA		
	Lampante, base 1º	1.700	1.700
	Virgen	1.750	1.750
	Virgen extra Refinado	1.900 1.700	1.900 1.700
BADAJOS	EXTREMADURA		
	Lampante, base 1º	1.625/1.650	1.625/1.650
	Virgen Virgen extra	1.700/1.750 1.900/2.250	1.700/1.750 1.900/2.250

* 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

Grupo **AGROISA**

INMECAL **ITB** IntecBIO

CDTI Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial

PYME INNOVADORA

agroisa

tratamiento y adecuación postcosecha del fruto

Camara

agrosisa.com

AGROISA.COM | info@agrosisa.com



Aceites de orujo

EUROS/T.
SEMANA
13/19 julio '20
(Cierre día 9 julio '20)

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

SEVILLA

ANDALUCÍA

	€/t.	€/t.
Refinable, base 10°	600	600
Refinado, winterizado, a granel, sobre origen	900/920	900/920

Aceites de semillas

SEVILLA

ACEITE DE GIRASOL

(Sobre origen a granel)

Crudo 710/720 710/720

Refinado 800 800

ACEITE DE SOJA

(Sobre origen cisternas)

Crudo 715 715

Refinado 760 760

ACEITE DE SEMILLAS

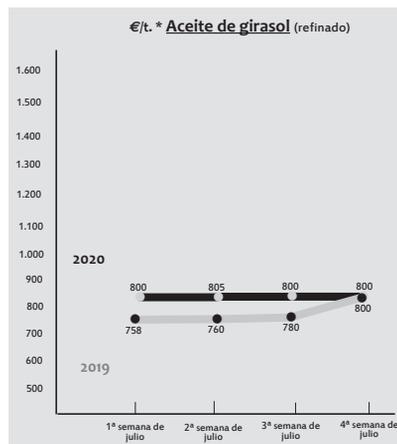
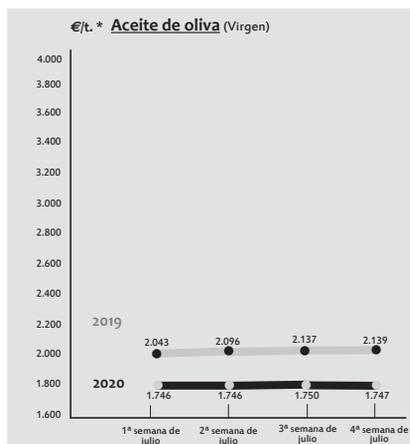
Refinado 800 800

Oleínas y Ácidos grasos

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

(Estos precios se entienden sin envase sobre fábrica).

Evolución mensual de los precios



EVOLEUM
WORLD'S TOP100
EXTRA VIRGIN OLIVE OILS

¿TODAVÍA NO TIENES ENTRE TUS MANOS
LOS 100 MEJORES AOVES DEL MUNDO?
COMPRA TU GUÍA EVOOLEUM 2020
www.evooleum.com/guia

(* Media ponderada a nivel nacional).



Aceites y Grasas industriales

	EUROS/T. SEMANA 13/19 julio '20 (Cierre día 9 julio '20)		EUROS/T. SEMANA 20/26 julio '20 (Cierre día 16 julio '20)	
	€/t.		€/t.	
MADRID				
BARCELONA				
	SEBO FUNDIDO	s/c	SEBO FUNDIDO	s/c
	SEBO FUNDIDO	s/c	SEBO FUNDIDO	s/c
	SEBO FUNDIDO, Extra-fancy	648	SEBO FUNDIDO, Extra-fancy	650
	SEBO FUNDIDO, Fancy	635	SEBO FUNDIDO, Fancy	620
	GRASA ANIMAL 3° (origen)	670	GRASA ANIMAL 3° (origen)	670
	GRASA ANIMAL 5° (origen)	660	GRASA ANIMAL 5° (origen)	660
	MANTECA DE CERDO 1°/3° (origen)	815	MANTECA DE CERDO 1°/3° (origen)	815
	ACEITE DE COCO (refinado)	1.159	ACEITE DE COCO (refinado)	1.170
	ACEITE DE LINAZA (refinado)	1.115	ACEITE DE LINAZA (refinado)	1.190
	ACEITE DE MADERA	4.720	ACEITE DE MADERA	4.720
	ACEITE DE RICINO	s/c	ACEITE DE RICINO	1.330
	ACEITE DE PATA DE BUEY	4.010	ACEITE DE PATA DE BUEY	4.010
	ACEITE DE PESCADO refinado	1.110	ACEITE DE PESCADO refinado	1.230
	GLICERINA BIDESTILADA	1.050	GLICERINA BIDESTILADA	1.050
	GRASA ANIMAL DE CORTEZAS DE CERDO < 5° (destino)	680	GRASA ANIMAL DE CORTEZAS DE CERDO < 5° (destino)	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.

GARRIDO HERMANOS, C.B.

*Agentes comerciales especializados
en aceites, grasas y derivados*

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



Mercado internacional

EUROS/KG. SEMANA 13/19 julio '20 (Cierre día 9 julio '20) EUROS/KG. SEMANA 20/26 julio '20 (Cierre día 16 julio '20)

ITALIA

IMPERIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	s/c	s/c
ACEITE DE OLIVA refinado	s/c	s/c
ACEITE DE ORUJO refinado	s/c	s/c
ACEITE DE CACAHUETE refinado	s/c	s/c
ACEITE DE GIRASOL refinado	s/c	s/c
ACEITE DE MAÍZ refinado	s/c	s/c
ACEITE DE SOJA refinado	s/c	s/c

(Precios por cisternas completas, pago contado, excluidos portes e IVA en la C. Comercio de Imperia)

NORTE DE PUGLIA & CALABRIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,30/3,40	3,30/3,40
ACEITE DE OLIVA refinado	1,80	1,80
ACEITE DE ORUJO refinado	1,05	1,05
ACEITE DE GIRASOL refinado	0,84	0,83
ACEITE DE MAÍZ refinado	1,08	1,08
ACEITE DE SOJA refinado	0,73	0,73
ACEITE DE CACAHUETE refinado	1,90	1,88

SUR DE PUGLIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,20	3,20
ACEITE DE OLIVA virgen	s/c	s/c
ACEITE DE OLIVA refinado	1,53/1,57	1,53/1,57

TÚNEZ

MARRUECOS

TURQUÍA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	1,80/1,90	1,80/1,90
ACEITE DE OLIVA virgen extra	2,40/2,60	2,60/2,90
ACEITE DE OLIVA refinado	1,74/1,78	1,74/1,78

GRECIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra Creta	s/c	s/c
ACEITE DE OLIVA virgen extra Peloponeso	2,28/2,35	2,35/2,40

(Precios facilitados por Olio Officina Magazine)

PRECIOS DEL SEGURO DE CAMBIO (16 de julio de 2020)

(Prima que se paga sobre el cambio del día)

	1 mes		2 meses		3 meses		6 meses	
	Compra	Venta	Compra	Venta	Compra	Venta	Compra	Venta
Corona noruega	168,47	218,57	346,87	386,07	538,67	613,17	1.103,87	1.218,37
Dólar canadiense	25,01	32,91	48,41	56,71	79,61	88,21	162,11	175,11
Dólar EEUU	23,40	26,70	43,50	46,90	71,70	75,20	133,30	140,30
Franco suizo	-5,18	-0,98	-8,08	-3,58	-13,28	-8,38	-24,58	-15,98
Libra esterlina	6,20	12,70	15,20	20,60	26,10	31,90	53,10	62,20
Yen japonés	-0,95	7,29	0,41	8,84	-1,29	7,45	-0,37	12,78

Euro

Peseta.....	166,386
Lira italiana	1.936,270
Escudo portugués	200,482
Dracma griego.....	340,750
Florín.....	2,204
Dólar.....	1,144
Dólar Canadá	1,552
Yen japonés.	122,25
Corona sueca	10,346
Corona checa	26,587
Libra esterlina.....	0,905
Franco suizo.....	1,078



Empresas

Grupo Sovena entra en el mercado chileno

Sovena, grupo portugués propietario de las marcas *Flor de Olivo*, *Soleada* y *Fon-tasol*, acaba de adquirir una participación del 24,61% de Soho SpA, el principal productor de aceite de oliva en Chile.

Jorge de Melo, CEO de Grupo Sovena, ha señalado que esta adquisición “es muy interesante para Sovena porque supone entrar en el mercado chileno. Sobre todo, si tenemos en cuenta que este país es un nuevo operador en el mundo del aceite de oliva y que produce un aceite de alta calidad, reconocido en todo el mundo”.

“Al entrar en este mercado con Soho, un productor estable y bien posicionado en el mismo, garantizamos los pilares que han sido la base de una estrategia eficiente en nuestro plan de expansión internacional, especialmente en América Latina y Estados Unidos”, ha subrayado De Melo.

El productor chileno Soho y Grupo Sovena comparten la misma visión y estrategia, ya que ambos están presentes en toda la cadena de valor y comercializan sus propias marcas. En este sentido, Juan Carlos Fabres Rivas, presidente de Soho, ha afirmado que “tenemos muchas cosas en

común con Sovena, desde valores y estilo, hasta estructuras de propiedad e, incluso, estrategias comerciales y de marca. Es importante unirse a un operador de esta envergadura, calibre y conocimiento para promover nuestra operación a otra escala cualitativa y comercial, y, así, juntos, hacer de Chile un nuevo centro de exportación de aceite de oliva”.

Con una facturación del orden de 15,5 millones de euros, que corresponden a 3,5 millones de litros de aceite, el productor chileno es la mayor empresa de aceite de oliva en el país con una participación directa e indirecta del 40%. Su estructura accionarial es familiar y emplea a 80 personas. Actualmente, cuenta con 220 hectáreas de plantaciones propias de olivos y un acuerdo para suministrar la producción de 450 hectáreas de plantaciones de sus socios, a través de exportaciones a Brasil, Estados Unidos y Alemania.

Por su parte, Grupo Sovena cuenta con más de 1.200 empleados y tiene presencia activa en más de 70 países. En 2019, el grupo alcanzó una facturación de 1.200 millones de euros después de haber comercializado más de 200.000 t. de aceite de oliva.

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	€/t.
(Estos precios son en origen)	
Maíz	177
Trigo panificable	215
Trigo forrajero (puerto destino)	207
Cebada cervecera	156
Cebada dos carreras	156
Colza (puerto destino)	262
Guisantes	245
Centeno	s/c
Harina de girasol (pellets)	190
Harina de girasol (alto proteico)	237

LA BOLSA DE CHICAGO

Habas de soja: La semana cerraba a 887,00 centavos de dólar por bushel; la última semana cerró a 894,75.

◆ Precios: Futuros agosto.

Harina de soja: 285,90 dólares por tonelada corta era el último precio de cotización al cierre de nuestra revista, mientras que la anterior indicaba 291,70.

◆ Precios: Futuros agosto.

Aceite de soja: Cerraba a 28,83 centavos de dólar por libra, desde la última cotización de 28,46.

◆ Precios: Futuros agosto.

Maíz: Terminó la semana a 325,75 centavos/bushel, habiendo comenzado a 348,25.

◆ Precios: Futuros septiembre.

FINIBUS

COMERCIO DE
ACEITE DE OLIVA
Y DERIVADOS

MIGUEL S. VERDASCO
CORREDOR

Móvil 0034 659 920 608
miguel@finibus.es



Consejos para cumplir la Ley de la Cadena Alimentaria

A finales de febrero, el Gobierno aprobaba el Real Decreto-ley 5/2020 por el que se lleva a cabo una modificación de la Ley de la Cadena Alimentaria relativa a mejorar la posición negociadora y a lograr el justo reparto de los costes generales. Esta norma incorpora, como cláusula obligatoria, incluir en los contratos la indicación expresa de que el precio pactado -entre el productor primario agrario o una agrupación de los mismos y su primer comprador- cubre los costes de producción. Al respecto, Juan Vilar Consultores Estratégicos detalla una serie de recomendaciones con el fin de que los operadores del sector oleícola cumplan con esta ley de forma adecuada.

Según remarca, en la actualidad existen una serie de confluencias de marcado carácter global que están ejerciendo su influencia en la cadena de valor de la agroindustria, desde el origen hasta el destino. Estas circunstancias podrían ser calificadas de endógenas -escala de las explotaciones, país de origen, precio de los insumos, evolución de la oferta, tendencias de demanda, etc.- o exógenas -política comercial entre países, fenómenos vinculados a la salud, evolución económica, etc.-, afectando a la renta percibida por los distintos eslabones de la cadena de valor.



Por este motivo, Vilar señala que el artículo 12 del Real Decreto-ley 5/2020, en su apartado tercero, obliga a los operadores de cada eslabón a que remuneren al anterior en el orden de la cadena, al menos con los costes de elaboración del bien o servicio, es decir, que cada eslabón ha de comprar al anterior por un precio superior o igual al coste de producción.

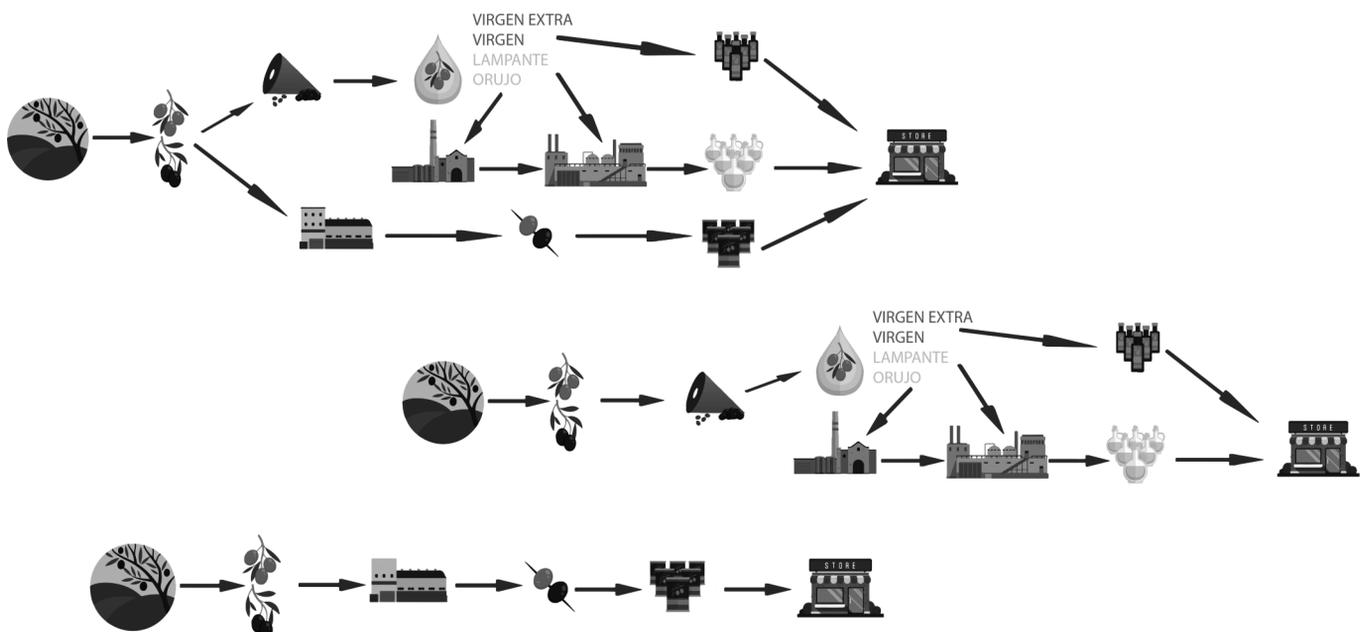
A su juicio, “el precepto resulta ser teóricamente razonable en su enunciado -al margen de otras valoraciones-, sin embargo requiere de un dato fundamental: exige conocer cuál es el coste real de producción para poder fijar con exactitud el precio de venta, coincida o no con el mercado por el mercado”.

Según Juan Vilar Consultores Estratégicos dicho matiz -por ejemplo, para la olivicultura

española- supone un difícil escollo, ya que cuenta con casi 600.000 explotaciones que suministran aceituna a más de 1.800 almazaras y más de 400 entamadoras, que compran un producto, cuyos costes de producción -en la mayoría de las ocasiones- son desconocidos por el vendedor, y así sucesivamente a lo largo de la cadena productiva hasta el lineal.

Para ello, considera que resulta necesario acotar el ámbito de influencia geográfico de la almazara o entamadora, bien sea cooperativa o industrial, y categorizar todas y cada una de sus parcelas proveedoras. Una vez categorizadas, aconseja calcular todos los costes necesarios en que se incurren, en primer término para la obtención de la aceituna y, posteriormente, para obtener el escandallo tanto en la elaboración de aceituna de mesa, como de aceite de oliva, y refrendarlo en un estudio o informe que recoja todas y cada una de las casuísticas implicadas.

De este modo, en su opinión, quedarían establecidos los precios mínimos a partir de los cuales se pueden realizar los intercambios comerciales de forma legal y evitando sanciones, a las que se alude en dicha normativa. “Esto salvaría la posición legal del vendedor, del productor y de quien procesa la aceituna, la almazara o entamadora, cumpliendo con la obligación legal preceptiva”, precisa.





Seralma-Verde, un nuevo servicio para el aprovechamiento de los subproductos del olivar

Seralma-Verde es el nombre del nuevo servicio que la Diputación Provincial de Jaén pone a disposición de los responsables de las almazaras y cooperativas de la provincia para el aprovechamiento de los subproductos del olivar.

El diputado de Agricultura, Ganadería, Medio Ambiente y Cambio Climático, Pedro Bruno, ha presentado esta línea de trabajo dedicada al asesoramiento técnico y económico para que la industria oleícola “pueda acometer sus proyectos con la mayor garantía de éxito, para encontrar la solución más viable a implementar, realizar los trámites correspondientes, cumplir con los plazos, solicitar los posibles incentivos, así como facilitar la búsqueda de socios”.

Las líneas de trabajo principales de este servicio serán el aprovechamiento de los restos de poda -sobre todo la fracción gruesa o leña- para la producción de astillas de calidad para fines térmicos u otros demandados por el mercado, como culinarios; la producción de compost a partir del orujo grasoso y húmedo, solo o bien con otros materiales como el es-

tiércol o restos de poda; el tratamiento y limpieza del hueso de aceituna para su empleo como biomasa para fines térmicos de acuerdo al estándar de calidad de *Biomassud*; y la obtención de biogás a partir de la digestión anaeróbica del orujo grasoso y húmedo, para el autoabastecimiento energético de la almazara.

Bruno ha precisado que algunas de estas líneas pueden ser más fáciles de implementar que otras porque requieren un menor esfuerzo inversor, pero ha puesto el acento en la necesidad de pensar soluciones “que permitan resolver el problema del orujo en las almazaras”.

“El sector oleícola en su conjunto se encuentra ante diferentes retos y quizá el más difícil sea la competitividad de nuestras almazaras y cooperativas. Por eso, una de las estrategias para alcanzarla puede ser la sostenibilidad, aprovechar los subproductos del olivar de manera que se puedan obtener ingresos o un ahorro en costes que contribuyan a esta merma de la rentabilidad de la industria. En definitiva, hacer nuestra industria oleícola más sostenible

desde el punto de vista económico y ambiental”, ha remarcado.

Bruno ha añadido que con Seralma-Verde “esperamos diversificar la actividad productiva de las almazaras y cooperativas aportando nuevos servicios vinculados al olivar, creando nuevos empleos y alargando durante más tiempo aquellos que ya se generan con motivo de la campaña de recolección. Pretendemos atraer y movilizar nuevas inversiones, reducir los niveles de emisiones de CO₂ mediante la utilización de energías renovables y poner sobre la mesa que estamos en una provincia que cree en la sostenibilidad y está comprometida con ella”.

Seralma-Verde contempla una serie de actuaciones de difusión y sensibilización como charlas, seminarios o cursos que se desarrollarán en los próximos meses y que serán un complemento al asesoramiento personalizado para el que es necesario presentar una solicitud oficial a través de la sede electrónica de la Diputación o en el teléfono 953 605 302.

Cruzcampo recoge la cuarta cosecha de cebada cultivada entre olivos

La actividad en los olivares de Huelma (Jaén) no cesa en estos calurosos días de julio, cuando los agricultores recogen la cuarta y última cosecha de cebada cervecera del *Proyecto Olivo*, desarrollado por la cervecera Heineken España con su marca *Cruzcampo*. Esta investigación, pionera a nivel mundial, fomenta el cultivo de cebada cervecera entre olivos de Jaén con el objetivo de proteger las condiciones hídricas y la biodiversidad natural de la zona, además de impulsar la economía local con nuevas técnicas agrícolas que mejoren la rentabilidad del agricultor.

“Nuestro objetivo es convertirnos en la compañía cervecera más verde y, por eso, tenemos el foco puesto en el cuidado del agua y la biodiversidad. La crisis del COVID-19 hace

que iniciativas como el *Proyecto Olivo* cobren aún más relevancia, por su capacidad para aportar valor al sector agroalimentario y al entorno andaluz”, ha explicado Mauricio Domínguez-Adame, director de Responsabilidad Social Corporativa de Heineken España.

Bajo este compromiso con la sostenibilidad, en 2016 Heineken España puso en marcha el *Proyecto Olivo* con una inversión inicial de más 150.000 euros. Desarrollado junto al Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera (Ifapa) de la Junta de Andalucía, el estudio se realiza en campos de olivar de Jaén, una provincia clave para marcas como *Cruzcampo* o *El Alcázar* y que acoge una de las cuatro fábricas de la cervecera en España.

Las conclusiones de esta investigación se

conocerán tras la recogida de la última cosecha de aceituna durante los primeros meses de 2021. Se estima que el *Proyecto Olivo* podría aportar al entorno más de 700 millones de litros de agua si se adoptase en el 3% de las más de 60.000 hectáreas de campos de olivar de calle ancha que existen en Andalucía, conviviendo cebada y olivar.

Una vez alcanzado el balance hídrico positivo en esta Comunidad Autónoma, donde Heineken España ya devuelve a la naturaleza más agua de la utilizada para elaborar sus cervezas, estos resultados permitirán dar continuidad al *Proyecto Olivo*, evaluando la eficiencia en el consumo de agua de los cultivos de cebada y olivar, así como la rentabilidad agronómica y económica de los mismos.

JUAN VILAR

CONSULTORES ESTRATÉGICOS
ANALISTAS AGRONÓMICOS INTERNACIONALES

www.juanvilar.com

+34 629 221 983

juanvilar@juanvilar.com

INNOVACIÓN
EXPERIENCIA
FORMACIÓN
CREATIVIDAD

LA MÁS ALTA EXPERIENCIA A SU SERVICIO



CONSEJERÍA
EXTERNA



FORMACIÓN



HEADHUNTER



ESTRATEGIA



MARKETING
Y VENTAS



DESARROLLO
CORPORATIVO



ORGANIZACIÓN



OPERACIONES

ANÁLISIS

Nuevos SpectraAlyzer 2.0 Olivas

Rendimiento, acidez
grasa, extracto seco

- Aceituna y orujo
- Aceite (AOVE)
- Suelo y hojas



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



**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



Tel.: 949 335 460
NIT38 Olive Analyzer



Análisis rápido de
rendimiento graso
en aceituna

www.tecnilab.es Renting Coste 0

DEPÓSITOS INOX.



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



www.caldereriamanzano.net



www.jpalacin.com

Info: +34 953 757 112 - Úbeda - Jaén

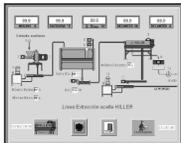
AUTOMATIZACIÓN/ELECTRICIDAD

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 alpeorajo
Separadoras de pulpa y hueso
Despalilladoras de aceitunas

Bombas sumergibles para alpeorajo
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 Veeba

FÁBRICA Y ALMACÉN
Avda Viente Piñonorda 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

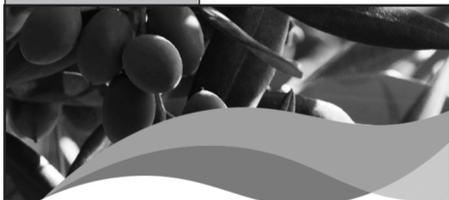
FILTROS ABRILLANTADORES PARA PLACAS DE CELULOSA DE 40x40 PARA ACEITES Y VINOS, DESDE 20 HASTA 100 PLACAS



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

Tel. 954 57 12 21 • Fax 954 57 13 66

espejo@laboratoriosespejo.com

#1 RESULTADOS ACREDITADOS Y EN PLAZO.

panel test - físico-químico - contaminantes



924 730 180

OLIVARUM
Fundación CALA RURAL JAÉN
asesoramiento | analítica | investigación | transferencia | formación

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

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

LABORATORIO TELLO

A Tentamus Company

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

Acreditados por ENAC según Norma ISO 17.025 (consultar Alcance 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 Iruela, 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.

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

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

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 • 1ª Adicional nº 0300-ES-162422001

Ctra. de Cazoria, 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: 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

MORESIL
Especialistas en Recolección

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

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

Económicos y muy rentables

Infórmate

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



El ferry *Cecilia Payne* acercará el aceite de oliva a los viajeros de la ruta Denia-Ibiza-Palma

Los presidentes de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, Pedro Barato, y de Baleària, Adolfo Utor, presentaron el pasado 15 de julio en el puerto de Denia (Alicante) la nueva imagen del ferry de alta velocidad *Cecilia Payne* vinilado con la creatividad de la campaña *Olive Oil World Tour*, que la organización está desarrollando desde hace dos años en Europa con el apoyo de la Unión Europea.

El ferry *Cecilia Payne*, que acercará la imagen de nuestros aceites de oliva a miles de viajeros por la ruta Denia-Ibiza-Palma, inaugura así el vinilo con la creatividad de campaña "*Olive Oil World Tour*" que se dispone en la proa del barco a ambos lados y cuenta con una dimensión de 20 x 5 metros en cada lado. Este barco, de 86 metros de eslora, puede navegar a una velocidad de 38 nudos y dispone de numerosos servicios a bordo como tienda, cafetería, Internet y acomodación para mascotas, entre otros.

La Interprofesional destacó que Baleària dispone del certificado *Global Safe Site* gracias a los protocolos de seguridad y limpieza implantados en su flota.

Con esta acción, *Aceites de Oliva de España* y la UE muestran su apoyo a la reactivación del sector turístico nacional en la nueva normalidad, así como a las actividades económicas relacionadas, incluidas la logística, el transporte, la restauración y la gastronomía.

"Queremos que los viajeros sean conscientes de que tenemos una joya gastronómica que es, además de sabrosa y versátil, muy saludable. La imagen de nuestros aceites de oliva ha customizado desde un avión a un tren de alta velocidad, gracias a la campaña de promoción *Olive Oil World Tour*. Hoy sumamos este nuevo soporte espectacular, el barco de Baleària; pero quiero resaltar que el acto de hoy va más allá de una acción promocional. Aquí estamos representados dos sectores fundamentales de nuestra economía, trabajando juntos, para conquistar la nueva

normalidad. Todos estamos en el mismo barco", explicó el presidente de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, Pedro Barato.

Por su parte, el presidente de Baleària, Adolfo Utor, aseguró estar encantado de que se haya optado por un barco como plataforma para promocionar un producto tan mediterráneo como el aceite de oliva y añadió que "el barco es, hoy en día, uno de los medios de transporte más seguros, ya que dispone de espacios amplios y abiertos que permiten garantizar la distancia social, además de contar con todos los protocolos de desinfección implantados a bordo".

Olive Oil World Tour, en las principales conexiones turísticas

El vinilado del ferry *Cecilia Payne* se enmarca en la campaña "*Join the European healthy lifestyle with Olive Oils from Spain. Olive Oil Makes a Tastier World*" para el período 2018-2021 desarrollada por *Aceites de Oliva de España*, marca promocional de la Interprofesional, con apoyo financiero de la UE, en España, Alemania, Reino Unido, Bélgica, Países Bajos, EEUU y Asia (China, Japón y Taiwán).

Esta iniciativa recorre el mundo mostrando las bondades de los aceites de oliva en las principales conexiones logísticas que utilizan millones de viajeros. Así, por ejemplo, se han instalado los espacios "*Olive Oil Lounge*" en aeropuertos, estaciones de tren y los puertos más transitados del mundo, que disponen de una oleoteca con una muestra de los mejores aceites de oliva vírgenes extra; degustaciones adaptadas al ritmo de las zonas de tránsito de pasajeros; paneles informativos; y una zona específica para los niños.



AOVE y turismo, un binomio para el desarrollo sostenible del medio rural

En junio de 2017 Marketur Research Group On Tourism, un grupo de investigación de la Universidad de Extremadura, puso en marcha el proyecto de I+D+i "*Aovetur_Extrem*" cuyo objetivo se centra en proponer herramientas para el desarrollo de las zonas rurales a través de experiencias turísticas basadas en el aceite de oliva virgen extra. En la actualidad, este grupo ha lanzado una encuesta para analizar el perfil del turista potencial interesado en el oleoturismo.

El proyecto, que finalizará este próximo mes de octubre, plantea una propuesta de desarrollo integral y sostenible de las áreas rurales de Extremadura basada en el binomio AOVE y turismo, una fórmula innovadora que permite encontrar una vía de desarrollo ante el declive económico experimentado por el medio rural europeo, según han destacado a *Mercacei* sus impulsores.

En este sentido, han subrayado que los proyectos de desarrollo turístico relacionados con el patrimonio agroalimentario y gastronómico están despertando el interés de académicos y profesionales, por sus implicaciones en términos de atractivo, diversificación, autenticidad, imagen y marca territorial, capacidad experiencial o la implicación de los agentes locales (empresarios, entes públicos, residentes, etc.).

El objetivo general de este proyecto es la elaboración de un estudio exploratorio de los factores que intervienen en el desarrollo integral sostenible de las áreas rurales basado en la confluencia de la filosofía *bottom up* y la economía circular, para el diseño de un modelo de desarrollo basado en el binomio producto agroalimentario-turismo, con aplicación a un producto endógeno como es el aceite de oliva virgen extra en Extremadura.

Como fines específicos destacan identificar un modelo de desarrollo integral sostenible para las áreas rurales y analizar el perfil del turista potencial motivado por el oleoturismo.



Un proyecto acredita la viabilidad de la aplicación de aguas regeneradas al cultivo del olivar

Un proyecto desarrollado en Córdoba ha acreditado la viabilidad y el potencial de la aplicación de aguas regeneradas -aguas residuales depuradas, sometidas a un proceso de tratamiento adicional o complementario que permite adecuar su calidad al uso al que se destinan- al cultivo del olivar.

Denominado *Reutivar* y liderado por Feragua, la Fundación CENTA, la Universidad de Córdoba (UCO) y la Comunidad de Regantes de Tintín, el proyecto ha logrado desarrollar un modelo de riego sostenible del olivar que integra el uso de aguas regeneradas, el desarrollo de un sistema de fertirriego de precisión y la reutilización de los principales macronutrientes necesarios para el cultivo del olivar (nitrógeno, fósforo y potasio), con resultados muy favorables.

En dicho modelo no solo la calidad del agua regenerada cumple con los criterios de calidad establecidos en la normativa, sino que el consumo energético es bajo y los costes muy controlados, siendo por tanto sostenible y asumible para los regantes, según ha informado Feragua.

Todo ello se ha experimentado y confirmado en una prueba piloto que se ha desarrollado en el sector I de la Comunidad de Regantes Tintín, en Montilla-Córdoba, donde se han regado con aguas regeneradas 150 hectáreas, destinadas mayoritariamente a olivar a través de un sistema de riego localizado subterráneo

de alta eficiencia. Además de crear un modelo viable y sostenible, el proyecto ha logrado disminuir los riesgos asociados a la aplicación de aguas regeneradas mediante un enfoque "multibarreras" que protege eficazmente a los usuarios, al cultivo y al medio ambiente.

Este enfoque trata de medidas o acciones que pueden contribuir a la disminución del riesgo de transmisión de microorganismos patógenos al usuario, cultivo o incluso al medio ambiente. Como ejemplos de dicho enfoque en la Comunidad de regantes Tintín destacan, entre otros, la preselección del agua residual tratada que llegaba a la balsa de decantación, la toma de agua flotante desde la balsa de acumulación -lo que ha permitido que el agua que alimentaba el sistema de filtración presentara mayor calidad-, la implementación de un sistema de riego localizado subterráneo -que evita

el contacto del fruto con el suelo durante la recolección mediante el uso de paraguas o lienzos-, el procesamiento industrial del fruto, las medidas de protección de los operarios, etc.

En definitiva, el modelo de riego con aguas regeneradas creado en el marco del proyecto *Reutivar* ha demostrado el valor y el potencial de este tipo de recursos no convencionales -aguas regeneradas- para resolver problemas de falta de recursos en algunas zonas regables de Andalucía y/o transformar pequeñas zonas verdes en el interior que son capaces de generar riqueza y empleo y fijar población en el territorio, mitigando los efectos del cambio climático y haciendo frente al reto demográfico.

Los hallazgos de este proyecto ayudarán, por tanto, a la implementación de los planes que tanto la administración andaluza como la estatal -a través de la Confederación Hidrográfica del Guadalquivir- tienen para movilizar recursos de aguas regeneradas con destino al regadío y de forma específica con destino al olivar.

Reutivar también incluye el desarrollo de una *app* para optimizar la gestión de aguas regeneradas para el cultivo del olivar, integrando los datos climáticos con los edáficos, los de la calidad del agua disponible y los de los nutrientes que aportan las aguas regeneradas, enfocada para su uso por los gestores de las comunidades de regantes o de los propios regantes que operan los sistemas de riego con aguas regeneradas.



Etiquetar el aceite de oliva como producto cardiosaludable y un Plan de Estado, algunos de los retos pendientes del sector oleícola español

En el marco del ciclo de #SeminariosCoops, Cooperativas Agro-alimentarias de España celebró el pasado 13 de julio un seminario on line sobre los “Principales retos del sector oleícola español”, con el patrocinio de Santander Agro, Banco Santander, en el que representantes de cooperativas oleícolas analizaron los retos del sector en un momento muy delicado en el que, según constataron, es necesario establecer estrategias a medio y largo plazo y reflexionar sobre las fórmulas por las que pueden optar las cooperativas para encarar las dificultades del mercado.

La directora de Negocio Agro de Banco Santander, Lorena Ruiz, dio la bienvenida a los ponentes y participantes ofreciendo el apoyo de la entidad al sector agroalimentario, especialmente a la hora de salir al exterior, donde Banco Santander puede asesorarles y ayudarles con su amplia experiencia.

Análisis de la situación de mercado

El director general de Dcoop, Rafael Sánchez de Puerta, señaló que el sector sufre una crisis de mercado cuyo origen, como en otras ocasiones, se encuentra en el desequilibrio entre oferta y demanda dado que el aumento de la producción crece a un ritmo más elevado que las propias necesidades del mercado. En esta campaña, según indicó, a pesar de haberse registrado una producción baja, el alto enlace con el que dábamos inicio a la misma, unido a las altas perspectivas de producción de la próxima campaña, han favorecido un continuo descenso de las cotizaciones. “La parte positiva es que el consumo sigue creciendo, pero el aumento de la producción está siendo muy considerable”, afirmó.

En este sentido, destacó que el sector necesita disponer de mecanismos de adecuación de oferta y demanda de carácter obligatorio, algo que previsiblemente estará disponible para la próxima campaña tras la aprobación del artículo 167 de la OCM para el

aceite de oliva. “El almacenamiento debe ser obligatorio y no voluntario, ya que es un buen instrumento para adecuar la oferta a la demanda en campaña venideras”, apuntó.

Además, aseguró que “el aceite de oliva debería etiquetarse como un producto cardiosaludable, algo que se nos impide desde la UE”, por lo que hay que seguir explorando las posibilidades para hacer uso de un mayor número de alegaciones saludables en el etiquetado, que deben ser comprensibles para el consumidor. También añadió que “debemos preservar la imagen del aceite de oliva y, en este sentido, es imprescindible luchar activamente contra el fraude”.

Por su parte, Fernando Córcoles, del grupo Jaencoop, subrayó la necesidad de contar con un Plan de Estado para un sector estratégico como el del aceite de oliva, con claros objetivos alcanzables a corto, medio y largo plazo, que permitan asegurar la rentabilidad del sector. Córcoles puso en valor la importancia de la concentración de la oferta a través de la integración como vía para aumentar la eficiencia y competitividad en el mercado. “Existe desequilibrio en la cadena porque la producción no está unida, y hay que incentivar a las empresas a que se unan”, dijo.

El director gerente de Oleoestepa, Álvaro Olavarría, destacó en su intervención que las medidas de gestión del mercado comunitarias han demostrado su ineficiencia. En su opinión, “debemos actuar como líderes y, para ello, hay que centrar nuestra estrategia en tres pilares básicos: sabor, salud y sostenibilidad”. A su vez, consideró que el aumento de la demanda es clave, para lo cual se mostró partidario de incrementar los recursos financieros de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español en materia de promoción.

También incidió en la necesidad de armonizar los estándares de calidad y resaltó igualmente la importancia de trabajar en nuevas alegaciones nutricionales y una sim-

plificación de las que se encuentran hasta este momento autorizadas.

Barreras y oportunidades en el comercio internacional

Los representantes de estas cooperativas resaltaron la necesidad de ganar presencia en los mercados internacionales, para lo cual es fundamental contar con empresas fuertes y con capacidad para desarrollar grandes proyectos de internacionalización. Además, resaltaron el papel de la Interprofesional del Aceite de Oliva como herramienta para apoyar al sector en la apertura de nuevos mercados.

Con respecto a la situación comercial con Estados Unidos, todos los ponentes destacaron el “tremendo varapalo” que ha supuesto para el sector la imposición de aranceles el pasado mes de octubre y, ante la nueva revisión arancelaria prevista por la administración estadounidense, creen que la situación podría verse agravada aún más.

Sánchez de Puerta resaltó, no obstante, las oportunidades que existen para el sector en los mercados asiáticos y en la propia UE, donde el margen de crecimiento es aún muy amplio.

Álvaro Olavarría, por su parte, hizo referencia al posible Plan Sectorial para el Aceite de Oliva que ha anunciado el Ministro Luis Planas, que podría estar disponible de cara a la futura PAC, donde podrían recibirse ayudas económicas para promociones marquistas, instrumento que podría ser muy interesante.

Apuesta por la calidad

En este tercer bloque de contenidos del webinar, el debate se centró en analizar las principales novedades recogidas en el último borrador de norma de calidad. Con respecto a la prohibición del uso de materiales plásticos en los envases para el aceite de oliva virgen extra, el rechazo a esta medida fue unánime por parte de todos los expertos participantes en el seminario.

MAESTRO

by Aptar

Maestro potencia tu marca y te permite tocar tu propia sinfonía



¡SE SOBRESALIENTE! ¡SE UN CHEF!

Con Maestro puedes ofrecer a tus consumidores una experiencia culinaria única y convertirte en parte de su estilo de vida moderno al tiempo sin dejar de lado tus objetivos de packaging sostenible

Disfruta del tiempo de cocinado

- Pianissimo y Fortissimo
- Evita fugas, goteos y desorden
- Fácil de abrir con una sola mano
- Disfruta de la dosificación intuitiva con caño elevado

Hacia el estilo de vida inteligente y moderno

- Diseño Premium y sobresaliente
- Gama de colores
- Visibilidad en el lineal y en las webs de e-commerce

Lidera el camino hacia la sostenibilidad

- Sin piezas sueltas
- Realizado de material 100% reciclable
- Dirigido a los consumidores conscientes y sostenibles



Aprende más acerca de Maestro: aptar.com/maestro
Para muestras y preguntas, contáctanos: info_fb@aptar.com

Aptar
food + beverage



El mercado internacional y los fraudes financieros protagonizan las últimas *masterclass* del MBO

Las aulas del Palacio de Ferias y Congresos de Jaén (Ifeja) acogieron el pasado 10 de julio un nuevo ciclo de *masterclass* en el marco de la III Edición del Máster de Administración y Dirección de Empresas Oleícolas (MBO) organizado por Juan Vilar Consultores Estratégicos y la Escuela de Negocios Agroalimentarios de Intercoop (ESNEA) y dirigido por la catedrática de la Universidad de Jaén (UJA) María Jesús Hernández y el profesor y consultor Juan Vilar. En esta sesión se analizó el mercado internacional de aceite de oliva, los fraudes en las almazaras, la situación actual y las tendencias del sector oleícola.

En primer lugar, el CEO de Jesús Cuervas, Aceites y Derivados, Jesús Cuervas, centró su intervención en el mercado internacional de los aceites de oliva y destacó que “se trata de un mercado global cada vez más transparente, motivado en gran parte por la disponibilidad inmediata de información en Internet y el aumento de tamaño de los operadores del sector”.

Como estrategias para la venta en un mercado globalizado, Cuervas indicó que “se de-

be tener visión internacional y no local, gestionar el aceite de oliva como un activo financiero y que España, especialmente, debe aprovechar la ventaja de ser el mayor productor de aceite de oliva del mundo”.

Posteriormente, Ángel Moya, antiguo alumno del MBO, auditor senior y responsable del área fiscal de Auditores Jaén, fue el encargado de exponer a los alumnos las cuestiones claves en la detección de fraudes financieros en las almazaras. Moya se refirió al riesgo de un mayor fraude económico en almazaras que tienen sección de crédito, desmedidas liquidaciones, apropiación indebida de empleados o trato desigual en el acceso a la financiación según el socio. Entre las medidas para combatir el fraude hizo mención al



establecimiento de controles internos en la almazara y a la importancia de contar con personal cualificado en materia financiera.

Para concluir, el codirector del máster y consultor oleícola internacional, Juan Vilar, analizó la actualidad del sector y las tendencias futuras en cuanto a superficie, producción, precios y demanda. Vilar insistió en la importancia de buscar la eficiencia en todos los eslabones de la cadena de valor, empezando por el sector productor, tener una actitud proactiva y saber adaptarse a la actual situación de cambio constante.

En cuanto al consumo, habló sobre la crisis de demanda a la que se enfrenta el sector y la importancia de las actividades de promoción.

Respecto a los factores que están influyendo negativamente al sector oleícola, Vilar apuntó la situación financiera provocada por el COVID-19, que estimularán que la demanda se desplace hacia otras grasas con un precio inferior al aceite de oliva; la disminución de la actividad de la restauración; los aranceles impuestos por Estados Unidos; o la salida de Reino Unido de la Unión Europea (Brexit).

El Máster en Olivar y Aceite de Oliva de la UJA será semipresencial

El Ministerio de Ciencia e Innovación ha aprobado el paso del Máster Universitario en Olivar y Aceite de Oliva de la Universidad de Jaén (UJA) de presencial a semipresencial. Tras dos proyectos de innovación docente y con el esfuerzo de más de 50 investigadores, se ha conseguido que esta actividad formativa sea virtual en un amplio porcentaje.

Según la UJA, esto permite que muchos de los agentes del sector interesados en su realización, y que no podían debido a que se requería una presencialidad completa, puedan desarrollarlo.

A su juicio, la posibilidad de cursar el máster a tiempo parcial durante dos años impulsa, aún más, una formación que es definitiva para ayudar al sector a conocer sus retos y sus estrategias de futuro. En este sentido, esta formación persigue conocer las últimas investigaciones y progresos en temas relacionados con el cultivo, equipos y sistemas de elaboración, aprovechamiento de subproductos del olivar, la comercialización de los aceites o la relación entre aceite de oliva y salud.

De las 18 asignaturas que componen el máster -coordinado por Adoración Mozas-

sólo cinco se mantienen presenciales; y se ha organizado en dos periodos de presencialidad: al principio del mismo y al finalizar el curso. El resto será virtual.

Las asignaturas que no cambian debido a la necesidad de uso de laboratorios son: elaboración de aceites; elaboración de aceitunas de mesa; aprovechamiento y gestión de subproductos; material vegetal y propagación; y control en olivar y aceites.

La UJA ha recordado que el 15 de julio finalizó la segunda fase de solicitud del máster en Distrito Único Andaluz y que en septiembre se abrirá la tercera fase si aún quedan plazas.



Avanzan en el desarrollo de un bioplástico para fabricar componentes de automoción y mobiliario urbano

El proyecto europeo *LIFE Compolive*, liderado por el Centro Tecnológico del Plástico (Andaltec), está avanzando en la búsqueda de nuevos aprovechamientos industriales para los residuos de la poda del olivar. Esta iniciativa comenzó sus trabajos en 2019 con el fin de desarrollar un bioplástico con propiedades mejoradas que sirva como materia prima para fabricar componentes para la automoción y mobiliario urbano y para el hogar.

El consorcio del proyecto está integrado por Andaltec, Caliplast (Francia), Plasturgia (Francia), Ford Werke GmbH (Alemania), la Universidad de Jaén (UJA), Citoliva y Matricería Peña (España).

Los investigadores ya han comenzado los primeros trabajos de este proyecto europeo, lo que incluye avances en la caracterización en el laboratorio de los materiales del nuevo bioplástico, con una importante presencia de los residuos agrícolas.

Según ha precisado Andaltec, Europa genera cada año más de siete millones de toneladas de residuos de poda del olivar, pero sólo se emplea una cantidad muy pequeña para la generación de energía. El resto, normalmente, se quema o se incorpora al suelo como abono tras el picado en el campo, por lo que este proyecto permitiría también abrir una nueva fuente de ingresos para los agricultores.

Además, el consorcio ha comenzado la ronda de presentaciones del proyecto con los responsables de la Asociación Agraria Jóvenes de Agricultores (Asaja), la Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG) y la Unión de Pequeños Agricultores (UPA).

En el centro tecnológico ha señalado que estas entidades han acogido con mucha satisfacción este proyecto, ya que supondrá la reutilización de

un material que actualmente se quema, lo que provoca emisiones de gases de efecto invernadero, y permitirá una nueva fuente de ingresos para los agricultores. Todas ellas han mostrado su disposición a colaborar y a aportar su experiencia para la mejora del proyecto, especialmente en el ámbito de la recogida y almacenamiento de la poda del olivar en las fincas agrícolas.

“Este proyecto va a ayudar a generar dos beneficios medioambientales. Por un lado, se podrá evitar la quema de estos residuos, que produce gases de efecto invernadero, y, por otro, reemplazaremos los materiales fósiles por biomateriales en la fabricación de composites”, ha subrayado Antonio Calahorra, investigador de Andaltec.



TU IMPRESIÓN ES LO QUE IMPORTA

www.quatroetiquetas.com

quatro
ETIQUETAS & IMPRESORES

Polígono industrial Ave María, Parcela 2 (Naves 1, 2 y 3)
23740 - Andújar (Jaén) - 953 525 099





Almazaras de la Subbética confirma su hegemonía en la edición 2019/20 de World's Best Olive Oils

En una edición marcada por la pandemia del COVID-19, que ha obligado a la suspensión del Concurso Internacional de Aceites Vírgenes Extra-Premio CA Ovibeja y el aplazamiento de SIAL Canadá, Almazaras de la Subbética vuelve a celebrar un pleno total en la edición 2019/20 del ranking World's Best Olive Oils (WBOO). La compañía de Priego de Córdoba revalida la primera posición en todas las categorías, repitiendo el gran éxito de la campaña anterior: Mejor AOVE del Mundo ("World's Best Olive Oil"), Mejor AOVE Orgánico del mundo ("World's Best Organic Olive Oil"), Mejor Almazara del Mundo ("World's Best Olive Oil Mill") y Mejor Almazara Ecológica del Mundo ("World's Best Organic Olive Oil Mill").

Con más de 200 galardones en los últimos seis años, *Rincón de la Subbética*, un sublime monovarietal hojiblanco de producción ecológica con DOP procedente de una selección de frutos recogidos a mano en las mejores fincas situadas dentro del Parque Natural de las Sierras Subbéticas, en pleno corazón de Andalucía, vuelve a encabezar el podio de los mejores AOVes del

mundo con 106 puntos; una puntuación más baja que en años anteriores debido, entre otras razones, a la no celebración de Expoliva por ser año par- y a la suspensión del Concurso Internacional de Aceites Vírgenes Extra-Premio CA Ovibeja por culpa de la pandemia del COVID-19, así como por el aplazamiento hasta septiembre de otro de los concursos que forman parte del ranking, SIAL Canadá y, por ende, SIAL Olive d'Or Competition.

Tras *Rincón de la Subbética* aparecen hasta cinco AOVes italianos, para un total de siete en el TOP10 -y 11 entre los 25 primeros-, frente a los nueve españoles del año pasado. El segundo escalón del podio es para *Don Giocchino*, de Azienda Agricola Leone Sabino, que con 94 puntos asciende desde la sexta posición lograda en la edición anterior; completando el TOP3 otro virgen extra pugliese, el monovarietal de coratina *Schinosa*, de Aziende Agricole di Martino Sas (67 puntos).

Les siguen, desde Cerdeña, Abruzzo y Campania, respectivamente, *Ispirito Sardu* (4° con 60 puntos) e *Intosso* y *Riserva* -ambos con 57 puntos-, de las empresas Masoni Beciu di Deidda Valentina, Azienda Agricola



Tommaso Masciantonio y Fattoria Ambrosio. En el séptimo puesto aparece -por vez primera en el TOP10 de WBOO- con la misma puntuación (57) un AOVE argentino de la provincia de San Juan, *Trilogía Criolla*, de Juan Pablo Castellano/Trilogía; completando el TOP10 los italianos *Olio Traldi Eximius* (Francesca Boni, 8° con 56 puntos) y *Olio Infiores Riserva* (Azienda Agricola Tommaso Fiore, 10° con 55 puntos); y el uruguayo *Colinas de Garzón Bivariedad* (Agroland, S.A., 9° con 55 puntos).

A continuación figuran otros dos vírgenes extra italianos de Puglia y Emilia-Romagna, *Mimi Blend* (Azienda Agricola Donato Conserva, 54 puntos) y *Uliveto del Fattore Selezione "Rodolfo"* (Fraternali Grilli Primo, 52 puntos), que preceden a un AOVE llegado desde las Antípodas, el australiano *Classico* de la compañía Cobram Estate (40 puntos). Si exceptuamos al vencedor absoluto, *Rincón de la Subbética*, hasta el puesto 14° no encontramos a otro AOVE español -y esto es noticia-, *Oro de Cánava*, de la cooperativa Ntra. Sra. los Remedios, con la misma puntuación (40). Entre los 26

AOVes más premiados del mundo aparecen otros seis vírgenes extra españoles (*Mas Tarrés DOP Siurana*, *Guadalmón*, *Casa Juncal*, *Picualia Reserva*, *Basilippo Gourmet* y *Valdenvero Arbequina*), tres tunecinos (*Domaine Um Eljana*, *Aïcha* y *Olivko Premium*), otros dos italianos (*Monini Monoculti-*

var Coratina y *Olivastro Bio*) y uno chino (*Oli-voilà*), que aporta el contrapunto exótico a un ranking dominado claramente por los zumos de la Cuenca Mediterránea.

The World's Best Organic Olive Oils 2019/20

En el ranking de los Mejores AOVes Orgánicos, *Rincón de la Subbética Hojiblanca*, con 106 puntos casi dobla a su inmediato perseguidor, el italiano *Ispirito Sardu* (60 puntos), que se reafirma como una de las grandes novedades de este año. El podio lo completa otro virgen extra orgánico italiano, *Monini Monocultivar Coratina* (39 puntos), también presente en el ranking general. Claro acento italiano, por tanto, en el ranking WBOO 2019/20 -cabe recordar que en la edición anterior los tres primeros en esta categoría fueron españoles-





RANKING OF THE WORLD'S BEST OLIVE OILS - 2019/2020

RANK	OLIVE OIL PRODUCER / MILL	OLIVE OIL	COUNTRY	REGION	POINTS
1	Almazaras de la Subbética SL	Rincon de la Subbética - Hojiblanca	SPAIN	Andalucía	106
2	Az. Agr. Leone Sabino	Don Gioacchino	ITALY	Puglia	94
3	Aziende Agricole di Martino Sas	Schinoso La Coratina	ITALY	Puglia	67
4	Masoni Becciu di Deidda Valentina	Ispiritu Sardu	ITALY	Sardinia	60
5	Az. Agr. Tommaso Masciantonio	Intosso	ITALY	Abruzzo	57
6	Fattoria Ambrosio	Riserva	ITALY	Campania	57
7	Juan Pablo Castellano - Trilogía	TRIOLOGIA CRIOLLA	ARGENTINA	San Juan	57
8	Francesca Bori	Olio Traldi Eximius	ITALY	Lazio	56
9	Agroland s.a.	Colinas de Garzon Bivarietal	URUGUAY	Maldonado	55
10	Azienda Agricola Tommaso Fiore	Olio Infiores Riserva	ITALY	Puglia	55
11	Azienda Agricola Donato Conserva	Mimi Blend	ITALY	Puglia	54
12	Fraternali Grilli Primo	Uliveto del Fattore Selezione "RODOLFO"	ITALY	Emilia-Romagna	52
13	Coltram Estate	Classico	AUSTRALIA	Victoria	40
14	Ntra. Sra. de los Remedios	Oro de Canava	SPAIN	Andalucía	40
15	Oils Solé, S.L.	Mas Tarres DOP Siurana	SPAIN	Tarragona	40
16	Sociedad Cooperativa Andaluza San Sebastian	Guadalimon	SPAIN	Andalucía	40
17	Yihai Kerry Investments Co.Ltd.	Olivolla	CHINA		40
18	Aceites Oro Bailén Galgón 99 SL	Casa Juncal	SPAIN	Andalucía	39
19	Agrícola de Bailén Virgen de Zocueca S.C.A.	Picualia - Reserva	SPAIN	Andalucía	39
20	Huilerie Bechir Jarraya	Domaine Um Eljanna	TUNISIA	Sfax	39
21	Les Conservers de Meknes	Aicha	TUNISIA	Fés-Meknes	39
22	MONINI, S.P.A.	MONINI "MONOCULTIVAR CORATINA"	ITALY	Umbria	39
23	Az. Agr. Quattrociocchi Americo	Olivastro Bio	ITALY	Lazio	38
24	Oleomorillo, SL, Basilippo	Basilippo Gourmet	SPAIN	Andalucía	38
25	Olivko	Premium	TUNISIA	Tunis	38
*	SCO De Valdepeñas "Colival"	Valdenvero Arbequina	SPAIN	Castilla La Mancha	38

© 2020 World's Best Olive Oils (WBOO) - worldbestoliveoils.org | content provided exclusively to Mercacei Magazine

“The World’s Best Organic Olive Oil Mills 2019/20”, completando el podio la italiana Masoni Becciu di Deidda Valentina (90 puntos) y otra española, la castellano-manchega Oline-xo, S.L. (70), sin duda otra de las empresas destacadas en esta edición (ver reportaje en este mismo número de Mercacei Magazine). Un total de seis empresas italianas figuran en el TOP10 -además de la mencionada, Azienda Agricola Quattrociocchi Americo, Azienda Agricola Tommaso Masciantonio, Azienda Agricola Adriática Vivai S.S., Monini SpA y Molino Il Fattore di Tega Luigi & C.S.N.C.-, junto con tres españolas -las dos aludidas y otra que nunca falla, Rafael Alonso Aguilera, S.L.- y la tunecina Huilerie Moderne de Tunisie Slim, en Sfax, abanderada del mejor AOVE producido en aquel país. Confirmando la tendencia general de esta edición 2019/20 del ranking WBOO, Italia sitúa a 17 empresas entre las 27 Mejores Almazaras Orgánicas del mundo, seguida por España (8), con Túnez y Grecia (Terra Creta) aportando un representante.

Una edición marcada por el COVID-19

Con las ausencias en esta edición, motivadas por el nuevo escenario impuesto por el COVID-

El resto del TOP10 de producción ecológica está conformado por otros dos AOVes italianos, *Olivastro Bio* (Az. Agr. Quattrociocchi Americo, 4º con 38 puntos) y *Luigi Tega Selection Bio* (Molino Il Fattore di Tega Luigi & C.S.N.C., 7º con 36 puntos); uno tunecino, *Domaine Fendri* (Huilerie Moderne de Tunisie Slim, 5º con 37 puntos); y cuatro españoles: *Al Alma del Olivo Hojiblanca* (Oline-xo, S.L., 6º con 37 puntos), *Almaoliva BIO* (Almazaras de la Subbética, S.L., 8º con 35 puntos), *Entre Caminos Selección* (Escalera Álvarez S.A.T., 9º con 35 puntos) y todo un clásico en esta categoría, *Morellana Hojiblanca* (Sucesores de Hermanos López, S.A, 10º con 34 puntos).

En total, 21 AOVes italianos, 9 AOVes españoles y un representante de Túnez y Grecia ocupan los 32 primeros puestos de este ranking, invirtiendo el orden del año anterior, de claro dominio español.

The World’s Best (& Organic) Olive Oil Mills 2019/20

En el caso de las Mejores Almazaras del Mundo, Almazaras de la Subbética, S.L. repite victoria por quinto año consecutivo con 199 puntos, seguida a gran distancia por las italianas Azienda Agricola Leone Sabino, de Puglia (121 puntos), y Azienda Agricola Tommaso Masciantonio, de Abruzzo (115 puntos). En el TOP10 encontramos otras tres almazaras italianas (Franci Snc, 114 puntos; Az. Agr. Quattrociocchi Americo, 95; y Masoni Becciu di Deidda Valentina, 90) y otra espa-

ñola (Aceites Oro Bailén Galgón 99, S.L., 89 puntos); acompañadas por tres almazaras del Cono Sur Americano, en concreto de Argentina (Juan Pablo Castellano/Trilogía, 87 puntos), Chile (Monte Los Olivos, 86) y Uruguay (Agroland, S.A., 85).

En total, entre las 29 mejores almazaras del mundo encontramos 14 italianas, seis españolas, dos chilenas, dos sudafricanas -toda una sorpresa- y una de Argentina, Uruguay, Brasil, Perú y Grecia.

Por último, Almazaras de la Subbética, S.L. repite liderazgo, con 141 puntos, en el ranking



19, del Concurso Internacional de Aceites Vírgenes Extra-Premio CA Ovibeja - uno de los más rigurosos del mundo y de los que más puntos aporta- y SIAL Olive d’Or Competition -retasado hasta septiembre, además de Expoliva por celebrarse en años impares, la organización del ranking WBOO 2019/20 ha considerado los resultados obtenidos en los concursos EVO-OLEUM Awards y Mario Solinas Quality Award (Grupo 1); y ArgOliva (Premio Domingo Faustino Sarmiento), Leone d’Oro dei Mastri Oleari y Sol d’Oro Norte y Sur (Grupo 2).



Entre las nuevas normas adoptadas desde la pasada edición, destacan la admisión de una sola muestra por categoría de frutado y grupo de empresas, así como que, en caso de que el jurado considerara que un aceite no se corresponde con la categoría previamente asignada, éste pueda ser clasificado en otra categoría distinta, un procedimiento que ya se lleva a cabo en el concurso del COI y que también iba a adoptarse en Ovibeja 2020.

En opinión del creador del ranking y presidente de WBOO, el experto catador alemán Heiko Schmidt, “estamos convencidos de que el enfoque planteado junto con los concursos es el único camino posible hacia la mayor credibilidad de los resultados de los concursos individuales, y la nueva normativa supone una buena herramienta de diferenciación para los concursos participantes respecto a otros grandes certámenes que carecen de rigor y no ofrecen ninguna garantía de autenticidad de las muestras a concurso”.

“En este sentido -continúa- queremos reiterar nuestra invitación al resto de concursos internacionales a la calidad del aceite de oliva virgen extra para que adopten las normas establecidas y vuelvan a formar parte de nuestro ranking; estamos esperanzados de que ello sea así en el futuro. Para ello, pueden contactar con la organización a través de nuestra web y presentar las modificaciones acordes a nuestras exigencias y requisitos”.

Debido a la reducción del número de competiciones participantes en el ranking de 2020 -seis, cuatro en el Hemisferio Norte y dos en el Hemisferio Sur-, lógicamente las sumas de las puntuaciones obtenidas por los distintos AOVes y empresas productoras son sensiblemente inferiores respecto a ejercicios anteriores. En total, únicamente dos AOVes han obtenido premios y puntuaciones en tres de los concursos y otros 10 zumos han obtenido premios en dos de los concursos; el resto de los aceites del ranking han logrado solamente un premio con su correspondiente puntuación. “Por este hecho -aclara Heiko Schmidt-, hemos tomado la decisión de reducir el número de los AOVes mencionados en el ranking glo-

RANKING OF THE WORLD'S BEST OLIVE OIL MILLS - 2019/2020

RANK	OLIVE OIL PRODUCER / MILL	COUNTRY	REGION	POINTS
1	Almazaras de la Subbetica SL	SPAIN	Andalusia	199
2	Az. Agr. Leone Sabino	ITALY	Puglia	121
3	Az. Agr. Tommaso Masciantonio	ITALY	Abruzzo	115
4	Franci Snc	ITALY	Tuscany	114
5	Az. Agr. Quattrociocchi Americo	ITALY	Lazio	95
6	Masoni Becciu di Deidda Valentina	ITALY	Sardinia	90
7	Aceites Oro Bailen Galgon 99 SL	SPAIN	Andalusia	89
8	Juan Pablo Castellano - Trilogia	ARGENTINA	San Juan	87
9	MONTE LOS OLIVOS	CHILE	Valle de Colchagua	86
10	Agroland s.a.	URUGUAY	Maldonado	85
"	Fattoria Ambrosio	ITALY	Campania	85
12	Azienda Agricola Donato Conserva	ITALY	Puglia	82
13	Olinexo, S.L.	SPAIN	Castilla La Mancha	70
14	Aziende Agricole di Martino Sas	ITALY	Puglia	67
15	Knolive oils SL	SPAIN	Andalusia	66
16	Aceites Nobleza Del Sur	SPAIN	Andalusia	59
17	Aceites Hacienda El Palo	SPAIN	Andalusia	57
"	De Rustica Estate	SOUTH AFRICA	Southern Cape	57
19	Francesca Boni	ITALY	Lazio	56
"	Società Agricola Tenuta Giuditta Srl	ITALY	Puglia	56
21	Azienda Agricola Tommaso Fiore	ITALY	Puglia	55
"	Olivais do Sul S.A.	BRAZIL	Cachoeira do Sul	55
"	Terra Creta	GREECE	Creta	55
24	AGROINDUSTRIAS GONZALES SAC	PERU	Vallesur Criolla	54
"	ALONSO OLIVE OIL	CHILE	O'Higgins Region	54
"	Azienda Agricola Adriatica Vival S.S.	ITALY	Puglia	54
"	Babylonstoren	SOUTH AFRICA	Drakenstein Valley	54
"	Frantoio Cutrera Srl	ITALY	Sicily	54
"	Frantoio Intini s.r.l.	ITALY	Puglia	54

© 2020 World's Best Olive Oils (WBOO) - worldbestoliveoils.org | content provided exclusively to Mercacei Magazine



bal de 50 a 25 en esta edición, porque de lo contrario nos hubiéramos encontrado con muchísimos aceites con la misma puntuación, lo que nos hubiera obligado a premiar a más de 60 aceites en lugar de 50”.

Respecto a la presencia mayoritaria de AOVes italianos en el ranking WBOO 2019/20, la explicación es sencilla: “Además de que en los concursos italianos (Sol d’Oro y Leone d’Oro) participan como es lógico muchos más aceites de aquel país, los resultados de estos dos concursos han tenido este año mucha más influencia sobre los resul-

tados globales del ranking que en otras ediciones. De ahí que aparezcan muchos más aceites italianos de lo habitual”.

Por último, “también me gustaría destacar la consolidación de aceites y productores cuya apuesta por la producción de AOVes de altísima calidad se ve recompensada año tras año; así como la reaparición en el ranking de productores norteafricanos que se han llevado galardones importantes, demostrando que la búsqueda de la máxima calidad es un asunto prioritario en un número cada vez mayor de países productores de aceite de oliva”, concluye Schmidt.



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: 26 de junio de 2020.

Aceite de girasol refinado (euros)

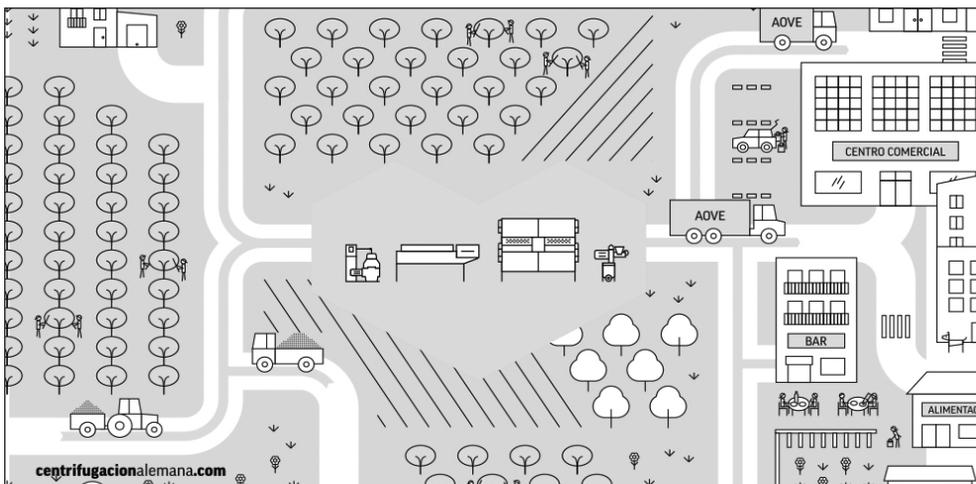
MARCA	GRADOS	ENV. 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA
Capicúa	Alto Oleico	9,75		2,65
Coosol		5,80		1,26
Coosol Premium	Alto Oleico			1,25
Donsol				1,36
Fuensol				1,09
Koipesol		6,44/8,45		1,79
Masiasol		8,03	0,97/1,23	

Otros aceites de semillas (euros)

MARCA	TIPO	ENV. 5 L.	BOTELLA
Asúa	Maíz		1,70
Fenómeno	Semillas	6,93	1,48
Sojasol de Koipesol	Girasol+Soja		1,42
Soy Plus Omega 3	Girasol+Soja		1,75/2,08
Titán	Semillas		1,80
Vita	Maíz		1,95
La Masía	Semillas	7,49	1,50

Marcas blancas (distribución) (precio euros)

MARCA	DISTRIB.	TIPO ACEITE	GRADOS	LATA. 5 L.	ENVASE 5 L	ENV. 2 L	BOTELLA 1L	3/4 L
El Corte Inglés	El C. Inglés	Virgen extra	0,4°		16,45		3,50	3,75
	El C. Inglés	Oliva	0,4° y 1°	17,85	11,77		2,68	4,89
	El C. Inglés	Girasol	0,2°		7,70		1,55	
Aliada	El C. Inglés	Girasol			4,79		0,99	
	El C. Inglés	Oliva Suave			11,00	6,99 (3 l.)	2,50	
	El C. Inglés	Oliva Sabor Intenso			11,00	6,99 (3 l.)	2,50	
	El C. Inglés	Virgen extra			22,35	8,19 (3 l.)	4,50	
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra		15,00 (0,5 l.)		12,90 (0,5 l.)		
Hipercor	Hipercor	Virgen extra	0,4°		23,75		4,79	3,99
	Hipercor	Oliva Sabor Suave	0,4°	15,25	23,15		4,69	
	Hipercor	Oliva Sabor Intenso	1°	15,25	23,15		4,69	
	Hipercor	Girasol	0,2°		7,85		1,60	
Carrefour	Carrefour	Virgen extra S. Intenso	0,7°	19,50	15,75	5,57/5,92	3,45	3,69
	Carrefour	Virgen extra S. Suave	0,3°	19,50	15,75	3,25	3,45	3,69
	Carrefour	Oliva Sabor S./Intenso	0,4°/1°	16,75	10,95		2,35	
	Carrefour	Girasol	0,2°		4,75		0,99	2,40
	Carrefour	Girasol Ecológico					2,40 (0,5 l.)	
Auchán	Alcampo	Virgen extra	0,5°	13,45	16,39	7,77 (3 l.)	3,44	3,68
	Alcampo	Virgen extra ecológico				3,65 (0,5 l.)		3,74
	Alcampo	Oliva Intenso	1°		13,19	7,19 (3 l.)	2,19	
	Alcampo	Oliva Suave	0,4°		13,19	7,19 (3 l.)	2,19	
	Alcampo	Girasol	0,2°		4,74		0,99	
	Alcampo	Arbequina/Hojiblanca					1,46/2,15 (0,5 l.)	
Hacendado	Mercadona	Virgen extra	0,5°	9,50 (3 l.)	13,95	2,00 (0,5 l.)	3,59	3,69
	Mercadona	Oliva	0,4°/1°		10,60	8,55 (3 l.)	2,40	
	Mercadona	Girasol	0,2°		4,79		0,99	
	Mercadona	Semillas	0,2°	6,90	7,15		1,53	
	Mercadona	Maíz	0,2°				1,67	
Caprabo	Eroski	Virgen Extra	0,5°	16,99	12,90/13,35 (3 l.)	2,89	4,35	3,69/3,79
	Eroski	Virgen Extra Seleqtia			10,54 (3 l.)		3,49	3,95
	Eroski	Oliva Suave	0,4°		19,15/20,75		3,75	
	Eroski	Oliva Intenso	1°		18,75		3,75	
	Eroski	Girasol	0,2°		4,74/5,39		1,09	



EN EL
CORAZÓN
DEL ACEITE

centrifugación
alemana



SE VENDEN

Decánters de 2º uso reparados y sin reparar.

Teléfono: 680 690 618

GEA Westfalia Separator Ibérica dispone de un catálogo de maquinaria de segunda mano adquirido a los clientes que han instalado nuestros equipos. Si este perfil de maquinaria de varias marcas se ajusta a sus necesidades, no duden en solicitarnos más información.

oliveoil.wsib@gea.com / Tel.: 953 792 480

SE VENDEN

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

Teléfono: 625 683 192

VENDEMOS

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

Más información: 639 662 170

SE BUSCA

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

Se requiere ser autónomo o con empresa propia.

Teléfono: 661 500 154

SE VENDE

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 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

SE VENDE

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

Más información: 958 463 046

SE VENDE

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

Interesados, llamar al 957 600 150

www.treico.com

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

ICEX promocionará el AOVE y las aceitunas españolas en Reino Unido

ICEX España Exportación e Inversiones y la Oficina Comercial de España en Londres organizarán un programa de promoción de alimentos de España, entre ellos el aceite de oliva virgen extra y las aceitunas, que se desarrollará en el mes de noviembre en diversas ciudades del Reino Unido.

El programa *Eat Spain Drink Spain*, que se ha desarrollado con gran éxito en los últimos años para la promoción de los vinos españoles, se amplía en esta edición a los alimentos de nuestro país de categoría gourmet que cuentan con distribución en el mercado.

El objetivo de este programa, cuyo plazo de inscripción finaliza el 30 de julio, es impulsar la imagen y venta de los productos gourmet españoles presentes en el mercado y apoyar su presencia en el canal Horeca.

Esta iniciativa incluirá *workshops* para profesionales en restaurantes españoles.



ICEX ha explicado que en caso de que las condiciones sanitarias no permitan la apertura del canal Horeca, se contará con los chefs de los establecimientos colaboradores para la realización de demostraciones culinarias y formativas en sus rees sociales, cuyos seguidores son tanto profesionales como consumidores foodies, utilizando los productos de la promoción bajo el *hashtag* #EatSpainDrinkSpain.

Asimismo, se colaborará con tiendas especializadas de vino y productos gourmet para la puesta en marcha de actividades promocionales tanto en sus locales como en sus tiendas *on line*; y se organizarán actividades de apoyo al sector Horeca local, animando a los establecimientos a participar en promociones de producto español ofreciendo descuentos y ofertas durante el periodo de la campaña.

También se llevarán a cabo cenas maridadas en restaurantes españoles y locales dirigidas a profesionales y prescriptores, priorizando restaurantes no españoles que puedan ofrecer su menú con un toque español maridado con vinos españoles, incorporando en la medida de lo posible productos que formen parte del programa.

Todas las catas, seminarios y cenas maridadas serán conducidas por expertos locales en vinos y alimentos de España.

www.icex.es



Agenda

El periodo de inscripción finaliza el 11 de octubre

La UJA lanza el Máster Propio E-Commerce y Marketing Digital

La Universidad de Jaén (UJA) impartirá el próximo curso académico la primera edición del *Máster Propio E-Commerce y Marketing Digital*, desarrollado íntegramente *on line* y en lengua castellana, que formará al alumnado en el desarrollo de proyectos de *e-commerce* y en el diseño de planes de marketing y campañas de publicidad *on line*.

Los contenidos se abordarán desde una perspectiva multidisciplinar, formando en profundidad en cuestiones técnicas (creación de sitios web y manejo de aplicaciones para su monitorización *on line*), así como en aspectos económicos, legales y fiscales.

Según recoge la UJA, en la configuración de dichos contenidos se ha prestado especial atención al carácter internacional de la mayoría de las transacciones *on line*, analizando cuestiones de logística, fiscalidad y de marketing en el comercio exterior. Además, se aborda en profundidad la comercialización *on line* a través de dispositivos móviles, así como las nuevas tendencias en el comercio electrónico, como la realidad aumentada, las criptomonedas o el uso de la inteligencia artificial para obtener información útil en entornos *on line*.

Asimismo, los contenidos se abordarán desde un punto de vista práctico y serán im-

partidos por docentes especializados en cada uno de las materias (fiscalidad, marketing, diseño web...), así como por profesionales que actualmente desarrollan su actividad en áreas relacionadas con el campo del *e-commerce*, como, por ejemplo, *community manager*, responsables de empresas de logística o de medios de pago internacionales.

El máster está dividido en dos módulos de 300 horas, además de un tercer módulo de Trabajo Fin de Máster. Se podrá cursar el Máster completo o cada uno de los módulos de manera independiente, como "*Diplomas de especialización*": *Diploma de Especialización en Negocios y Tecnologías on line* y *Diploma de Especialización en Marketing On line*.

Para acceder al título de Máster propio, cuyo plazo de preinscripción estará abierto hasta el 11 de octubre, se deberá complementar los estudios de ambos módulos con la realización de un Trabajo Fin de Máster.

www.ecommerceuja.com



www.mercacei.com,
una nueva forma de
comunicar
¡20.000.000
de visitas al año!

Calendario de Ferias y Eventos en 2020

1 Julio 2020

- ☞ Del 22 al 27 de julio
OLIVE JAPAN SHOW
Tokio (Japón)
www.olivejapan.com
- ☞ Del 30 al 31 de julio
I CONGRESO LATINOAMERICANO
DE ACEITE DE OLIVA
Montevideo (Uruguay)
congresolao2020@gmail.com
www.congresolao2020.fq.edu.uy

1 Agosto 2020

- ☞ Del 13 al 15 de agosto
VIETFOOD AND BEVERAGE
Ho Chi Minh City (Vietnam)
vietfood@vinexad.com.vn
www.hcm.foodexvietnam.com/en

1 Septiembre 2020

- ☞ Del 2 al 5 de septiembre
WORLD FOOD ISTANBUL
Estambul (Turquía)
turkey.food@hyve.group
www.worldfood-istanbul.com
- ☞ Del 13 al 14 de septiembre
GOURMET SELECTION
París (Francia)
gourmet.selection@comexposium.com
www.en.salon-gourmet-selection.com
- ☞ Del 14 al 15 de septiembre
FERIA DE MAQUINARIA AGRICOLA
DE ÚBEDA
On line
feriamaquinariaubeda@gmail.com
www.feriamaquinariaagricolaubeda.com

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



 **AgroBank**



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



GESTION DE EXPLOTACIONES AGRARIAS

- ✓ Gestión de costes.
- ✓ Fácil e intuitiva.
- ✓ Cumplimiento de la normativa vigente.
- ✓ Adaptada a las Comunidades Autónomas.
- ✓ Producto en la Nube.
- ✓ Emisión de cuaderno de campo.

Parcela	Superficie	Estado	Registros
01	1000	Activa	10
02	1500	Activa	15
03	2000	Activa	20
04	2500	Activa	25
05	3000	Activa	30
06	3500	Activa	35
07	4000	Activa	40
08	4500	Activa	45
09	5000	Activa	50
10	5500	Activa	55
11	6000	Activa	60
12	6500	Activa	65
13	7000	Activa	70
14	7500	Activa	75
15	8000	Activa	80
16	8500	Activa	85
17	9000	Activa	90
18	9500	Activa	95
19	10000	Activa	100

Parcelas

Trazado	Comercialización
Fecha Tratamiento: 02/03/2014	Superficie Tratada: 0,15
Motivo: Malas Hierbas	
04/03/2014	Superficie: 0,15
Motivo: Riego	

Detalle Parcela

Código: 23-000-013-0000-01-00
 Período: 15
 Superficie: 0,15 Ha.

Ver Ficha Sigra Ver registro parcela

Localización

Muestra de la parcela en un mapa satelital.

- ✓ Accesible desde cualquier dispositivo.



www.agrocuaderno.com



La experiencia marca la diferencia