



# INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR

# Mercacei

## SEMANAL

MERCACEI, PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA A LA COMUNICACIÓN

# E

ditorial

La WOOE cierra con la presencia de más de 5.000 visitantes de 50 países  
pág. 5

Alimentaria refuerza The Olive Oil Bar, un espacio único y exclusivo dedicado al AOVE  
pág. 16

El AOVE influye positivamente en problemas de fertilidad asociados a altos niveles de colesterol  
pág. 17

Lola Amo: “La nueva Feria del Olivo de Montoro será un reflejo de la revolución tecnológica que vive el sector”  
pág. 18

La importancia de las TIC en el sector oleícola  
pág. 20

Ignacio Silva (Deoleo): “Se están dando las condiciones para que volvamos a tener una cosecha normal”  
pág. 22

## Yo no vendo aceite

Por Pandora Peñamil Peñafiel

“Yo no vendo aceite. Quien venga simplemente a comprar aceite se tendrá que ir con las manos vacías porque yo no vendo aceite”.

Así de tajante se mostró Salz Medina, propietaria de Salzsals en la pasada edición de la WOOE. Yo le había dado el turno de palabra, así que me sentía un poco responsable de su apasionada respuesta. Es *millennial*, como yo, y eso tiene algo, o mucho, que ver.

El pasado 27 de febrero, en el marco de la World Olive Oil Exhibition, organicé y moderé la mesa redonda “Los *millennials* del AOVE” en la que intervinieron además de Salz, Rafael Alonso Barrau, director comercial y *export manager* de Rafael Alonso Aguilera; Cristina Garrido, directora de la Escuela de Cata de Aceites Los Quinientos; Mercedes Uceda, responsable de calidad de IADA Ingenieros; y José Miguel Molina, catador y responsable de calidad de Aceites Manuel Molina.

En un momento dado, hablando de cómo vender tu marca, Salz -la más *novata* del sector- saltó de inmediato: “Quien quiera comprar mi AOVE tiene que comprar la historia de los olivos empeltes de mis abuelos, mis años fuera de España formándome, mi valentía a la hora de volver y lanzarme a emprender; en definitiva, me tiene que comprar a mí”. Y todos asentimos. Porque nadie quiere vender AOVE ni que le compren AOVE. Todos y cada uno de los productores quieren vender su relato y “para venderlo hay



que comunicarlo”, como aseveró Cristina Garrido, que también incidió en la importancia no sólo del packaging -que está más que consolidado en el sector-, sino del *branding*.

Cómo si no podríamos transmitir al consumidor pensamientos como el de Rafael Alonso, que emocionó a media sala afirmando que él no tenía planeado seguir en la empresa familiar, pero cuando la vida le llevó por ese camino “me enamoré del sector y ahora no entiendo la vida de otra manera”. Alonso recalcó la “obligación de mantener y mejorar el trabajo de nuestros predecesores, lo que constituye todo un reto”, contando con el respaldo de aquellos que también somos de segunda e, incluso, de tercera generación.

Es el caso de José Miguel Molina, que recomendó “rodearse de los que más saben” a la hora de entrar en el sector. Algo que compartió Mercedes Uceda -hija de Marino-, que carga consigo el apellido familiar cual monarquía milenaria. “No sé si alguna vez estaremos a la altura de nuestros predecesores, pero haremos todo lo posible por aportar lo máximo a este sector y ocupar puestos de responsabilidad, algo que todavía parece que no nos toca a los *millennials*”, dijo Uceda -hija-.


La que suscribe -hija de Juan- no tuvo mucho que hacer como moderadora, más que asentir y compartir. Parece que va siendo el momento de los *millennials* y con estos compañeros de generación no me cabe la menor duda de que haremos cosas grandes.

¡DISFRUTA DE LA TRANQUILIDAD SIN PAROS INESPERADOS GRACIAS AL SERVICIO TÉCNICO DE PIERALISI!



Opta por la excelencia programando tu mantenimiento ahora y asegura un rendimiento técnico de primera.

 **20% en recambios**  
**15% en reparaciones de taller**  
**10% en consumibles**

 **31** Válido para solicitudes de mantenimiento recibidas antes del 31 de marzo.

 Pregunte sin compromiso las ventajas de realizar un **contrato de mantenimiento**.

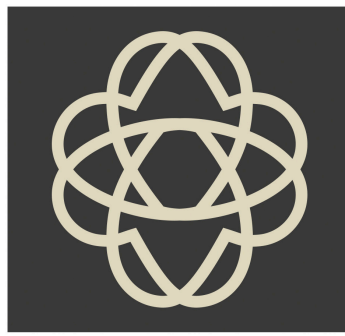
**¡NO PIERDAS MÁS TIEMPO, LLAMA AHORA Y DESCUBRE DESCUENTOS EXCLUSIVOS!**

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

▼ “Patrocina la Noticia de la Semana”

“Vuelve MUNDOLIVAR, el gran congreso mundial del olivar y el aceite de oliva”

pág.4



**Mercacei**  
GRUPO EDITORIAL



Suscríbete a la actualidad  
del sector oleícola con un sólo click



**SUSCRÍBETE  
PINCHANDO AQUÍ**



*El grupo editorial oleícola  
más grande del mundo*

*Con 8 publicaciones temáticas  
de AOVE y olivar*



# Los suscriptores de Mercacei reciben al año

**MERCACEI SEMANAL**  
ON LINE

**MERCACEI MAGAZINE**  
EN PAPEL Y ON LINE

**NEWSLETTER DIGITAL**  
DIARIO

**UNA GUÍA MERCACEI A  
ELEGIR ENTRE:**  
GUÍA INDUSTRIAL DEL SECTOR  
OLEÍCOLA Y OLIVARERO  
Y  
GUÍA DE FABRICANTES  
Y ENVASADORES DE ACEITE  
DE OLIVA

**OLIVATESSEN**  
EN PAPEL Y ON LINE

**GUÍA EVOOLEUM**  
EN PAPEL Y APP

**CLUB MERCACEI**  
ACCESO EXCLUSIVO



*Tendrás acceso exclusivo al Club Mercacei,  
donde te esperan estos contenidos*

- ✓ NOTICIAS EN EXCLUSIVA
- ✓ MERCACEI MAGAZINE ON LINE
- ✓ PRECIOS ACEITE DE OLIVA  
EN ORIGEN AL DÍA
- ✓ ANÁLISIS DE MERCADO  
SEMANALES
- ✓ PRECIOS EN EL LINEAL
- ✓ PRECIOS OTROS ACEITES Y  
SEMILLAS
- ✓ DATOS DE CAMPAÑA  
ACTUAL
- ✓ BALANCE DE CAMPAÑAS  
ANTERIORES
- ✓ COMERCIO EXTERIOR

**SUSCRIPCIÓN  
PREMIUM  
TODO PAPEL Y  
TODO DIGITAL**

**236**  
€/año

*Menos de  
20€ al mes*

**Fundadora:**

M. Dolores Peñafiel Fernández

**Corresponsales:**

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

**Directora:**

Pandora Peñamil Peñafiel

**Redacción:**

Alfredo Briega Martín  
 Cristina Revenga Palacios  
 redaccion@mercacei.com

**Edita:**

**Mercacei**  
 GRUPO EDITORIAL

**CEO & Editor:**

Juan A. Peñamil Alba

**Redacción, Administración y Publicidad:**

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

**Secretaría de Redacción y**

**Publicidad:** Estrella de la Lama  
 Alcaide

**Administración:** Cristina Álvarez  
 Llorente

**Departamento Comercial:**

Natalia de las Heras  
**Corresponsal Italia (Milán):**  
 Daniela Capogna  
**Corresponsal América del Sur:**  
 Leonardo Moral

**Suscripción:**

**MERCACEI Semanal**  
 (46 nos al año)  
 con **MERCACEI Magazine**  
 (Trimestral)

**Anual:** 236 €  
 (Extranjero: 290 €)

**MERCACEI FAX**  
 (sólo para los suscriptores de MERCACEI)

**Anual:** 155 €  
 (Extranjero: 250 €)

**Depósito Legal:**

M 28733 - 1994  
 ISSN  
 1134 - 525 X

Publicación confidencial para uso exclusivo de los suscriptores.

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

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

*s u m a r i o*

1	Editorial
2	Sumario
3	Análisis de Mercado
4	Actualidad
	• MUNDOLIVAR
6-10	Mercado
	• Comercialización
13	Actualidad
	• I+D+i
	• WOOE
	• Eventos
	• Salud
	• Ferias
	• Digitalización
	• Empresas
24	Precios en el lineal
26	Anuncios Breves
27	Agenda

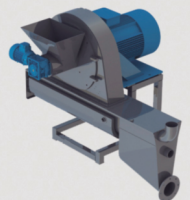
*pac*

## Andalucía cifra en 120 millones de euros las pérdidas en 2023 tras la aplicación de la reforma de la PAC

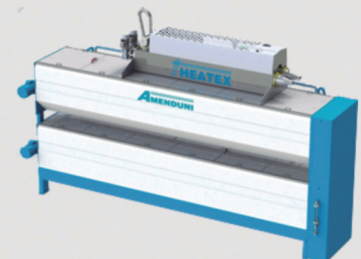
El Consejo de Gobierno ha tomado conocimiento de la valoración económica realizada por la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural sobre el impacto de la reforma de la Política Agraria Común (PAC) en la campaña 2023, en la que se ha calculado que Andalucía ha perdido 120 millones de euros respecto a los pagos realizados en el ejercicio financiero anterior, lo que representa una reducción del 8,3%.

Esta cifra asciende hasta los 140 millones de euros de pérdidas, un 9,6% menos, si se compara con 2020, último año en el que se realizaron pagos bajo las pautas del anterior marco de la PAC. De igual modo, según los cálculos del Gobierno andaluz, ascenderían a más de 500 millones de euros en el periodo completo de la nueva PAC (2023-2027).

En concreto, la Junta de Andalucía está abonando en torno a 1.320 millones de euros en ayudas directas de la PAC del ejercicio de 2023, de los que, a pesar de que el período de pago no concluye hasta principios de junio de 2024, ya se ha realizado el pago de aproximadamente el 88% del total. Esta anticipación del abono de las ayudas por parte del Gobierno andaluz permite, a su juicio, realizar una valoración objetiva de las pérdidas que la nueva PAC provoca en el campo andaluz, abriendo la posibilidad de realizar alegaciones con datos probados.



**NUEVOS MOLINOS**  
 PARA ACEITUNA VERDE O MADURA



**HEATEX**  
 INTERCAMBIADOR DE CALOR  
 DE ALTA EFICIENCIA



**REX LIMITED**  
 NUEVO NUEVO MODELO

**ACCIAIERIE VALBRUNA**  
 High quality is our standard

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

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





# Aceite de oliva

## Mercado extremadamente parado

**E**l campo ha agradecido las lluvias de los últimos días, que han ayudado a revertir la situación que sufría. Las precipitaciones han frenado en gran parte la preocupante sequía que asolaba los cultivos de las principales provincias productoras, especialmente el gran estrés hídrico que padecía el cultivo del olivar en Andalucía.

Esta situación, unida a la ausencia de operatividad y a la firmeza mostrada por la oferta, ha provocado una ligera caída en las cotizaciones de todas las categorías.

### Jaén

Muy escasa operatividad y precios meramente orientativos, con la oferta manteniéndose firme y sin prisas por vender, y la demanda comprando por estricta necesidad. Así, el lampante no muestra cotización; mientras que el virgen se establece a 8.400/8.500 €/t.; el refinado, a 8.400 €/t.; y el virgen extra, a 8.800/8.900 €/t.

### Córdoba

Semana muy tranquila donde se retira el aceite adquirido con anterioridad, con el vendedor esperando la reacción del mercado una vez se conozcan los próximos datos; y el comprador vendiendo su aceite envasado para volver a tener liquidez. En este sentido, el lampante se sitúa a 8.200/8.300 €/t.; el virgen y el refinado, a 8.400/8.450 €/t.; y el virgen extra, a 8.800/9.000 €/t.

### Sevilla

Mercado de vacaciones, acentuado por la jornada festiva en Andalucía. Oferta muy tranquila y demanda que brilla por su ausencia.

Rosa Moliterno

Broker

Aceite de oliva a granel

952 603 030

rm@iberiadeaceites.com

Iberia de Aceites S.L.

En este contexto, el lampante se sitúa a 8.100/8.200 €/t.; el virgen, a 8.500/8.600 €/t.; el refinado, a 8.500 €/t.; y el virgen extra, a 9.000 €/t.

### Málaga

Movimiento prácticamente nulo en un mercado ausente de operatividad donde el único ruido es el de los tractores.

### Castilla-La Mancha

Apenas movimiento ni operatividad con mayor oferta que demanda, que permanece a la expectativa. Así, el virgen repite a 8.400 €/t.; y el AOVE, a 8.600/8.800 €/t.

### Tarragona

Mercado muy parado, con pocas existencias y con los AOVes frutados y dulces con DOP ofertándose a 9.100 €/t.

### Extremadura

Mercado extremadamente parado con operaciones que se realizan a cuentagotas y cotizaciones que descienden en menor medida. Oferta y demanda muy tranquilas y operando exclusivamente por necesidades financieras o de compra-venta por estricta necesidad. En este sentido, el lampante cotiza a 8.100/8.250 €/t.; el virgen, a 8.400/8.500 €/t.; y el AOVE, a 8.600/9.000 €/t.

### Valencia


Movimiento casi nulo en una semana sin apenas operatividad, con una oferta que se mantiene firme y una demanda que sigue a la espera de que bajen las cotizaciones. En este contexto, el lampante se establece a 8.300 €/t.; el virgen, a 8.350 €/t.; el AOVE, a 8.700/8.800 €/t.; y el refinado, a 8.400 €/t.


**¡DISFRUTA DE LA TRANQUILIDAD SIN PAROS INESPERADOS GRACIAS AL SERVICIO TÉCNICO DE PIERALISI!**



Opta por la excelencia programando tu mantenimiento ahora y asegura un rendimiento técnico de primera.

 **20% en recambios**  
**15% en reparaciones de taller**  
**10% en consumibles**

 **Válido para solicitudes de mantenimiento recibidas antes del 31 de marzo.**

 **Pregunte sin compromiso las ventajas de realizar un contrato de mantenimiento.**

**¡NO PIERDAS MÁS TIEMPO, LLAMA AHORA Y DESCUBRE DESCUENTOS EXCLUSIVOS!**

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



# Vuelve MUNDOLIVAR, el gran congreso mundial del olivar y el aceite de oliva

MUNDOLIVAR 2024 ya está aquí. El II Congreso Mundial de Olivicultura y Elaiotecnia organizado por Grupo Editorial Mercacei y Grupo Agromillora regresará al Aula Magna del Campus de Rabanales de la Universidad de Córdoba (UCO) los próximos 11 y 12 de junio en una edición que promete ser incluso más espectacular que la primera, que representó todo un hito en el sector oleícola y olivarero.



Al igual que en la primera edición, este encuentro pionero y sin precedentes en el sector congregará a más de 1.200 asistentes y a los grandes referentes de la olivicultura internacional.

MUNDOLIVAR 2024 -que contará de nuevo con la destacada presencia del ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, entre otras relevantes personalidades- volverá a convertirse en la gran referencia mundial de la olivicultura y la elaiotecnia, respondiendo a las necesidades y preocupaciones reales del sector, con la innovación, la rentabilidad, el *business* y el *networking* como piedras angulares. Un

Congreso que, a falta de más de tres meses para su celebración, ya ha despertado una inusitada expectación.

La cita reunirá de nuevo a los principa-

les actores del sector nacional e internacional: olivicultores, productores, responsables de almazaras y cooperativas, envasadores, inversores, CEOs y directores técnicos, consultores, ingenieros agrónomos y técnicos; así como centros de formación y de I+D+i, asociaciones profesionales y administraciones.

**MUNDOLIVAR 2024: una edición que ofrecerá las claves para obtener la mayor rentabilidad**

Los máximos ejecutivos de las grandes compañías de la industria del aceite de oliva explicarán en un mismo foro a todos los

Intermediario de aceite de oliva

**Ramón Alcalá**

607 628 997

[administracion@origenia.com](mailto:administracion@origenia.com)

Tel.: 957 498 590 • Fax: 957 245 155





**Área expositiva y talleres**

Además de las mesas redondas, MUNDOLIVAR 2024 albergará de nuevo un área expositiva con innovadores formatos para los patrocinadores del evento, donde las principales empresas proveedoras del sector podrán establecer contacto directo y presencial con los participantes mediante *business meetings*.

También contará con diversos talleres prácticos -que tanto éxito

asistentes cómo adaptarse a los tiempos convulsos que se viven en la actualidad; mientras que los nuevos actores del sector confirmarán el atractivo de invertir en olivicultura y ofrecerán las claves para obtener la mayor rentabilidad.

La Inteligencia Artificial y la aplicación de las TIC en el campo y en la almazara constituirán otro de los ejes vertebrados del Congreso, con la presencia de empresas punteras y a la vanguardia en lo que se refiere a digitalización, que hoy día se antoja como una de las mejores herramientas para la toma de decisiones.

MUNDOLIVAR 2024 -cuyo programa completo se dará a conocer en los próximos días- ofrecerá también las claves para elaborar aceites de oliva vírgenes extra saludables y de altísima gama, desveladas por los mejores coaches internacionales.

Otras temáticas de indudable interés y rabiosa actualidad que se abordarán

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

---

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

durante las dos jornadas del Congreso serán el agua, el secuestro de carbono -como nueva vía de ingresos- y el cambio climático; las mejores prácticas en el proceso de extracción para revertir los bajos rendimientos; o la revolución genética y las nuevas variedades y modelos de plantación. Todo ello con un enfoque práctico, directo y orientado al negocio a cargo de los mejores profesionales del mundo.

obtuvieron en la primera edición- para profundizar, por ejemplo, acerca de las claves para diseñar y gestionar una explotación de olivar en seto; o en cuestiones relacionadas con la sostenibilidad, la promoción e imagen de marca, el oleoturismo, etc.

Por si fuera poco, el Congreso ofrecerá también una atractiva programación de actividades paralelas tales como *showcookings*, catas o encuentros B2B; además de monólogos y actuaciones para amenizar las dos jornadas de un evento que, como sucedió en la primera edición, no dejará indiferente a nadie.



- EFICIENCIA IE3
- MÍNIMA HUMEDAD
- PRODUCTIVAS
- BAJO NIVEL ACÚSTICO

**Separadoras Pulpa-Hueso**  
 MODELOS SPH SERIE X

PRODUCCIONES	
SPH25X	4.000 Kg/h
SPH30X	6.000 Kg/h
SPH40X	8.000 Kg/h
SPH50X	10.000 Kg/h
SPH75X	15.000 Kg/h
SPH100X	20.000 Kg/h

**Bombas Mecánicas**  
 MODELOS BM

PRODUCCIONES	
BM7,5	7.500 Kg/h
BM10	10.000 Kg/h
BM12	12.500 Kg/h
BM15	15.000 Kg/h
BM25	25.000 Kg/h

**MAQUINARIA OLEÍCOLA**  
**40 AÑOS A TU SERVICIO.**

**Bombas Hidráulicas**  
 MODELOS BH

PRODUCCIONES	
BH7,5	7.500 Kg/h
BH10	10.000 Kg/h
BH12	12.500 Kg/h
BH15	15.000 Kg/h
BH20	20.000 Kg/h

Ctra la Roda - Pedrera km 1 41590 La Roda de Andalucía (Sevilla) España  
 Telf: +34 954 016 294 Fax: +34 954 015 038  
 info@caldereriarivero.es https://caldereriarivero.es

*Aceites de oliva*C  
o  
t  
i  
z  
a  
c  
i  
o  
n  
e  
s  
  
d  
e  
  
A  
c  
e  
i  
t  
e  
s  
  
y  
  
G  
r  
a  
s  
a  
s

		EUROS/T. SEMANA 26 feb./3 marzo '24 (Cierre día 21 febrero '24)	EUROS/T. SEMANA 4/10 marzo '24 (Cierre día 28 febrero '24)
	<b>ANDALUCÍA</b>	€/t.	€/t.
JAÉN	Lampante, base 1º	8.400	Sin oper.
	Virgen	8.500	8.400/8.500
	Virgen extra	8.800/9.000	8.800/8.900
	Refinado	8.500	8.400
CÓRDOBA	Lampante, base 1º	8.400	8.200/8.300
	Virgen	8.500/8.550	8.400/8.450
	Virgen extra	8.800/9.000	8.800/9.000
	Refinado	8.550/8.600	8.400/8.450
SEVILLA	Lampante, base 1º	8.100/8.200	8.100/8.200
	Virgen	8.500/8.600	8.500/8.600
	Virgen extra	9.000	9.000
	Refinado	8.500	8.500
GRANADA	Lampante, base 1º	8.400	Sin oper.
	Virgen	8.500	8.400/8.500
	Virgen extra	8.800/9.000	8.800/8.900
MÁLAGA	Lampante, base 1º	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra	Sin oper.	Sin oper.
TOLEDO	<b>CASTILLA-LA MANCHA</b>		
	Virgen	8.400	8.400
	Virgen extra	8.600/8.800	8.600/8.800
LÉRIDA Y TARRAGONA	Virgen extra (DOP)	9.100	9.100
ALICANTE	<b>COMUNIDAD VALENCIANA</b>		
	Lampante, base 1º	8.300	8.300
	Virgen	8.350	8.350
	Virgen extra	8.800/8.900	8.700/8.700
BADAJOZ	<b>EXTREMADURA</b>		
	Lampante, base 1º	8.200/8.300	8.100/8.250
	Virgen	8.400/8.500	8.400/8.500
	Virgen extra	8.700/9.000	8.600/9.000

\* 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



tratamiento y adecuación postcosecha del fruto y del agua



AGROISA.COM | info@agroisa.com

## Aceites de orujo

EUROS/T. SEMANA 26 feb./3 marzo '24 (Cierre día 21 febrero '24) EUROS/T. SEMANA 4/10 marzo '24 (Cierre día 28 febrero '24)

SEVILLA

ANDALUCÍA	€/t.	€/t.
Refinable, base 10º	3.300	3.300
Refinado, winterizado, a granel, sobre origen	4.300	4.300

## Aceites de semillas

SEVILLA

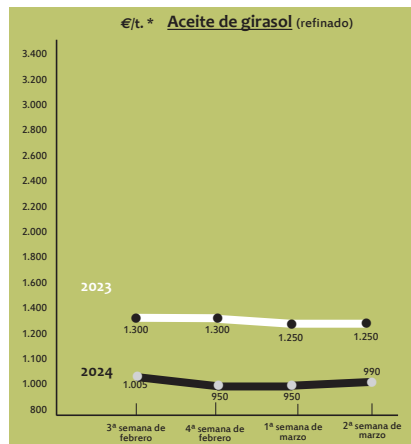
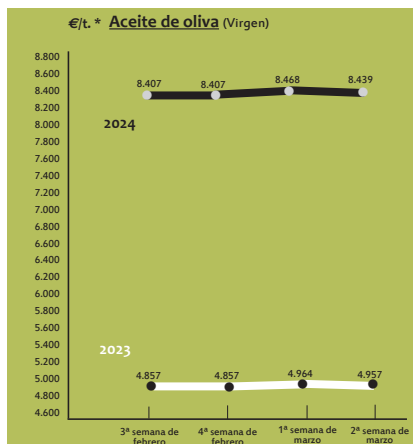
<b>ACEITE DE GIRASOL</b> (Sobre origen a granel)		
Crudo	Sin oper.	Sin oper.
Refinado	990/1.000	990
<b>ACEITE DE SOJA</b> (Sobre origen cisternas)		
Crudo	875	930
Refinado	1.050	980
<b>ACEITE DE SEMILLAS</b>		
Refinado	990/1.000	990

## Oleínas y Ácidos grasos

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

(Estos precios se entienden sin envase sobre fábrica).

### Evolución mensual de los precios



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

**Si no tienes tus claves, solicítalas a [redaccion@mercacei.com](mailto:redaccion@mercacei.com)**

(\* Media ponderada a nivel nacional).



## Aceites y Grasas industriales

MADRID  
BARCELONAEUROS/KG.  
SEMANA  
26 feb/3 marzo '24  
(Cierre día 21 febrero '24)EUROS/KG.  
SEMANA  
4/10 marzo '24  
(Cierre día 28 febrero '24)

	€/t.	€/t.
SEBO FUNDIDO	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO, Extra-fancy	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO, Fancy	s/c	s/c
GRASA ANIMAL 3° (origen)	880	880
GRASA ANIMAL 5° (origen)	890	890
MANTECA DE CERDO 0,5° (origen)	1.110	1.110
ACEITE DE COCO (refinado)	1.747	1.747
ACEITE DE LINAZA (refinado)	s/c	s/c
ACEITE DE MADERA	4.200	4.200
ACEITE DE RICINO	1.450	1.450
ACEITE DE PATA DE BUEY	s/c	s/c
ACEITE DE PESCADO refinado	7.115	7.115
GLICERINA BIDESTILADA	s/c	s/c
GRASA ANIMAL DE CORTEZAS DE CERDO < 5° (destino)	s/c	s/c

\*Precios orientativos.

### Características de los aceites y las grasas industriales

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

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

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

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

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

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

ACEITE DE MADERA: sobre Barcelona.

ACEITE DE RICINO: calidad n°1, índice de yodo 80/90. Color Gardner 2/3. Sobre Barcelona.

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

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

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

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

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

GLICERINA DESTILADA: 98% glicerol, en cisternas.

GLICERINA 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

Cotizaciones de Aceites y Grasas

		EUROS/KG. SEMANA 26 feb./3 marzo '24 (Cierre día 21 febrero '24)	EUROS/KG. SEMANA 4/10 marzo '24 (Cierre día 28 febrero '24)	
		€/t.	€/t.	
ITALIA	SUR DE PUGLIA	ACEITE DE OLIVA virgen extra	9,50	9,50
		ACEITE DE OLIVA refinado	8,55	8,55
		ACEITE DE OLIVA lampante	7,50/7,80	7,40/7,70
		ACEITE DE ORUJO refinado	4,30	4,30
		ACEITE DE GIRASOL refinado	1,00	1,00
		ACEITE DE MAÍZ refinado	1,20	1,20
		ACEITE DE SOJA refinado	1,10	1,05
		ACEITE DE CACAHUETE refinado	2,35	2,35
NORTE DE PUGLIA & CALABRIA	ACEITE DE OLIVA virgen extra	9,50/9,70	9,50/9,70	
	ACEITE DE OLIVA virgen	s/c	s/c	
TÚNEZ	ACEITE DE OLIVA virgen extra	8,10/8,20	8,05/8,15	
	ACEITE DE OLIVA virgen extra	8,00/8,50	8,00/8,50	
MARRUECOS	ACEITE DE OLIVA virgen extra	8,00/8,50	8,00/8,50	
TURQUÍA	ACEITE DE OLIVA refinado	s/c	s/c	
GRECIA	ACEITE DE OLIVA virgen extra Creta	9,00/9,40	8,90/9,20	
	ACEITE DE OLIVA virgen extra Peloponeso (Precios facilitados por Olio Officina Magazine)	8,80/9,00	8,70/8,90	
PORTUGAL	ACEITE DE OLIVA virgen extra	8,80/9,00	8,80/9,00	

### TIPOS DE INTERÉS INTERBANCARIO (29 de febrero de 2024) (Los tipos de mercado)

	1 semana	1 mes	2 meses	3 meses	6 meses	12 meses
Euro (euribor) .....	-	-	-	-	-	3,73
Dólar .....	-	4,57	-	4,97	5,26	5,68
Yen Japonés .....	-	-	-	-	-	-
Libra Esterlina .....	-	4,03	-	4,32	4,71	-
Franco Suizo .....	-	-	-	-	-	-
Dólar Canadiense .....	-	-	-	-	-	-

### Euro

Peseta .....	166,386
Lira italiana .....	1.936,270
Escudo portugués .....	200,482
Dracma griego .....	340,750
Florín .....	2,204
Dólar .....	1,080
Dólar Canadá .....	1,461
Yen japonés .....	162,12
Corona sueca .....	11,207
Corona checa .....	25,38
Libra esterlina .....	0,856
Franco suizo .....	0,951



Look out!  
High Quality  
Extra Virgin Olive Oil  
is right here!



CEQ  
CONSORZIO  
EXTRAVERGINE  
DI QUALITÀ

ceqitalia.com



Campaign financed with the help of the European Union and the Italian Government. Reg. Olio MAS/014 and EN/014 as awarded



## Comercialización

# Las ventas de AOVE de las empresas de Anierac caen un 25,23% en lo que va de campaña



La Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles (Anierac) ha publicado los datos correspondientes a enero, de los que se desprende que las ventas de la categoría virgen en lo que va de campaña 2023/24 sumaron un total de 9,1 millones de litros, lo que supone un descenso del 5,13%; mientras que las de virgen extra cayeron un 25,23%, hasta 29,5 millones de litros.

Las salidas de aceites envasados en enero se situaron en 53,04 millones de litros (+15,8% respecto al mismo mes de un año antes), de los que 19,8 millones correspondieron a aceite de oliva y a aceite de oliva virgen; 2,25 millones a orujo de oliva; y 30,9 millones a aceites refinados de semillas oleaginosas (27,5 millones de girasol y 3,1 millones de mezcla de semillas).

En concreto, las ventas de la cate-

goría virgen sumaron en ese mes un total de 2,6 millones de litros (+8,4% respecto a enero de 2023), mientras que las de virgen extra descendieron un 8,6%, hasta 7,8 millones de litros.

Por su parte, las ventas de aceite de oliva suave e intenso se situaron en 6,9 millones de litros (+3,9%) y 2,4 millones de litros (+1,9%), respectivamente.

Volviendo a los datos de lo que va de campaña 2023/24, las ventas totales se situaron en 75 millones de litros, frente a los 93,8 millones que se vendieron en el mismo periodo de la temporada anterior, lo que supone un descenso del 19,98%.

En cuanto a las cifras de ventas de aceite de oliva suave entre octubre de 2023 y enero de 2024 se situaron en 26,1 millones de litros (-22,05%), mientras que las de intenso cayeron un 7,81%, hasta 10,1 millones de litros.

De aceite de orujo de oliva salieron en ese periodo un total de 8,5 millones de litros (+50,33%).



**J. Morales Navas**  
comercial aceitera s.l.u

Tlf. +34 957 676 009 / +34 957 676 044  
Mob. +34 686 965 465  
DOÑA MENCÍA - CÓRDOBA

## MATERIAS PRIMAS PARA piensos compuestos

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

### LA BOLSA DE CHICAGO

**Habas de soja:** La semana cerraba a 1.135,25 centavos de dólar por bushel; la última semana cerró a 1.160,25.

◆ **Precios: Futuros marzo.**

**Harina de soja:** 331,50 dólares por tonelada corta era el último precio de cotización al cierre de nuestra revista, mientras que la anterior indicaba 342,40.

◆ **Precios: Futuros marzo.**

**Aceite de soja:** Cerraba a 44,77 centavos de dólar por libra, desde la última cotización de a 44,82.

◆ **Precios: Futuros marzo.**

**Maíz:** Terminó la semana a 414,75 centavos/bushel, habiendo comenzado a 410,25.

◆ **Precios: Futuros marzo.**



# Una investigación del IG-CSIC destaca el potencial del aceite de orujo en repostería

**Una investigación del Instituto de la Grasa del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (IG-CSIC) muestra la viabilidad del aceite de orujo refinado para mejorar las propiedades nutricionales de productos horneados de bollería y repostería industrial, magdalenas y tortas de aceite tradicionales.**

Los resultados del estudio “Aceite de Orujo de Oliva como ingrediente de alimentos horneados (tortas y magdalenas): resistencia a la degradación oxidativa y evaluación de componentes bioactivos” han sido presentados dentro del programa científico de la World Olive Oil Exhibition (WOOE) y publicados en las revistas *LWT-Food Science and Technology* y *Foods*.

Con el fin de obtener evidencias científicas del potencial del aceite de orujo refinado como ingrediente de alimentos horneados, la investigación ha probado la sustitución parcial y total de aceite de girasol, habitualmente utilizado en alimentos horneados, como tortas de aceite y magdalenas, por aceite de orujo refinado, analizando su valor nutricional, resistencia a la degradación oxidativa y grado de enranciamiento durante su conservación.

Con este planteamiento y tras los ensayos realizados, el estudio ha concluido que la sustitución parcial o total del aceite de girasol por aceite de orujo mejora las propiedades nutricionales de magdalenas y tortas de aceite tradicionales, debido a la mejora en el perfil de ácidos grasos y a los componentes bioactivos del orujo, los cuales no se encuentran en el girasol, como los alcoholes y ácidos triterpénicos, así como también alcoholes alifáticos, o que están presentes en cantidades

sustancialmente más bajas, como el escualeno. Además, los niveles de estos componentes del aceite de orujo permanecen prácticamente inalterados durante el procesado y almacenamiento. Además, se produce una notable mejora en la calidad de ambos alimentos, especialmente en las tortas de aceite tradicionales, donde el aceite de girasol se degrada fácilmente durante el almacenamiento. La utilización de aceite de orujo refinado de elevada calidad puede incluso prolongar la vida útil de las tortas de aceite.

En cuanto a las cualidades organolépticas, testadas en un panel de consumidores a través de la empresa AINIA, la sustitución del aceite de girasol con aceite de orujo refinado no introduce cambios significativos en las propiedades organolépticas de los productos recién preparados y mejora notablemente la calidad organoléptica de las tortas de aceite durante la vida útil.

Según ha precisado el investigador principal, Joaquín Velasco Jiménez, “como conclusión global se puede decir que el aceite de orujo refinado conserva intactas sus propiedades organolépticas y nutricionales durante la elaboración y almacenamiento de magdalenas y tortas de aceite tradicionales. Por consiguiente, presenta un gran potencial como ingrediente en la industria de alimentos horneados”.

## Apuesta por la investigación

El estudio ha sido promovido por la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva (ORIVA), dedicada a la investigación y promoción de este producto. Desde su creación, esta organización ha resaltado su apuesta por una política de I+D basada en la independencia, la continuidad y el rigor, por lo que ha confiado el grueso de la actividad al Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), principal institución de investigación en nuestro país. Gracias a los estudios llevados a cabo por el Instituto de la Grasa (IG) y el Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos y Nutrición (ICTAN) se han conseguido evidencias sobre su interés nutricional y rendimiento en fritura; y sus efectos en la salud cardiovascular y la prevención de Alzheimer, de reciente publicación en revistas científicas internacionales.

El estudio sobre horneados presentado en la WOOE viene a reforzar esta bibliografía científica sobre el aceite de orujo de oliva. También en repostería, ORIVA se ha referido a la investigación del ICTAN sobre su empleo como sustituto de grasa en la elaboración de margarinas para masas de hojaldres, cuya fiabilización se prevé también este año.



**HERPASUR SA**  
CALDERERÍA INOX

**LA CALIDAD**  
NUESTRA RAZÓN  
**DE SER LÍDER**

**FÁBRICA Y OFICINA**  
Polígono Industrial El Portal  
C. Sudáfrica, Parcela 83  
11408 Jerez de la Frontera (Cádiz)

**Tif:** + 34 956 14 32 71  
**Fax:** + 34 956 14 36 27  
**Email:** info@herpasur.com  
www.herpasur.com



**SECOVISA**  
Soluciones en Acero Inoxidable



**TANKINOX**



# La WO OE cierra con la presencia de más de 5.000 visitantes de 50 países

La World Olive Oil Exhibition (WO OE), celebrada los días 26 y 27 de febrero en IFEMA Madrid, recibió a más de 5.000 visitantes procedentes de 50 países, representando la práctica totalidad de los países miembro del Consejo Oleícola Internacional (COI), cuyo director ejecutivo, Jaime Lillo, asistió a la inauguración, según destacó Pomona Keepers, entidad organizadora de la feria.

Para Otilia Romero de Condés, CEO de Pomona Keepers, “es un éxito que hayamos podido reunir al 93% de la producción nacional en esta edición y 800 marcas españolas representadas, más aún en un momento de tiempos delicados en el sector agrícola y olivarero, y de máxima expectación ante el futuro para productores y compradores”.

En este sentido, Romero de Condés coincidió “con profesionales del sector en afirmar que se duplicará la producción si la meteorología lo permite y, por ende, el consumo, por lo que hay que estar preparados”.

Por su parte, el consultor estratégico Juan Vilar subrayó que “tenemos unos precios que jamás hemos alcanzado en la historia y las claves de la evolución seguirán siendo la climatología y el comportamiento del consumidor tanto nacional como internacional”.

Durante estos dos días, la WO OE contó también con un interesante programa de conferencias en el que no faltó ninguno de los actores directos e indirectos del sector, además de Globalcaja, entidad bancaria colaboradora desde la primera edición. Así, en este programa de conferencias se analizó el presente y futuro de los mercados, las perspectivas mundiales de producción y los nuevos retos del sector a través de un ambicioso programa de conferencias.

## Así funciona un proyecto de oleoturismo de éxito

Una edición más, Grupo Editorial Mercacei, como *media partner* de la WO OE, tuvo un especial protagonismo en el programa de conferencias de la feria. En este senti-



do, organizó sendas mesas redondas sobre el potencial del oleoturismo para el sector, moderada por el CEO de Grupo Editorial Mercacei, Juan A. Peñamil; y los *millennials* del AOVE, conducida por Pandora Peñamil Peñafiel, directora de *Oliva-tessen* y la *Guía EVOOLEUM*.

En concreto, Juan A. Peñamil moderó el lunes 26 de febrero la mesa redonda denominada “Así funciona un proyecto de oleoturismo de éxito”, que contó con la participación de Martín Puga, director de Marketing de Finca La Pontezuela (Centro de Interpretación 5 Elementos); Nelly Samper, responsable comercial en LA Organic (Hotel Cortijo LA Organic); María Amores, directora de Marketing y Comunicación de Grupo Montes Norte (Centro de Interpretación y Formación Oliva); y José Antonio Jiménez, director gerente y responsable del Área de Oleoturismo de Oleícola San Francisco.

En ella se desvelaron las claves del éxito de un proyecto de oleoturismo: conocer a fondo el producto que ofreces para descubrirlo al consumidor; poner en valor la cultura del aceite de oliva y generar oportunidades de negocio; y crear una oferta responsable, respetando horarios y visitas y apostando por la excelencia en el servicio, entre otras; al tiempo que se destacó la importancia de que “todos seamos altavoces de la oferta de todos”, en palabras de Jo-

sé A. Jiménez, quien señaló que “se trata de descubrir nuevas experiencias y el AOVE se está poniendo de moda en todo el mundo”. Y es que “España es el país más rico del mundo gracias, entre otros, al aceite de oliva virgen extra”, aseguró María Amores.

## Los *millennials* del AOVE

Por su parte, Pandora Peñamil Peñafiel fue la encargada de dirigir la mesa redonda “Los *millennials* del AOVE”, en la que participaron Rafael Alonso Barrau, director comercial y export manager de Rafael Alonso Aguilera (AOVE Oro del Desierto); Cristina Garrido, directora de la Escuela de Cata de Aceites Los Quinientos; Salz Medina, propietaria de Salzysalz; Mercedes Uceda, responsable de calidad de IADA Ingenieros; y José Miguel Molina, cazador y responsable de calidad de Aceites Manuel Molina.



En ella se habló de la considerada como la generación más emprendedora de la historia -que más bien podría denominarse la generación de las crisis-, de los *agro-millennials*, digitalización e Inteligencia Artificial, sostenibilidad -una de las asignaturas pendientes con un largo camino por recorrer y defensa de la biodiversidad, crisis económicas, formación, redes sociales -imprescindibles hoy en día... Todos ellos coincidieron en lamentar la escasez de *millennials* en puestos de responsabilidad y de toma de decisiones; al tiempo que subrayaron la necesidad de “rodearse de los que más saben”, incidiendo en la importancia de un buen *branding* e identidad de marca -un tanto abandonado a favor del *packaging*- para comunicar el proyecto y los valores de marca, así como de la formación y la promoción, vendiendo los múltiples beneficios saludables del AOVE.

Ilusión y pasión en lo que se hace fue otro de los conceptos recurrentes, al igual que la “obligación de mantener y mejorar el trabajo de nuestros predecesores, lo que constituye todo un reto”, señaló Rafael Alonso Barrau, quien congesó que “me enamoré del sector y ahora no entiendo la vida de otra manera”. “El desconocimiento del producto por parte del consumidor es el gran problema, al igual que el desconocimiento del consumidor por parte del sector”, aseguró Cristina Garrido, quien apostó por la formación, la capacidad de escucha, la creatividad y el pensamiento lateral cuando se le preguntó por los consejos que le daría a alguien de la Generación Z que quisiera poner en marcha un proyecto como el suyo.

Finalmente, Instagram se reveló como la red social más eficaz y utilizada en la actuali-

dad, por ser la más visual y la que mayor alcance tiene, el canal más directo para llegar al consumidor, recordando la importancia de dotar a las redes de contenido y de filtrarlos para que sean auténticos y coherentes con el posicionamiento de marca.



### Catas y concursos

La WOOE contó también con un amplio programa de catas de AOVes de diferentes procedencias y otras iniciativas como el Olive Oil Bar, un espacio de cata para descubrir, de manera independiente, los mejores aceites de oliva de todas las empresas participantes; y The Olive Tree Corner, un espacio de encuentro, presentaciones y *networking* centrado en el mundo del olivo: oleoturismo, marketing, salud, *packaging* e innovación.

Asimismo, se celebró el Desafío WOOE “Campo y Alma”, el tradicional concurso de ensaladas con aceites de las cuatro DOPs de



Castilla-La Mancha y los productos de calidad amparados dentro de la marca de garantía *Campo y Alma*, impulsada por la Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, y cuyo ganador fue el albaceteño Javier García Albuguer, chef del restaurante La Martina (Albacete).

Por su parte, en el Desafío WOOE “Junta de Andalucía”, en el que los cocineros participantes reinterpretaban una sopa fría andaluza empleando aceite de oliva virgen extra de esta Comunidad, el ganador fue Daniel Larios, del restaurante madrileño Mercado de la Reina.

Finalmente, en el marco de este encuentro tuvo lugar la entrega de los Premios WOOE a la Excelencia, cuyo objetivo es poner en valor a aquellos profesionales, empresas, proyectos y productos que a través de sus acciones y propuestas contribuyen a mejorar el sector. Los premiados en esta edición fueron Antonio Manzano, por su trayectoria profesional como gerente de la empresa Calderería Manzano; Mazen Badawood, CEO de Aljouf Agricultural Development Company, que fue reconocido en el ámbito de la innovación empresarial; Pedro Barato, presidente de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, por el apoyo y difusión de los aceites de oliva españoles; la marca *Gusto del Sur*, de la Junta de Andalucía, por su orientación estratégica y representatividad internacional; el Grupo Montes Norte, por ejercer de vertebrador poblacional y generador de renta neta rural; CEPAAL-Azeite do Alentejo, por su inestimable labor de defensa y promoción de los aceites portugueses; y María Morales, propietaria de Esencia by María Morales, referente de la cocina castellano-manchega y una de sus grandes embajadoras.





# ESCAPARATE DE PROVEEDORES



## ANÁLISIS

# AxFlow

### LA MEJOR TECNOLOGÍA NIR EN ALMAZARA

Mayor Rentabilidad - Rápida Amortización

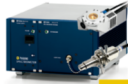
LABORATORIO "At-line"



SpectraAlyzer

ZEUTEC

PROCESO "On-line"



Sistema Polytec

Polytec

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

## DEPOSITOS INOX.



**AMAZANO**  
**Flottweg**

LÍNEAS COMPLETAS EXTRACCIÓN - BODEGAS ACERO INOXIDABLE - SERVICIO TÉCNICO OFICIAL FLOTTWEG  
[WWW.CALDERERIAMAZANO.NET](http://WWW.CALDERERIAMAZANO.NET)



**SERIJEREZ**  
DECORACIÓN EN VIDRIO

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



**tecnilab**  
tecnología analítica


*La solución integral para su almazara*

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



**AUTELEC**  
TECNOLOGÍA, S.L.

Tel: +34 963 751 471  
+34 628 632 992  
[comercial@autelec.es](mailto:comercial@autelec.es)  
[www.autelec.es](http://www.autelec.es)



**centrifugación alemana**

La extracción convertida en arte.

## BOMBAS



bombas **TRIEF** desde 1967

Bombas de aletas de desplazamiento positivo para aceites vegetales



[ventas@bombastrief.es](mailto:ventas@bombastrief.es)  
[www.bombastrief.es](http://www.bombastrief.es)



**Codi - Pack**  
MARCAJE Y CODIFICACIÓN, S.L.

20 AÑOS SOLUCIONANDO SUS PROBLEMAS DE LLENADO Y ETIQUETADO

[www.codi-pack.com](http://www.codi-pack.com)



**Palacín**

Desde más de 100 años, ANDRITZ SEPARATION es la especialista en el desarrollo de tecnologías y conocimientos claves en el sector de la separación. Con más de 15.000 separadoras centrifugas instaladas en todo el mundo, ANDRITZ SEPARATION es uno de los líderes mundiales en el suministro de centrifugadoras.

Los desoladores F-type están diseñados específicamente para la industria alimentaria y en especial para el sector oleícola, cumpliendo con las exigencias más exigentes.

¡PALACÍN integra en su línea de extracción comercial todo gran mazo y se encuentra en el distribuidor exclusivo de ANDRITZ SEPARATION para España y Portugal.



**GP**  
González y París

La experiencia marca la diferencia



**ifamensa**  
INDUSTRIAL FABRICACIÓN DE ACEITES S.L.

Únicos Fabricantes Especializados en el Envasado de Aceites desde 1962



FABRICA Y ALMACÉN  
Avenida Vicente Piornar nº 12  
14850 BAENA (Córdoba)  
Telf: 0034 957 665 115  
e-mail: [taosa@taosa.com](mailto:taosa@taosa.com)

DELEGACIÓN EM PORTUGAL  
Rua A - Favelado 03  
Zona Ind. de Mirandela  
5370-565 MIRANDELA  
Telf. 00351 278 076 522

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

**TAOSA**



**Ausere**

Tel: +34 963 751 471  
+34 628 632 992  
[comercial@autelec.es](mailto:comercial@autelec.es)  
[www.autelec.es](http://www.autelec.es)



**agrama**  
ciencia y vida

PRECIOS  
PLAZOS  
RESULTADOS  
RECOGIDA MUESTRAS  
SATISFACCIÓN CLIENTE

**Análisis Agroalimentarios**  
Rigor | Esfuerzo | Compromiso

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



# ESCAPARATE DE PROVEEDORES




**LABORATORIO DE ANÁLISIS**  
*Fundado en 1944*

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

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



**TAMESUR, S.A.**

MAQUINARIA DE ELEVACIÓN Y TRANSPORTE



VIVEROS/CAMPO



**Lecciana,**  
— la variedad italiana de los —  
**GRANDES ACEITES**

PREMIUM



**HUMANES & COSTA**  
LABORATORIO AGROALIMENTARIO  
Especializado en olivar y aceite de oliva  
Servicios analíticos para el campo y la industria agroalimentaria

PH: +351 964 288 994  **Vidigueira, Portugal**

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

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

**BALAM**  
| AGRICULTURE |



**OLIVARUM**  
Fundación CAJA RURAL JAÉN  
asesoramiento | análisis | investigación | transformación | formación

**LABORATORIO CENTRO DE ASESORAMIENTO TÉCNICO AGRARIO**

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

PESAJE



**IMATED** AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS

10 AÑOS DE COMPROMISO EN EL AVANCE TECNOLÓGICO DEL SECTOR OLEÍCOLA

PESAJE PESO TRAZABILIDAD EFICIENCIA ENERGÉTICA SOFTWARE

Polígono Industrial "Los Olivares" C/ Huesa, 4, 23009 Jaén

info@imated31.es  
www.imated31.es  
953 284 697

Tractores estrechos de Kubota, más potentes, confortables y seguros



**Kubota**

**5** AÑOS DE GARANTÍA

[www.kubota-eu.com](http://www.kubota-eu.com)

**LABORATORIO TELLO**  
A Tentamus Company

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

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



SOFTWARE

**ANSOTEC** High Technology Great Performance

No podemos controlar el clima, pero sí los procesos.



INFORMACIÓN MÁS DE CERCA 

ALMAZARA CONECTADA 4.0

**MORESIL**  
Especialistas en Recolección



Olivar tradicional Superintensivo

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

PATIO

ILDEFONSO ROSA RAMÍREZ E HIJOS, S.L.

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

**JARR**  
**METEGAL**  
Pesaje conforme a metrología legal

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

UTILIZANDO AGROCUADERNO, SUPERAR CUALQUIER RETO ESTARÁ EN SU MANO



DESARROLLADO POR PROSUR



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

Económicos y muy rentables

**TODOLIVO** Infórmate

Telf. (0034) 957 42 17 40  
[www.todolivo.com](http://www.todolivo.com)



## Alimentaria refuerza The Olive Oil Bar, un espacio único y exclusivo dedicado al AOVE



Alimentaria & Hostelco volverá al recinto Gran Vía de Fira de Barcelona del 18 al 21 de marzo, donde participarán alrededor de 3.200 empresas expositoras que ocuparán 100.000 metros cuadrados netos y siete pabellones. Espera, asimismo, recibir a más de 100.000 visitantes profesionales, reafirmando su liderazgo como principal plataforma impulsora de negocios, internacionalización y *networking*. En esta edición volverá a contar con The Olive Oil Bar, un selecto espacio de cata auto-guiada de casi un centenar de AOVes que será una de las áreas más concurridas y atractivas del salón.

La directora de la empresa Food Consulting y coordinadora de The Olive Oil Bar, Marta Angulo, ha explicado a *Mercacei* que la organización de Alimentaria ha apostado por reforzar este espacio mejorando de manera notable su ubicación, que en esta edición se situará en Alimentaria Trends, entre los Pabellones 4 y 5.

Angulo ha precisado que los principales objetivos de The Olive Oil Bar son, entre otros, mostrar en un espacio único y exclusivo la oferta de los AOVes presentes en la feria para su degustación auto-guiada en un área diseñada especialmente para ello; y ofrecer a los visitantes la oferta sectorial de alta gama presente en el salón de forma aglutinada, “teniendo en cuenta la gran dispersión de las empresas expositoras en los distintos halls dentro de la propia feria”.

Asimismo, este área dedicada al aceite de oliva virgen extra -según ha añadido- pretende servir como espacio de indagación y valoración para los compradores nacionales e internacio-

nales que acuden a la feria, “de forma que posteriormente puedan contactar directamente en los stands con los AOVes de su interés, complementando la presencia de los expositores en Alimentaria con una visibilidad extra a través de The Olive Oil Bar”.

Respecto a los vírgenes extra que pueden formar parte de este espacio, Angulo ha subrayado que The Olive Oil Bar -que este año contará con un total de 98 referencias- está dirigido a productores con AOVes de alta calidad elaborados por empresas que participan en la feria y se dirigen al segmento medio-alto y alto del mercado.

En concreto, se estructurará en tres categorías: AOVes de Producción Convencional (58 referencias), AOVes de Producción Ecológica (29 referencias) y Especialidades (8 referencias). Además, estarán presentes los tres aceites de oliva vírgenes extra que han obtenido el Premio Alimentos de España del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) en la última edición.

Finalmente, Angulo ha resaltado “el incremento incesante en la calidad e innovación que presentan muchos de los participantes en este espacio, la mejora en el packaging y el desarrollo de gamas cada vez más completas y exquisitas”.

**Una edición más, Grupo Editorial Mercacei estará presente en Alimentaria con un stand propio situado en el Pabellón 5 Calle F Stand 260.**

## AOVELand celebra la primera edición de “La Butifuera”

Dentro del programa de actividades culturales de oleoturismo de AOVELand, la almazara visitable de Grupo Oleícola Jaén, se ha organizado por primera vez la fiesta de “La Butifuera”, un evento abierto al público con el que la empresa ha celebrado el final de la campaña de aceituna 2023/24.

Grupo Oleícola Jaén ha informado de que “La Butifuera” -con sus variantes “botijuela” y “botifuera”- es sinónimo del “remate”, la tradicional celebración festiva del último día de la cosecha de la aceituna. Y recibe este nombre porque hace alusión a la vasija llena de vino que el dueño del olivar regalaba a la cuadrilla de aceituneros y que éstos compartían junto a su última talega o alforja de comida.

Este evento no sólo ha ofrecido una experiencia culinaria, sino que también ha contribuido solidariamente al apoyo y beneficio de la Fundación Grupo Oleícola Jaén, una organización comprometida con iniciativas sociales en la región. La empresa ha precisado que en menos de una semana las 100 entradas puestas a la venta ya estaban agotadas.

La festividad, que rescata las profundas raíces de la cultura y tradición olivarera, ha incluido una experiencia gastronómica inspirada en la tradicional fiesta de la botijuela, confeccionada por José Carlos Calvo, de Burladero Baeza.

Para el Grupo Oleícola Jaén, “con este tipo de actividades se busca fomentar la cultura de Jaén y el oleoturismo, creando una sinergia entre el pasado y el presente; resaltando la importancia del olivar en la identidad local; y ofreciendo a los visitantes una experiencia enriquecedora que va más allá del turismo, convirtiéndose en una inmersión cultural y sensorial”.

Además, como parte de las novedades de “La Butifuera”, Juan Manuel Pérez, de Vander Coffee (Jaén), ha sorprendido a los participantes con la innovadora propuesta del “AOVEccino”, una combinación única que fusiona la intensidad del café con la suavidad y los matices del virgen extra.



# El AOVE influye positivamente en problemas de fertilidad asociados a altos niveles de colesterol

El investigador Miguel Fornés, junto al grupo de trabajo del Laboratorio de Investigaciones Andrológicas del Instituto de Histología y Embriología de Mendoza (IHEM, CONICET-UNCuyo), estudian desde hace más de una década los efectos negativos de poseer altos niveles de colesterol (hipercolesterolemia) en la fertilidad masculina y cómo el consumo de aceite de oliva virgen extra ayuda a revertirlos.

Según el científico, este alimento no sólo reduce sensiblemente los niveles de colesterol en sangre, sino que además revierte los efectos negativos que este fenómeno produce en la calidad del semen, la función de los espermatozoides y el mecanismo celular involucrado.

El CONICET ha informado de que las Enfermedades Crónicas del Adulto (ECA) presentan un denominador común que es la hipercolesterolemia. El número de personas que padecen ECA, ya sea diabetes, problemas cardiovasculares e incluso algunos tipos de cáncer, se ha incrementado en los últimos años y se ha convertido en un grave problema para países en desarrollo y desarrollados. En la base de estas enfermedades también se encuentran ciertos hábitos de vida no saludables, como el sedentarismo y la ingesta elevada de calorías y grasas.

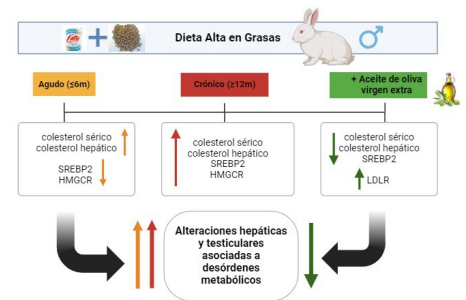
Los estudios de laboratorio realizados por el equipo de investigación en conejos señalan que la sustitución de una dieta alta en grasas por una con alta presencia de AOVE logra regular los procesos alterados y permite que la espermatogénesis vuelva a sus ni-

## Asistencia técnica especializada para el mejor aceite de oliva

veles normales. “Como venimos del área de la biología de la reproducción, lo que hemos encontrado -y publicado- es que cuando aumenta el colesterol se producen alteraciones de la espermatogénesis, es decir, el proceso de formación de las células sexuales masculinas, los espermatozoides”, ha precisado Fornés.

El investigador ha añadido que “desde los primeros resultados hemos avanzado en determinar los efectos negativos de la hipercolesterolemia a nivel celular y molecular, así como la reversión de los mismos mediante la incorporación de aceite de oliva virgen extra”.

Las investigaciones del equipo destacan que el AOVE de origen local de variedades como arauco, por ejemplo, tiene un efecto positivo aún con dietas grasas, lo que indica que es un excelente complemento de hábito alimenticio en general. Asimismo, en sus investigaciones el grupo describió que este alimento funciona como un “recuperador natural” de las alteraciones producidas por los altos niveles de colesterol en sangre. “Mostramos cómo la hipercolesterolemia modifica cuestiones fisiológicas vinculadas a la fertilidad; y, en una segunda parte, cómo el aceite de oliva recompone o ayuda a recomponer esa alteración. Además, en trabajos recientes hemos analizado el efecto de las dietas en el hígado”, ha indicado Fornés.



Created in BioRender.com

EXCLUSIVE SPONSOR

OVIBEJA

WWW.AZEITE-OVIBEJA.PT

# 13.

## INTERNATIONAL EXTRA VIRGIN OLIVE OIL COMPETITION



## Lola Amo: “La nueva Feria del Olivo de Montoro será un reflejo de la revolución tecnológica que vive el sector”

La XXII Feria del Olivo de Montoro, que se celebrará entre el 7 y el 9 de mayo en el recinto del Patrimonio Comunal Olivarero, situará al expositor y a los profesionales del sector en el centro de su nueva edición, evidenciando el deseo de refundación de esta muestra histórica que nació hace 30 años. En una entrevista con *Mercacei*, la alcaldesa de Montoro, Lola Amo, desvela las claves de esta renovación y sus aspectos diferenciales respecto a ediciones anteriores.

**Desde la organización se ha evidenciado el deseo de renovar esta feria que cuenta con 30 años de historia. ¿Cuáles son las claves de esta renovación?**

La renovación de la Feria del Olivo de Montoro se basa en varios aspectos clave. En primer lugar, buscamos centrar la atención en los expositores y profesionales del sector, reforzando la atención personalizada y adaptándose a sus demandas y a las nuevas tecnologías. Por otra parte, la digitalización del sector oleícola es un elemento central en esta renovación, reflejado en el lema “Hacia la digitalización del sector oleícola”. Es decir, se mantiene su esencia tradicional, pero la feria será un reflejo de la revolución que vive la olivicultura y sus procesos de transformación.

**¿Qué aspectos diferenciales destacaría de la XXII edición de la feria respecto a las anteriores?**

En la organización somos conscientes de que los expositores necesitan recibir una atención personalizada para que la feria sea el mejor escenario con vistas a hacer negocio. Ahí volcamos nuestros esfuerzos, en atender esa demanda. La Feria del Olivo se celebrará entre semana porque es una feria profesional. Además, otro elemento diferencial es enfocarnos en la digitalización del sector oleícola, lo que significa que estarán todos los avances tecnológicos con los que trabaja el sector: drones, tratamiento de imágenes satélite, monitorización telemática de riegos y tratamientos fitosanitarios; así como la trazabilidad 4.0 en las almazaras, entre otros.

**¿Cuáles son las previsiones de participación de visitantes y empresas expositoras? ¿Qué segmentos de proveedores estarán representados?**

Trabajamos para que haya un aumento de la presencia de visitantes y empresas expositoras, impulsadas por esta renovación y enfoque profesional. Se esperan representantes

de diversos segmentos, desde fabricantes de maquinaria y tecnología hasta almazaras cooperativas e industriales, pequeñas y grandes fábricas del sector oleícola.

**¿Los expositores tendrán la opción de exponer en los espacios interior y exterior como en anteriores ediciones?**

Sí, en la organización de la feria estamos ya trabajando con las empresas del sector para atender las necesidades específicas de cada una.

**El hecho de reducir los días de duración de la feria, así como celebrarla entre semana, ¿persigue otorgar un mayor enfoque profesional a la feria?**

Sí, la reducción de días y la celebración entre semana están orientadas a concederle un enfoque más profesional. Todos somos conscientes del valor que la Feria del Olivo ha tenido durante más de 30 años, la capacidad del evento para establecer vínculos y relaciones personales entre cada agente del sector y el espíritu de feria cercana, que es muy valioso. Sin embargo, nuestro deseo es que, en paralelo, el expositor y el visitante encuentren la feria como una oportunidad de negocio ineludible.

**¿Cómo se va a atraer la presencia de expositores tanto nacionales como internacionales?**

Hemos activado una estrategia de comunicación reforzada tanto dentro como fuera de Andalucía. Precisamente es en este punto donde estamos volcando nuestros esfuerzos en el mo-

mento actual. Ya está dando sus frutos, algo sobre lo que podremos informar en breve.

**La organización ha asegurado que se ofrecerá un trato más personalizado a los expositores.**

**¿En qué va a consistir?**

El trato más personalizado implica una estrategia de escucha y acompañamiento a los expositores, con capacidad resolutoria para solventar sus necesidades. Y eso en la práctica consiste en ofrecer una asistencia continua y permanente a las empresas, facilitando el mejor entorno para la captación de clientes y resolviendo cualquier necesidad durante la celebración del evento.

**¿Cómo se van a fomentar las relaciones comerciales de los participantes con empresarios procedentes del exterior?**

Se promoverán relaciones comerciales con empresarios oleícolas de distintos países del Mediterráneo mediante visitas a la feria en una misión inversa. Los empresarios internacionales serán presentados a las empresas expositoras, fomentando así el intercambio comercial y la internacionalización del sector.

**Para finalizar, ¿qué le diría a una empresa del sector que esté indecisa respecto a acudir o no a esta edición de la Feria del Olivo de Montoro?**

El sector conoce ya nuestras fortalezas y ahora le presentamos nuestra firme voluntad y trabajo para mejorar la feria, y hacerla más productiva para los expositores y los visitantes, especialmente porque será una oportunidad determinante para conocer en un mismo espacio hacia dónde se dirige la olivicultura. Si coincidimos en que el sector está viviendo una revolución tecnológica, la nueva Feria del Olivo será un reflejo de ello. El equilibrio entre innovación y tradición es una garantía para avanzar sólidamente hacia el futuro y nosotros lo hacemos con determinación, pero manteniendo también nuestras raíces.





# XXII FERIA del OLIVO

7, 8 y 9 de MAYO 2024

MONTORO



# La importancia de las TIC en el sector oleícola

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), en general, e Internet, en particular, pueden dar respuesta a muchos de los principales problemas que afrontan las empresas oleícolas en el desarrollo de su actividad económica, según se desprende del “Informe Anual de Coyuntura del Sector Oleícola 2023” publicado por la Cátedra Caja Rural de Jaén José Luis García-Lomas Hernández de Economía, Comercialización y Cooperativismo Oleícola de la Universidad de Jaén (UJA).

El informe señala que el avance tecnológico ha potenciado las operaciones comerciales que se realizan a través de Internet y ha convertido a este medio en una poderosa arma competitiva, tanto a nivel doméstico como en los mercados internacionales. Esta situación está conduciendo a un continuo proceso de adaptación organizacional, que se vio impulsado por el COVID-19. Según añade, en el sector agroalimentario es necesario reforzar la integración tecnológica en la cadena de valor, que a su vez se puede ver beneficiada por actividades de sensibilidad ambiental.

Así, este informe apunta que, frente a la elevada dependencia de distribuidores, el comercio electrónico pone a disposición de las empresas oleícolas un canal de venta directo, capaz de saltarse los eslabones tradicionales de la cadena de distribución para llegar al consumidor final.

En materia de exportación, el comercio electrónico vía website o a través de mercados electrónicos permite reducir los costes de transacción y facilitar los contactos con agentes extranjeros.

Además, indica que Internet ofrece herramientas capaces de aumentar las ventas directas al cliente y de reducir los costes operativos y de comunicación con los *stakeholders*.

A su vez, frente a la escasa y confusa información existente en la actualidad sobre distintos tipos de aceites y sus características, Internet ofrece potentes canales de comunicación, vía redes sociales o el propio sitio web, que facilitan el despliegue de información a bajo coste y de una manera bidireccional con el cliente, facilitando la puesta en valor del aceite de oliva.

En este contexto, es importante destacar, según el informe, que en la actuali-

dad Internet es una de las principales fuentes utilizadas para la búsqueda de información sobre alimentación. De entre las distintas herramientas que ofrece este medio, las redes sociales suponen para los consumidores unas plataformas donde poder adquirir información de confianza y mitigar de esta forma la barrera de desconocimiento a la que se enfrentan a la hora de adquirir alimentos.

## Diagnóstico del uso de las TIC

En este apartado del informe, se han analizado las características y el potencial comercial de tres de las principales herramientas TIC - sitio web propio y tienda virtual, mercados electrónicos y redes sociales *on line*- que pueden ser utilizadas por las empresas del sector oleícola en su actividad comercial. Del mismo modo, se ha realizado un diagnóstico del nivel de penetración y uso de estas tecnologías en el sector, diferenciando entre sociedades cooperativas y el resto de formas jurídicas, y entre empresas jiennenses y del resto de Andalucía.

Los resultados evidencian el importante esfuerzo que aún queda por hacer para lograr un aprovechamiento pleno de las herramientas que ofrece Internet en la actividad comercial de las empresas oleícolas andaluzas en general y jiennenses en particular. Aproximadamente, el 54% de las empresas oleícolas disponen de sitio web, siendo este porcentaje mayor en aquellas que son cooperativas y están ubicadas en Jaén. El estudio precisa que el aumento respecto a años anteriores ha sido muy reducido.



El informe resalta, además, que a escala andaluza una gran mayoría enfoca el contenido de dichos sitios web hacia el suministro de información al cliente y no a culminar la venta de su producto. No obstante, en términos comparativos, la situación entre las empresas jiennenses es más favorable que la que existe para el conjunto andaluz. De esta forma, los contenidos de sus sitios web revelan una mayor orientación hacia la interacción con el cliente y hacia la realización del proceso de compra completo a través del canal *on line*.

Respecto al grado de presencia en las principales redes sociales, la mayoría de las empresas oleícolas necesita mejorar su presencia y posicionamiento en estos medios. Nuevamente, se observa que las organizaciones jiennenses presentan unos resultados superiores al conjunto del sector andaluz. A su vez, no se aprecian diferencias significativas en el uso de las redes sociales virtuales entre organizaciones cooperativas y el resto. En términos generales, se registra una tendencia hacia una clara mejoría.

Por otra parte, y en relación a la presencia en mercados electrónicos por parte de las empresas oleícolas andaluzas, el análisis evidencia que ésta sigue siendo testimonial, evidenciando los importantes esfuerzos que todavía quedan por hacer en este apartado.

SALÓN  
INTERNACIONAL  
MÁQUINAS PARA  
ENOLOGÍA  
Y EMBOTELLADO

**SIMEI**



**LEADER IN WINE & BEVERAGE TECHNOLOGY**

ORGANIZED BY



UNIONE ITALIANA VINI



FIERA MILANO

**30ª EDICIÓN**

**12-15 noviembre 2024**  
**Fiera Milano (Rho) Italia**

With the contribution of

madeinitaly.gov.it



Ministry of Foreign Affairs  
and International Cooperation

**ITCA**   
ITALIAN TRADE AGENCY

info@simei.it / simei.it



## Ignacio Silva (Deoleo): “Se están dando las condiciones para que volvamos a tener una cosecha normal”

**El presidente y consejero delegado de Deoleo, Ignacio Silva, cree que en la actualidad "se están dando las condiciones para que volvamos a tener una cosecha normal". Según ha considerado, está lloviendo bastante hasta febrero, y si en marzo se mantiene esta tendencia y no se registra un calor extremo durante la floración, "tenemos las condiciones para que los precios comiencen a bajar después de verano".**

Silva ha asegurado que se espera un año “complicado” porque “se junta poca cantidad y poca calidad”, pero “creemos que esto va a cambiar. Si la situación continúa como hasta ahora y si el mes de marzo es lluvioso, en septiembre los precios se relajarán, si no antes”, ha insistido, al tiempo que ha apostado por la innovación y por seguir invirtiendo en las marcas.

Respecto a una posible venta de Deoleo, el presidente y consejero delegado de la compañía ha señalado que los fondos de inversión actuales “no tienen prisa por salir”, que “no han hecho ningún proceso de *due diligence* con nadie” y que “lo importante es que los agricultores españoles sigan teniendo la garantía de que Deoleo, sea de quien sea, va a comprarles el aceite, y esa es la estrategia que hemos seguido hasta ahora”.

Deoleo ha presentado hoy sus cuentas a cierre de 2023 y ha comunicado un resultado neto de -34 millones de euros en un ejercicio “marcado por la mayor subida del precio de la materia prima desde que se tienen registros en el sector, y por unas previsiones muy poco favorables, tanto en cantidad como en calidad, para la próxima cosecha”.

Debido al contexto inflacionista y los elevados precios, los volúmenes han caído paulatinamente, pero la compañía ha asegurado que ha conseguido elevar ligeramente las ventas, gracias a la defensa del margen bruto unitario, logrando un Ebitda de 30 millones de euros a cierre de ejercicio.

Según ha detallado, el pasado año se caracterizó por una elevada inflación a nivel internacional, afectando a los países en los que el grupo tiene presencia, que impactó de forma relevante al sector alimentario y, especial-

mente, al oleícola. En este sentido, la empresa ha apuntado que en el caso del mercado español, según confirma el Instituto Nacional de Estadística (INE), la alimentación fue el grupo en el que los precios más aumentaron, con una tasa anual del 11,7%; mientras que el aceite de oliva fue el alimento elaborado que registró un incremento mayor, situándose en el 44,4%.

Este aumento se explica, a su juicio, por el descenso de la producción por segundo año consecutivo por primera vez en la historia. En la Unión Europea, la caída en la campaña 2022/23 fue del 40%, principalmente por el impacto de la baja producción española (-55%), marcada por la falta de lluvias y episodios de calor extremo. Esta situación -ha añadido Deoleo- derivó en el citado incremento del precio de la materia prima, que alcanzó niveles récord con el consiguiente impacto en el consumo. Según el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), en lo que va de campaña 2023/24 la subida de los precios medios es del 69,1% respecto a la anterior.

La empresa ha subrayado que, a pesar del “retador” contexto, y gracias tanto a la fortaleza de las marcas del grupo como a la eficacia de la gestión comercial y el control de gastos, ha podido mantener el margen bruto unitario. De hecho, ha logrado incrementar ligeramente la cifra de ventas (1%) a pesar de la paulatina caída de volúmenes. Además, las medidas de ajuste y optimización del gasto operativo han resultado en la mejora del Ebitda respecto al primer semestre, registrando 17,6 millones de euros -5 millones de euros más- a pesar de que la subida del precio de la materia prima fue más intensa en este periodo. De esta forma, el grupo ha finalizado el ejercicio con 30 millones de euros de Ebitda,

un 30% menos con respecto al ejercicio anterior.

“Hemos cerrado un año excepcionalmente retador y de gran volatilidad, encadenando dos años consecutivos de cosechas muy limitadas, tanto en términos de calidad como de cantidad, y precios en niveles históricos. Pese a ello, hemos seguido apostando por la defensa de nuestro margen bruto unitario, lo que nos ha permitido mantener los ingresos y ha evidenciado, una vez más, la eficacia de nuestra estrategia, basada en nuestros pilares clave: calidad, sostenibilidad e innovación, que trasladamos al consumidor a través de nuestras marcas líderes”, ha resaltado Silva. “A pesar de que prevemos que el ejercicio actual continuará siendo retador -continuó-, confiamos en que la situación actual se normalizará y veremos un sector reforzado a medio plazo. Nuestras marcas están preparadas para afrontar con éxito la vuelta a las condiciones normales del mercado”.

### Apuesta por la hoja de ruta

Según Deoleo, el ejercicio actual ha comenzado con parámetros similares al pasado, por lo que será también un año marcado por limitaciones en términos tanto de calidad como de cantidad de la materia prima. A pesar de este contexto, la empresa continuará con la hoja de ruta marcada a través de la comercialización de sus marcas líderes en el mercado y la firme apuesta por los tres pilares de la estrategia (calidad, innovación y sostenibilidad).

Además, la sostenibilidad sigue consolidándose como pilar clave de la estrategia del grupo, incentivando su crecimiento y valor diferencial. En este sentido, la compañía presentará a finales de marzo su primer informe integrado de sostenibilidad.

# BBVA

Creando Oportunidades

## El campo requiere paciencia. La PAC no.

**Domicilia tu PAC en BBVA  
y recíbela cuando más lo necesitas.**

**Además, obtén financiación para tu negocio, sin comisión de apertura.**



Puedes domiciliar tu PAC en BBVA hasta el **30/04/2024**, y solicitar el anticipo de la ayuda con **Anticipo PAC**, sin comisión de apertura. Financiación sujeta a previa aprobación por parte de BBVA. - **Ejemplo Anticipo PAC** de 22.000 € contratado el 02/02/2024 con amortización total el 15/12/2024. Comisión de apertura 0 €; TIN variable (Euribor 3 meses +1.5 %): 5,4 %, **TAE del 5,512 %**. Total a devolver 23.036,20 €. Pago cuota trimestral: 1º cuota 297 €, siguientes 2 trimestres 303,60 € en concepto de intereses y una cuota final 22.132,00 € una vez recibida la ayuda en cuenta. **\*Promo bono carburante 50 €** por domiciliaciones en cuenta BBVA de la subvención de la PAC por importe superior a 3.000 €, a disfrutar en estaciones de servicio del Grupo Repsol. El valor bruto del bono es de 60 €, (sujeto a retención fiscal del 19 % que será asumido por el Banco). BBVA no se hace responsable de posibles cambios legales en materia tributaria.



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: 23 de febrero de 2024.

### Aceite de oliva virgen extra (precio euros)

MARCA	LATA 5 L.	ENV. 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA 1 L.	CRISTAL 3/4 L.	CRISTAL 1/2 L
La Cultivada (Hojiblanca)					8,75 (0,25 l.)	16,50 (lata)
La Española	53,95	51,99	32,99 (3 l.)	13,29	9,21/9,69	3,99
La Española Gran Selección					4,18	9,21/9,69 (Gourmet)
La Gramanosa						12,00
La Guijarrera						8,95
La Guijarrera Coupage			18,75 (lata 3 l.)			6,00
La Laguna de Fuente de Piedra		14,95 (2, 5 l.)	4,48	10,39	5,95	6,50 (lata)
La Maja					8,00	21,00
La Manzareña						6,00 (lata)
La Masía		48,51	7,99 (3 l.)	10,45	3,99	
La Niña de Mis Ojos					9,75	
La Solana2						11,90 (lata)
Las 7 Encinas Arbequina/Picual						8,50
Ladrón de Guevara						9,50
Lectus	41,75				10,00	9,50
Leoncio Gómez			13,50 (lata 2,5 l.)		8,00	5,00 (lata)
Lérida	57,00			15,00		8,14
Lérida 1ª Cosecha						13,30
LOA 77						36,90
Luque	40,00		44,89 (lata 3 l.)	5,60/5,95	11,95 (lata)	5,50
Maestros de Hojiblanca		44,95/65,89	38,51 (3 l.)	9,78/14,50	7,99	5,98
Maeva		12,99	18,99 (3 l.)	5,49		
Maimona	28,00 (lata)				4,69	3,00
Mar de Olivos		45,99		9,18		
Marqués de Griñón						8,35/8,95
Marqués de Valdeuza						15,70/19,90
Martínez Garrica C. Temprana					16,15	
Mas Tarrés						12,30
Mas Isern						13,84
Masía El Altet High Quality / Premium						13,10/19,90
Masterchef Arbequina / Picual						13,10
Melgarejo Selección / Delicatessen						12,50
Melgarejo Frantoio						12,00
Merula	39,00		28,00 (lata 2,5 l.)			9,25 (lata)
Molino de Casilda						16,13
Molino de Segura		16,99			3,99	4,35
Molino de Segura Selec. Noviembre						4,35
Molino de Zaña						12,80
Montebrione					8,00	
Monteconsuegra						5,00
Montón Alto Cornicabra/Coupage						9,00
Mueloliva	23,85	25,56			6,00	
Muñoz	29,00					
Nobleza del Sur						12,70
O-Med						14,00
Odoliva					5,50	3,90
Odoliva 1er Día de Campaña					11,50	6,00
Old Fargus				15,00		
Oleaurum					12,99	8,16
Oleaurum Les Garrigues					14,35	
Oleaurum Verd					8,66	
Oleaverum					23,00	11,00
Oleícola Jaén		22,85	9,30			23,90
Oleo Mágina						3,29
Oleocazorla	51,99	49,99		11,99 (lata)		10,99 (jarra)
Oleoestepa	26,07	57,35	32,99/35,10 (2,5 l.)	11,98/12,48	12,55/16,43	5,45 (lata)
Oleoestepa (monovarietales)	34,30		20,00 (lata 2,5 l.)		10,95	7,90
Oleoquiros						7,00
Oleum Viride Devota & Lomba					12,00	
Oleura						8,70
Oli Mas D'en Gil						9,00
Oli Priorat					6,50 (0,25 l.)	10,00
Olibeas		41,95				
Olicatessen			25,50 (lata 2,5 l.)			12,50
Oliduero						7,35
Olivar de la Luna	35,00		23,00 (lata 3 l.)	11,00 (lata)		11,00
Olivar de Segura	51,99		5,43	9,55/13,45		7,99
Oliver Petit Gourmet						4,79 (0,25 l.)
Olivo de Cambil	54,99			11,99	8,99	7,49
Orobaena					7,48	
Oro Bailén Reserva Familiar			49,95 (lata 2,5 l.)			12,89/13,95
Oro Bailén Arbequina			49,95 (lata 2,5 l.)			12,89/13,95
Oro de Cánava				9,80	8,00	7,85
Oro de Génave Premium						5,00 (lata)
Oro de Genave					4,96/5,45	5,00 (lata)
Oro del Desierto	46,50			11,50 (lata)		8,50
Oro San Carlos						8,90
Oro Virgen		24,99			4,64/4,74	5,99/7,99
Padilla 1808	50,00			7,00 (lata)	13,00 (lata)	
Pago de Quiros			26,60 (lata 3 l.)			7,80 (lata)
Pagos Baldíos S. Carlos						9,55/9,81
Palacio de los Olivos						8,80



MARCA	LATA 5 L.	ENV. 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA 1 L.	CRISTAL 3/4 L.	CRISTAL 1/2 L.
Parqueoliva	42,95		18,10 (3 l.)			
Parqueoliva Serie ORO			41 (lata 3 l.)			15,80
Picualia		27,95	15,50 (lata 2,5 l.)			11,95
Puesolé						12,95
Quien es el Jefe						3,45
R. Lencina					6,00	
Reales Almazaras	44,14				8,78	5,00
Rihuelo						8,50
Románico	40,00/43,09		24,20 (lata 3 l.)			10,71
Románico Esencia						4,95
Sahita						10,00
San Francisco						4,69
Selma						21,95
Señorío de Jaén						17,95
Señorío de Segura	25,00		17,30 (lata 3 l.)		6,99	4,00 (lata)
Señorío de Segura Premium						6,00
Señorío de Vizcántar	25,00		9,65 (2,5 l.)	14,60 (lata)	7,00	
Señoríos de Relleu						18,90
Sierra de Cazorla	34,00				6,00	10,99
Sierra de Gata					5,80	6,15
Sierra de Nambroca				11,00		5,55 (lata)
Sierra Las Villas					5,00	
Soleae Manzanilla cacereña / Ocal						12,60
Solivellas					7,25	14,50
Sombra						19,00
Sotaroni					7,00	
Supremo Picual/Arbosana						16,90
Tagornar						9,00
Thuelma	21,50		13,60 (lata 3 l.)		5,00	3,50
Tierra y Alma						11,00
Tierras Andaluzas					8,00	
Tierras de Jaén						6,99
Tierras de Tavara			18,00 (lata 2,5 l.)	7,00 (lata)		5,50 (lata)
Toletum			37,00 (cristal 3 l.)			5,00
Torre Luna						8,00
Torre Real Arbequina						7,70
Torres Eterno						24,00
Torres Silencio			21,50 (lata 2,5 l.)			8,30
Trespuestas Viejo					5,40	
Tucioliva						7,50
Tucioliva Gran Selección					11,72 (0,70 l.)	5,95
Unió	29,89	29,89	20,00 (lata 3 l.)	11,00 (lata)	9,78	
Unioliva	29,89		21,50 (lata 3 l.)	8,00 (lata)	5,30 (lata)	4,40 (DOP)
Valderrama Arbequina				12,50		9,00
Valderrama Grand Cru					15,00	
Valderrama Hojiblanca				11,00		8,00
Valderrama Ocal				12,50		11,60
Valderrama Picudo				12,50		11,00 (lata)
Valdezarza	50,55	44,58		9,02	7,89	5,59
Valdueña					6,00	
Vallejo					5,00	
Venta del Barón						3,00
Verde Mágina Picual						15,15/15,95
Verde Salud				8,90 (lata)		2,89
Verde Segura			18,99			
Vetonia						5,00
Via Augusta						16,00
Viana	23,00	35,31 (vidrio)	11,40 (lata 2,5 l.)		7,00	
Ybarra		52,97		10,45/11,99	9,21/9,45	4,98
Ybarra Gran Selección					5,45	3,79
Ybarra Olivares Centenarios/Jóvenes/Tradicionales				4,07	3,63	
Yo, verde						13,00

www.centrifugacionalemana.com



LA EXTRACCIÓN

EN PERFECTA SINCRONÍA

centrifugación  
alemana





## SE BUSCA

### Inversor para almazara-distribuidora en zona Extremadura

Empresa mediana de distribución con marcas muy posicionadas en el sector gourmet de aceites y vinagres premium y amplia cartera de clientes tanto mercado nacional como internacional busca inversor.

**Trato directo. Contacto: María 689 005 765**

## SE BUSCA

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

Se requiere ser autónomo o con empresa propia.

**Teléfono: 661 500 154**

## SE BUSCA

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

Trabajo para todo el año, incorporación inmediata. Maquinaria GEA-Westfalia Separator.

Mínima experiencia 5 años en puesto similar.

**Más información: 630 825 235**

## VENDEMOS

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

**Más información: 639 662 170**

## SE VENDEN

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

**Teléfono: 625 683 192**

## SE BUSCA

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

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

## SE VENDEN

Decánters de 2º uso reparados y sin reparar.

**Teléfono: 680 690 618**

## SE VENDE

Diverso material de laboratorio.

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

## VENDEMOS

Decánters usados de distintas marcas en buen estado de funcionamiento.

**Más información: 630 900 805**

## SE VENDE

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

**Teléfono: 680 714 391**

## SE VENDE

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

**Más información: 958 463 046**

## SE VENDE

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

**Interesados, llamar al 957 600 150**

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

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

## Abiertas las nominaciones para la segunda edición de los Eco & Organic Retail Awards

Organic Food & Eco Living Iberia y Bio Eco Actual han lanzado la segunda edición de los Eco & Organic Retail Awards, unos premios que reconocen la labor de los mejores retailers del sector ecológico de España y Portugal. Las nominaciones estarán abiertas hasta el próximo 30 de abril.

Los Eco & Organic Retail Awards están diseñados para reconocer y celebrar la importancia de una gran experiencia de compra-venta en la tienda, a la vez que aumentan la concienciación sobre lo ecológico.

Los galardones se concederán en las categorías “Mejor Tienda Independiente”, abierta a empresas con un máximo de cinco tiendas; “Mejor Cadena Especializada”, dirigida a empresas que cuenten con más de cinco tiendas; “Mejor Área Bio en Gran

Consumo”, abierta a supermercados con áreas de productos ecológicos diferenciadas; “Mejor Tienda *On line* Bio”, dirigida a tiendas que sólo ofrecen sus productos de forma *on line*; “Mejor Campaña de Marketing”, dirigida a cualquier empresa u organización que apoye y promueva la compra de productos ecológicos; y “TOP50 personalidad del año”, que reconocerá a los 50 empresarios, marcas y empresas más destacadas del sector ecológico especializado. De entre los 50 mejores, se otorgará a uno de ellos el Premio a la Personalidad del Año.

La organización ha animado a los actores del sector ecológico (operadores, entidades públicas y privadas, organizaciones, certificadoras y asociaciones, mino-

ristas, distribuidores...) a nominar a su retailer favorito.

Como novedad este año, los ganadores se seleccionarán por votación popular. Todos los votos se recogerán a través de la página web de los premios y a través de una votación *in situ* durante la primera jornada de Organic Food & Eco Living Iberia 2024.

La entrega de premios se realizará en el contexto de la quinta edición de Organic Food & Eco Living Iberia, que se celebrará los días 4 y 5 de junio en el Recinto Ferial de IFEMA Madrid. El acto se celebrará el martes 4 de junio a las 19 horas, tras la ceremonia de los Eco & Organic Awards Iberia 2024.

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



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

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

## Calendario de Ferias y Eventos en 2024

### 1 Marzo 2024

- ☞ Del 3 al 5 de marzo  
**HOSTEX**  
Johannesburgo (Sudáfrica)  
[www.hostex.co.za](http://www.hostex.co.za)
- ☞ Del 5 al 8 de marzo  
**FOODEX JAPAN**  
Tokio (Japón)  
[foodexinternational@convention.jma.or.jp](mailto:foodexinternational@convention.jma.or.jp)  
[www.jma.or.jp/foodex/en/](http://www.jma.or.jp/foodex/en/)
- ☞ Del 7 al 9 de marzo  
**ENOLIEXP**  
Bari (Italia)  
[sales@enolieuxpo.com](mailto:sales@enolieuxpo.com)  
[www.enolieuxpo.com](http://www.enolieuxpo.com)
- ☞ Del 8 al 10 de marzo  
**OLIO CAPITALE**  
Trieste (Italia)  
[info@oliocapitale.it](mailto:info@oliocapitale.it)  
[www.oliocapitale.it/it](http://www.oliocapitale.it/it)
- ☞ Del 13 al 15 de marzo  
**SYMPOSIUM NACIONAL DE  
SANIDAD VEGETAL**  
Sevilla  
[secretaria@coitand.com](mailto:secretaria@coitand.com)  
[www.fitosymposium.com](http://www.fitosymposium.com)
- ☞ Del 14 al 15 de marzo  
**SMART AGRIFOOD SUMMIT**  
Sevilla  
[www.smartagrifoodsummit.com](http://www.smartagrifoodsummit.com)
- ☞ Del 18 al 21 de marzo  
**ALIMENTARIA**  
Barcelona  
[www.alimentaria.com](http://www.alimentaria.com)
- ☞ Del 19 al 22 de marzo  
**ANUGA FOODTEC**  
Colonia (Alemania)  
[www.anugafoodtec.com](http://www.anugafoodtec.com)
- ☞ Del 25 al 27 de marzo  
**IFE LONDON**  
Londres (reino Unido)  
[www.ife.co.uk](http://www.ife.co.uk)

### 1 Abril 2024

- ☞ Del 4 al 6 de abril  
**AOVE & NUTS**  
Talavera de la Reina (Toledo)  
[www.talavera-ferial.com](http://www.talavera-ferial.com)
- ☞ Del 10 al 11 de abril  
**LUXE PACK SHANGHAI**  
Shanghai (China)  
[www.luxepackshanghai.com](http://www.luxepackshanghai.com)

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

# Está pasando...

## Curso de Maestros y Operarios de Almazara

El Centro de Interpretación "Olivar y Aceite" de Úbeda (Jaén) y la Asociación Española de Maestros y Operarios de Almazaras (AEMODA) impulsan la tercera edición del Curso de Maestros y Operarios de Almazara, una actividad formativa que consta de 390 horas y se desarrollará del 15 de marzo al 29 de junio.

El centro ha informado de que el curso -que se impartirá en modalidad mixta (presencial y virtual)- cuenta con más de 20 patrocinadores y colaboradores que hacen posible que pueda materializarse la tercera edición de esta iniciativa. "Desde el centro, junto con el resto de colaboradores, apostamos por la formación continua y la profesionalización del sector oleícola", ha señalado la gerente, Soledad Román.

Román ha puesto en valor los ponentes de "primer nivel" con los que cuenta esta formación. Así, participarán expertos del IFAPA, así como de empresas colaboradoras que cuentan con una extensa trayectoria y son punteras en el sector oleícola -Pieralisi, IMS, IADA Ingenieros, Foss, Química Masul, Bioland, Olmos, Esteryfil, Laboratorio Tello, Olivarum, Quirón Prevención, JAR, CTAEX, Vilcon, Agrovín, Picualia, Puerta de las Villas, Orujera San Miguel y Agromillora-.

Asimismo, también participarán maestros de almazara, personal del Centro Tecnológico de Extremadura, la Universidad de Jaén, el Instituto de la Grasa, diferentes laboratorios o la Asociación Nacional de Empresas de Aceite de Orujo de Oliva, entre otras muchas entidades y profesionales.

Por su parte, el vicepresidente de AEMODA, Juan Alberto Cobo, ha señalado que el objetivo de la asociación es la formación de maestros y la profesionalización del sector. "Para nosotros es muy importante que los maestros tengan

una acreditación de su formación y este curso permite hacerlo a los profesionales que trabajan en este sector y que carecen de la titulación", ha precisado.

En representación de IMS Control Industrial, Beatriz Castilla ha destacado la implicación y compromiso de la empresa desde la primera edición. En esta ocasión, también llevará a cabo ponencias dentro del primer módulo donde se abordará la automatización industrial y todos los sistemas desarrollados a través de Inteligencia Artificial para el control de almazaras.

La actividad formativa posee todos los contenidos estructurados de acuerdo a la normativa vigente necesaria para obtener el certificado de profesionalidad. Así, consta de cuatro módulos: "Obtención de aceites de oliva vírgenes" (120 horas); "Obtención de aceites de oliva refinados" (60 horas); "Aceites de orujo de oliva" (60 horas); y "Almacenamiento y trasiego de aceite" (150 horas), que contempla también una parte sobre análisis sensorial.

La formación teórica se compaginará con sesiones prácticas y visitas a empresas, plantas de compostaje y almazaras. Asimismo, se realizarán también sesiones de mantenimiento, desmontaje de maquinaria, limpieza de almazara, prácticas de cata, etc.

El curso está destinado a todos los profesionales del sector oleícola, tanto operarios como maestros, personal técnico de almazara y personas que quieran enfocar su futuro profesional a este sector. Según sus organizadores, también representa una oportunidad para todas aquellas personas que llevan mucho tiempo trabajando en la profesión y desean acreditar su experiencia a través del certificado de profesionalidad.



NRI: 5530-2022/09681



**AgroBank**

# ¡DISFRUTA DE LA TRANQUILIDAD SIN PAROS INESPERADOS GRACIAS AL SERVICIO TÉCNICO DE PIERALISI!



Opta por la excelencia programando tu mantenimiento ahora y asegura un rendimiento técnico de primera.



**20% en recambios**  
**15% en reparaciones de taller**  
**10% en consumibles**



Válido para solicitudes de mantenimiento recibidas **antes del 31 de marzo.**



Pregunte sin compromiso las ventajas de realizar un **contrato de mantenimiento.**

**¡NO PIERDAS MÁS TIEMPO,  
LLAMA AHORA Y DESCUBRE DESCUENTOS EXCLUSIVOS!**

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

#### CONTACTOS:

Solicitud e-mail:

[trinidad.bellido@pieralisi.com](mailto:trinidad.bellido@pieralisi.com)  
[josemaria.cabrero@pieralisi.com](mailto:josemaria.cabrero@pieralisi.com)

Solicitud telefónica:

Oficina Zaragoza **976 46 60 20 / 615 50 74 18**  
Oficina Jaén **953 28 40 23 / 615 50 74 21**