



información | aove | olivar

Mercacei

semanal

MERCACEI, PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA A LA COMUNICACIÓN

Editorial

El consumidor en 2020 y las oportunidades para el sector del aceite de oliva
pág.6

El Ifapa obtiene tres nuevas variedades de olivo más resistentes a la verticilosis
pág.13

Taiwán, un mercado interesante para las empresas españolas de aceite de oliva
pág.19

Artolio, un proyecto para ayudar a los pequeños productores de aceite de oliva del Mediterráneo
pág.20

El AOVE, el producto agroalimentario andaluz que más se exporta
pág.23

Un chorrillo de AOVE en Marte

Por Pandora Peñamil Peñafiel

Llevar un kilo de tomates, de aceitunas, o de cualquier otro alimento al satélite de la Tierra cuesta un millón de euros. Esto lo sabemos porque la apuesta firme de las agencias espaciales internacionales por la colonización de la Luna y Marte conlleva una feroz estrategia por garantizar el alimento mediante cultivos en un planeta hostil. A día de hoy ya hay seleccionadas 3.400 propuestas para cultivar en tierras lunares o marcianas. Una de ellas lleva el sello *Made in Spain* y cuenta con el aval del grupo chino que consiguió hacer crecer por primera vez una planta de algodón en el satélite.

Estas iniciativas se antojan, cuando menos, esperanzadoras en un momento en el que las amenazas de virus apocalípticos se ciernen sin parar sobre nuestro planeta azul. Pero existen algunos impedimentos para que se conviertan en una realidad a corto plazo. Y es que los desafíos de la agricultura espacial van más allá de la composición de la tierra más adecuada y la posibilidad de obtener oxígeno y agua -como si eso fuera poco!-. En superar todas las barreras trabajan más de 3.000 equipos del mundo y el español *Green Moon Project*, nacido en la Universidad de Málaga, ha firmado un acuerdo con el Centro de Exploración Espacial de la Universidad de

Chongqing para experimentar con cultivos en el espacio, convencidos de que España cuenta con los recursos suficientes para abrir el camino a la agricultura espacial. En 2022 prevén enviar con una misión china los primeros materiales para construir una cápsula, unos metros por encima del suelo lunar, para ver si crecen las primeras plantas en la Luna, privilegio al que aspiran ejemplares de tomate, lechuga, lenteja, pepino y pimiento.

Los responsables de este proyecto creen a pies juntillas que a mediados de siglo se podrán ver los primeros invernaderos en la Luna, un paso fundamental para la explotación del satélite y para el siguiente reto: Marte. Nosotros nos preguntamos que para cuándo decidirán llevar un olivo, porque una ensalada valorada en 5 millones de euros -contando sólo los gastos de envío lunar- no puede aliñarse con un aceite de oliva cualquiera. Si, por lo menos, en una de estas misiones se llevaran un plantón de olivo bajo el brazo, como hizo Fray Junípero cuando se embarcó hacia tierras americanas allá por 1769, igual les sale más rentable. Así sólo tienen que construir una cápsula adyacente con una pequeña almazara móvil y, listo, un virgen extra 100% lunar. ¡Ojo, que igual se cuela en el TOP10 de EVOOLEUM 2085! Tiempo al tiempo...



Los responsables de este proyecto creen a pies juntillas que a mediados de siglo se podrán ver los primeros invernaderos en la Luna, un paso fundamental para la explotación del satélite y para el siguiente reto: Marte.

Nosotros nos preguntamos que para cuándo decidirán llevar un olivo, porque una ensalada valorada en 5 millones de euros -contando sólo los gastos de envío lunar- no puede aliñarse con un aceite de oliva cualquiera. Si, por lo menos, en una de estas misiones se llevaran un plantón de olivo bajo el brazo, como hizo Fray Junípero cuando se embarcó hacia tierras americanas allá por 1769, igual les sale más rentable. Así sólo tienen que construir una cápsula adyacente con una pequeña almazara móvil y, listo, un virgen extra 100% lunar. ¡Ojo, que igual se cuela en el TOP10 de EVOOLEUM 2085! Tiempo al tiempo...



CALDERERÍA
BUJALANCE

Fabricación de bodegas e instalaciones de tuberías
Tel.: 957 171 889 • www.caldereriabujalance.es

"EVOOLEUM Awards
2021, el mejor concurso
del mundo a la
calidad del AOVE
(te explicamos por qué)"

pág.16

**¿A QUÉ
ESPERAS PARA
INSCRIBIRTE
EN LOS
EVOOLEUM AWARDS?**

*¿Quieres formar
parte del selecto
Club de los 100 Mejores
AOVEs del Mundo?*

**No lo dejes para última hora
Inscríbete ya en los EVOOLEUM Awards**

*Mantenemos tus muestras en perfectas condiciones hasta
que celebremos la cata*

PINCHA AQUÍ PARA INSCRIBIRTE



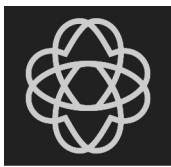
Fundadora:
M. Dolores Peñafiel Fernández

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

Secretaria 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	Actualidad
	• Consumo
8-12	Mercado
	• Solidaridad
13	Actualidad
	• I+D+i
	• EVOOLEUM
	• Internacional
	• Dieta Mediterránea
	• Andalucía
26	Precios al Detall
28	Anuncios Breves
29	Agenda

Lanzamientos

Mercadona pone a la venta la nueva campaña de Casa Juncal Cosecha Temprana

Mercadona ha informado de la puesta a la venta de la nueva campaña del AOVE *Casa Juncal Cosecha Temprana*, un monovarietal caracterizado por ser un aceite de mayor frutado y sabor intenso con perfecto equilibrio entre amargo y picante.

Este aceite, producido por Oro Bailén Galgón 99, S.L.U, proviene de fincas de olivar de la variedad picual en regadío, situadas en las faldas del parque natural de Sierra Morena (Jaén).

Mercadona ha explicado que este AOVE está elaborado con las aceitunas recolectadas entre finales de octubre y la primera quincena de noviembre, cuando este fruto encuentra su punto óptimo de maduración para conseguir unas sensaciones olfativas y gustativas más frescas, fragantes, verdes y armoniosas, a la vez que sus componentes más saludables se encuentran en sus valores más altos.

Por otro lado, la cadena de distribución ha defendido las prácticas comerciales justas y desde hace años está adherida al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria. Este acuerdo voluntario, que supone un nuevo paso en la promoción de prácticas comerciales justas, se enmarca en la Ley de Medidas para Mejorar el Funcionamiento de la Cadena Alimentaria y está impulsado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) en colaboración con distintas asociaciones de toda la cadena agroalimentaria nacional.





Aceite de oliva

Tranquilidad ante el frío y la lluvia que impiden salir al campo

Los últimos días festivos nos han dejado numerosos avisos de nevadas o viento en las provincias andaluzas de Cádiz, Málaga, Jaén, Granada y Almería, y por nevadas en el sur de la provincia de Albacete y el noroeste de Murcia. Una situación que ha provocado importantes retrasos en la recolección de las principales regiones productoras de nuestro país y que, en algunos casos, pueden condicionar la calidad de los vírgenes extra por la helada de los frutos.

Jaén

Semana tranquila con poco movimiento donde la producción avanza a su ritmo, con los parones impuestos por la lluvia. Oferta firme y demanda a la expectativa que sólo acude al mercado para cubrir necesidades puntuales. En este contexto, el lampante cotiza a 1.900/1.950 €/t.; el virgen, a 2.000/2.100 €/t.; y el refinado, a 1.950 €/t. El AOVE fresco, por su parte, se mantiene en la horquilla de los 2.400/2.500 €/t.

Córdoba

Tranquilidad absoluta en el mercado con escasez de operaciones y molturación muy relajada debido a las lluvias de los últimos días. Esta situación origina un mercado firme con la oferta tranquila al no tener problemas de almacenamiento, y la demanda a la expectativa tras el regreso de las vacaciones. En este sentido, el lampante se fija a 1.920/1.950 €/t.; el virgen, a 2.050/2.150 €/t.; el virgen extra, a 2.450/2.700 €/t.; y el refinado, a 1.950/1.980 €/t.

Sevilla

Escasa actividad por los días festivos en un mercado que registra un

Rosa Moliterno



Broker
Aceite de oliva a granel

952 603 030
rm@iberiadeaceites.com

Iberia de Aceites S.L.

ligero repunte en todas las cotizaciones, con mayor firmeza del lampante. Las lluvias tampoco han dejado salir al campo, por lo que la campaña avanza con irregularidad, ofertándose el lampante y el refinado a 1.920/1.950 €/t.; el virgen, a 2.000/2.100 €/t.; y el AOVE, a 2.400/2.700 €/t.

Málaga

Casi nula operatividad y precios meramente orientativos, con los AOVes nuevos ofertándose a 2.400/2.550 €/t. Llegan, por fin, las ansiadas lluvias que coinciden con el comienzo de la recolección del hojiblanco.

Castilla-La Mancha

Apenas se realizan operaciones en la última semana debido a los días festivos. El frío y las lluvias paralizan la recolección y crece el temor a que puedan condicionar la calidad de los AOVes. Así, éstos permanecen a 2.400/2.700 €/t.; y los vírgenes, a 2.150/2.200 €/t.

Extremadura

El mercado intenta recobrar la normalidad tras las fechas navideñas, con oferta y demanda estables. Se desconoce cómo afectará el temporal a la cosecha, pero la calidad será baja. En este sentido, el lampante se sitúa a 1.900/1.950 €/t.; el virgen, a 2.000/2.100 €/t.; y el AOVE, a 2.300/2.600 €/t.

Valencia

Escasa operatividad debido al poco interés por ambas partes, con una ligera tendencia al alza. Las lluvias y el frío pueden influir a la baja en la calidad de los aceites. En este contexto, el lampante y el refinado se establecen a 1.950 €/t.; el virgen, a 2.100 €/t.; y el AOVE, a 2.350 €/t.

CONTRIBUYE A MEJORAR LA CALIDAD DEL AOVE PRODUCIDO

AJUSTA EL TIEMPO ÓPTIMO DE BATIDO

OPTIMIZA LA TEMPERATURA DE LA MASA

MENORES COSTES DE INVERSIÓN Y MAYOR EFICIENCIA ENERGÉTICA



LA NUEVA ERA DEL BATIDO SE LLAMA **PIREATTORRE®**

Un sistema único en el mercado oleícola mundial que revoluciona el proceso tradicional del batido.

GRUPPO **PIERALISI**
INNOVADORES POR PASIÓN

www.pieralisi.com



El consumidor en 2020 y las oportunidades para el sector del aceite de oliva

Por Florencio García, director del área de Retail en Kantar Worldpanel

En los últimos meses hemos vivido una intensidad de cambio mayor que en todo lo que llevamos de siglo, lo que ha originado que los hábitos de compra y de consumo de la sociedad ya no vuelvan a ser los mismos. La nueva situación ha modificado cómo y qué compran los hogares, por lo que fabricantes y distribuidores se ven en la necesidad de revisar su plan comercial para adaptarse a las nuevas tendencias.

El consumidor, por motivos obvios, ha pasado más tiempo en casa en 2020, lo que ha condicionado la evolución de todos los mercados de Gran Consumo y en especial los de alimentación. El incremento del tiempo que pasamos dentro del hogar ha fomentado el desarrollo de nuevos momentos de consumo y nos ha hecho volver a costumbres de toda la vida, como son cocinar más o las comidas con toda la familia alrededor de la mesa. Todo ello nos ha llevado a un mercado de alimentación envasada que crece un 13% en volumen en lo que va de año, gastándonos hasta un 15,3% más, y asumiendo los consumidores una subida de precios, que es todavía más alta en los productos frescos, donde nos hemos gastado un 16,3% más, elevando nuestros volúmenes un 11,6%.

Iniciábamos el año hablando en el mundo de la alimentación de un consumidor cada vez más responsable y eco-consciente, que exigía más a todos los agentes del sector en cuanto a responsabilidad social corporativa y al cuidado del medio ambiente en su sentido más amplio. Un consumidor que cada vez era más digital, consumía poca televisión tradicional y cuyas compras a través del comercio electrónico crecían, aunque las cifras en alimentación todavía eran muy bajas.

Con la llegada de la emergencia sanitaria, lo que hemos visto es una importante transformación por parte del consumidor, acelerando algunas tendencias, aplazando algunas de sus preocupaciones de los últimos años e incorporando nuevas costumbres a su día a día. Dentro de esta evolución del consumidor, cabe destacar que sigue muy preocupado por todo lo que es la eco-

Intermediario de aceite de oliva

Ramón Alcalá

607 628 997

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

logía y el bienestar social, y que la exigencia en ese sentido no desaparecerá, aunque es cierto que, ante una emergencia como la que hemos vivido, puede llegar a parecer que pase a un segundo plano. Además, sabemos que para el consumidor, en general, y para las generaciones más jóvenes, en particular, es un tema que paulatinamente se reincorporará a su ecuación a la hora de consumir. Nuestro comportamiento dentro de las casas también ha cambiado y, como mencionábamos anteriormente, volvemos a esos momentos familiares que, en parte,

habíamos abandonado, con comidas organizadas y en las que todos los miembros de la casa están juntos en la mesa, con mucho más tiempo de cocina y viendo la televisión tradicional también en compañía como no hacíamos desde hace años.

A esto se unen nuevos comportamientos, muchos de ellos relacionados con la higiene, aunque también lógicamente con la forma de socializar, algo que ahora hacemos mucho más con video llamadas. La limitación a acudir a la restauración es la que en gran medida está llevando estos nuevos volúmenes de alimentación a los hogares.

A la hora de hacer la compra, hemos dado un paso adelante definitivo en el comercio electrónico, por lo que el crecimiento de las cifras en España nos permite alcanzar una cuota de ventas a través de Internet por encima del 3% durante muchos meses. En categorías como el aceite, en varios momentos las ventas mediante e-commerce han sobrepasado el 7%, una incidencia que en las grandes ciudades ha llegado a suponer casi el 10% de las ventas de la ca-





LEONARDO D'ERRICO

610 78 51 92

Intermediación de Aceites de Oliva
Nuestra estrategia la confianza

ACEITES TUCCITANOS

T. 953 301100 - info@aceifestuccitanos.com

gital, ha llegado de forma definitiva al mercado español.

Aceite de oliva y aceitunas

Un vez más, el aceite es un claro reflejo de muchas de las tendencias que hemos ido explicando a lo largo de este artículo. Por un lado, crece un 15% en volumen dentro de los hogares españoles, acompañando esa tendencia a cocinar más y a crear platos más elaborados, pero la caída de demanda total que supone para el sector el cierre de la hostelería ha provocado un exceso de producto, que deriva en una bajada de los precios de cara al hogar español, que ha pagado un 7,7% menos en lo que va de año para dejarnos un incremento de gasto en aceite dentro del hogar del 6,3% durante los nueve primeros meses de 2020. El incremento de demanda por tipos de aceite es generalizado, aunque hay diferencias. Mientras el aceite de girasol incrementa un 13,8% su demanda, con un precio estable respecto a 2019, el aceite de oliva virgen ve incrementada su presencia en los hogares españoles en un 20,3%, aprovechando la bajada de precios; un descenso que es todavía más agudo en el caso del aceite de oliva "suave" y que nos lleva a unos números en los que los hogares han comprado un 11% más de este producto, pero sin embargo se han gastado un 2% menos.

Por otro lado, la aceituna se ve beneficiada dentro de los hogares de momentos de consumo e incluso de la socialización 2.0, además del incremento de la cocina. Ante la imposibilidad de acudir a los bares, he-

mos trasladado a las casas el momento aperitivo, el consumo entre horas, el picoteo antes de la cena e incluso la cerveza con amigos, que hemos realizado durante muchos meses mediante una pantalla y que con la desescalada hemos mantenido en gran medida dentro de las casas debido a las limitaciones y los miedos a acudir a establecimientos con mucha gente. Al generarse todos estos momentos, las aceitunas han ganado protagonismo de forma clara dentro de los hogares y así se ha elevado su demanda en casi un 20% en 2020.

En resumen, nos encontramos ante un nuevo consumidor, pero que no difiere tanto del que ya conocíamos: apuesta por la calidad en la medida que el precio se lo permite, cada vez es más digital y más exigente, pero sobre todo quiere comer bien. Por ello, los mercados de alimentación, y en especial el relacionado con el aceite de oliva y las aceitunas, tendrá grandes oportunidades en 2021.



tegoría en algunas de las semanas más críticas de confinamiento. Como decimos, todo un salto mortal para un consumidor español, que sigue todavía por debajo en cifras de mercados como el francés o el inglés, pero que ha generado por fin compradores habituales de este canal. Sobre todo en las grandes ciudades y en las zonas más afectadas por los rebotes se espera una campaña de Navidad con un peso del comercio electrónico nunca antes visto en la alimentación.

Pero seguimos siendo de tiendas. A pesar de todo este crecimiento, el gran volumen del mercado lo siguen moviendo el establecimiento físico, y ahí hemos visto durante el último año un crecimiento muy notable de todos los supermercados regionales, aprovechando su proximidad hacia el consumidor tanto física como emocional, logrando capitalizar gran parte de las visitas y de la cuota de mercado que los grandes líderes de la distribución española se han dejado en el último año. Un mercado más grande, eso sí, pero más repartido que nunca y donde parece que por fin, la omnicanalidad, esa combinación entre lo físico y lo di-



Aceites de oliva

		EUROS/T. SEMANA 4/10 enero '21 (Cierre día 29 dic. '20)	EUROS/T. SEMANA 11/17 enero '21 (Cierre día 7 enero '21)
JAÉN	ANDALUCÍA	€/t.	€/t.
	Lampante, base 1º	1.900	1.900/1.950
	Virgen	2.000/2.050	2.000/2.100
	Virgen extra	2.400/2.500	2.400/2.500
	Refinado	1.900/1.950	1.950
CÓRDOBA	Lampante, base 1º	1.900/1.992	1.920/1.950
	Virgen	2.050/2.150	2.050/2.150
	Virgen extra	2.450/2.700	2.450/2.700
	Refinado	1.950	1.950/1.980
SEVILLA	Lampante, base 1º	1.900/1.950	1.920/1.950
	Virgen	2.000/2.050	2.000/2.100
	Virgen extra	2.400/2.700	2.400/2.700
	Refinado	1.900/1.950	1.920/1.950
GRANADA	Lampante, base 1º	1.900	1.900/1.950
	Virgen	2.000/2.050	2.000/2.100
	Virgen extra	2.400/2.500	2.400/2.500
MÁLAGA	Lampante, base 1º	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra	2.400/2.500	2.400/2.500
ARAGÓN	ARAGÓN		
	Virgen extra (DOP Bajo Aragón)	Sin oper.	Sin oper.
TOLEDO	CASTILLA-LA MANCHA		
	Virgen	2.150/2.200	2.150/2.200
	Virgen extra	2.400/2.700	2.400/2.700
LÉRIDA	Virgen extra (DOP Garrigues) frutado	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra (DOP Garrigues) dulce	Sin oper.	Sin oper.
TARRAGONA	Virgen extra (DOP Siurana) frutado	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra (DOP Siurana) dulce	Sin oper.	Sin oper.
ALICANTE	COMUNIDAD VALENCIANA		
	Lampante, base 1º	1.950	1.950
	Virgen	2.000	2.100
	Virgen extra	2.300	2.350
	Refinado	1.950	1.950
BADAJOZ	EXTREMADURA		
	Lampante, base 1º	1.900/1.950	1.900/1.950
	Virgen	2.000/2.100	2.000/2.100
	Virgen extra	2.400/2.650	2.300/2.600

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

Grupo
AGROISAINMECAL ITB
IntecBio

CDTI

Centro para el
Desarrollo
Tecnológico
Industrial

PYME INNOVADORA



AGROISA.COM | info@agroisa.com

patrocinador oficial de los precios del aceite de oliva

agroisa

tratamiento y adecuación postcosecha del fruto



agroisa.com



Aceites de orujo

SEVILLA	ANDALUCÍA	EUROS/T. SEMANA	EUROS/T. SEMANA
		4/10 enero '21 (Cierre día 29 dic. '20)	11/17 enero '21 (Cierre día 7 enero '21)
		€/t.	€/t.
	Refinable, base 10º	670/700	700
	Refinado, winterizado, a granel, sobre origen	980/1.000	1.000

Aceites de semillas

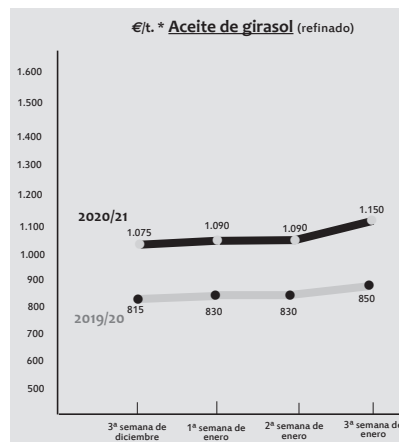
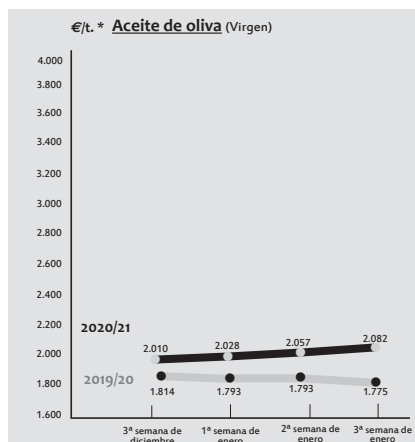
SEVILLA	ACEITE DE GIRASOL (Sobre origen a granel)	EUROS/T. SEMANA	EUROS/T. SEMANA
		4/10 enero '21 (Cierre día 29 dic. '20)	11/17 enero '21 (Cierre día 7 enero '21)
	Crudo	Sin oper.	Sin oper.
	Refinado	1.090	1.150
	ACEITE DE SOJA (Sobre origen cisternas)		
	Crudo	850/860	850/860
	Refinado	910/920	910/920
	ACEITE DE SEMILLAS		
	Refinado	1.090	1.150

Oleínas y Ácidos grasos

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

(Estos precios se entienden sin envase sobre fábrica).

Evolución mensual de los precios



YA ESTÁ A LA VENTA LA NUEVA EDICIÓN DE LA GUÍA EVOOLEUM

COMPRALA AQUÍ

(* Media ponderada a nivel nacional).

*Aceites y Grasas industriales*

	EUROS/T. SEMANA 4/10 enero '21 (Cierre día 29 dic. '20)		EUROS/T. SEMANA 11/17 enero '21 (Cierre día 7 enero '21)	
	€/t.		€/t.	
MADRID				
BARCELONA				
	SEBO FUNDIDO	s/c	SEBO FUNDIDO	s/c
	SEBO FUNDIDO	s/c	SEBO FUNDIDO	s/c
	SEBO FUNDIDO, Extra-fancy	650	SEBO FUNDIDO, Extra-fancy	650
	SEBO FUNDIDO, Fancy	620	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)	1.170	ACEITE DE COCO (refinado)	1.170
	ACEITE DE LINAZA (refinado)	1.190	ACEITE DE LINAZA (refinado)	1.190
	ACEITE DE MADERA	4.720	ACEITE DE MADERA	4.720
	ACEITE DE RICINO	1.330	ACEITE DE RICINO	1.330
	ACEITE DE PATA DE BUEY	4.010	ACEITE DE PATA DE BUEY	4.010
	ACEITE DE PESCADO refinado	1.230	ACEITE DE PESCADO refinado	1.230
	GLICERINA BIDEUTILADA	1.050	GLICERINA BIDEUTILADA	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 BIDEUTILADA: 99,5% glicerol, color apha 10, sobre camión Barcelona.

ACEITES VEGETALES /
ÁCIDOS GRASOS

Ricino | Linaza | Madera | Coco
Pescado | Ácidos Grasos | Aceites Cosméticos | Glicerina

Avda. Diagonal, 403 - 6º, 2ª 08008 - BARCELONA - Tfno: 93 416 19 99 - Fax: 93 416 10 48
www.interfat.com | info@interfat.com



Mercado internacional

EUROS/KG. SEMANA
4/10 enero '21
(Cierre día 29 dic. '20)

EUROS/KG. SEMANA
11/17 enero '21
(Cierre día 7 enero '21)

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	4,50/4,70	s/c
ACEITE DE OLIVA refinado	2,05	s/c
ACEITE DE ORUJO refinado	1,07	s/c
ACEITE DE GIRASOL refinado	1,13	s/c
ACEITE DE MAÍZ refinado	1,15	s/c
ACEITE DE SOJA refinado	0,94	s/c
ACEITE DE CACAHUETE refinado	2,22	s/c

SUR DE PUGLIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	4,90	s/c
ACEITE DE OLIVA virgen	s/c	s/c
ACEITE DE OLIVA refinado	1,75/1,80	s/c

TÚNEZ

MARRUECOS

TURQUÍA

GRECIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	2,50/2,60	2,60/2,70
ACEITE DE OLIVA virgen extra	2,85/3,20	2,85/3,00
ACEITE DE OLIVA refinado	1,98/2,02	2,00/2,04
ACEITE DE OLIVA virgen extra Creta	2,75/2,85	2,58/2,88
ACEITE DE OLIVA virgen extra Peloponeso	2,60/2,70	2,65/2,70

(Precios facilitados por Olio Oficina Magazine)

TIPOS DE INTERÉS INTERBANCARIO (7 de enero de 2021)

(Los tipos de mercado)

	1 semana	1 mes	2 meses	3 meses	6 meses	12 meses
Euro (euribor)	-0,57	-0,59	-0,56	-0,57	-0,53	-0,50
Dólar	0,10	0,14	0,19	0,24	0,26	0,34
Yen Japonés	-0,10	-0,07	-0,06	-0,08	-0,06	0,05
Libra Esterlina	0,03	0,02	0,03	0,03	0,03	0,08
Franco Suizo	-0,84	-0,81	-0,78	-0,76	-0,72	-0,61
Dólar Canadiense	-	-	-	-	-	-

Euro

Peseta	166,386
Lira italiana	1.936,270
Escudo portugués	200,482
Dracma griego	340,750
Florín	2,204
Dólar	1,233
Dólar Canadá	1,564
Yen japonés	127,03
Corona sueca	10,065
Corona checa	26,145
Libra esterlina	0,906
Franco suizo	1,082



Solidaridad

Solidarios Coosur cierra la edición de 2020 con 110 beneficiarios

La iniciativa Solidarios Coosur, promovida por la Fundación Juan Ramón Guillén en colaboración con la Fundación Randstad en aras de facilitar la inserción sociolaboral de las personas con discapacidad, ha finalizado la edición de 2020 con un total de 110 personas beneficiadas, lo que supone un incremento del 80% respecto al pasado ejercicio.

Este año, debido a las restricciones y recomendaciones sanitarias para frenar la propagación del COVID-19, el programa ha apostado por la realización de formaciones y talleres a distancia, ampliando así también el ámbito de actuación.

En 2020 se han impartido cinco formaciones para mejorar la empleabilidad de 81 participantes, siendo la tasa de inserción superior al 50%. En concreto, se han desarrollado cursos de inglés para hostelería; controlador de acceso; mozo de almacén, reposición y manipulación de alimentos; carretilero; y manipulación de productos frescos especializada en charcutería y carnicería.

Además, otras 29 personas han parti-

cipado en los dos talleres *on line* "El aceite de oliva en nuestra cultura gastronómica", en los que los participantes han aprendido el proceso de elaboración del aceite de oliva y han adquirido las nociones básicas para diferenciar los tipos de aceite, así como recomendaciones de uso y conservación.

Un total de 16 personas con discapacidad han comenzado recientemente una formación en frescos impartida por la Escuela Superior de Hostelería de Sevilla en el marco de este programa.

Desde 2014, año en que se celebró la primera edición, han participado en el programa un total de 550 personas con discapacidad de 11 entidades (Asociación Albatros Andalucía, Asociación ASPANRI, Patronato de la Discapacidad de San José de La Rinconada, Asedown Sevilla, Autismo Sevilla, Autismo Vedruna, Federación Andaluza de Asociaciones de Personas Sordas, Asociación Paz y Bien, Asociación Special Olympics, Mínima Dreams y Asociación de Juventud Sorda Andaluza).

GARCÍA FORNET E HIJOS, S.L.

Agencia Comercial

CEREALES, FORRAJES Y MATERIAS PRIMAS PARA PIENSOS

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

MATERIAS PRIMAS PARA *piensos compuestos*

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

LA BOLSA DE CHICAGO

Habas de soja: La semana cerraba a 1.368,00 centavos de dólar por bushel; la última semana cerró a 1.182,00.

◆ Precios: Futuros enero.

Harina de soja: 445,10 dólares por tonelada corta era el último precio de cotización al cierre de nuestra revista, mientras que la anterior indicaba 393,40.

◆ Precios: Futuros enero.

Aceite de soja: Cerraba a 44,39 centavos de dólar por libra, desde la última cotización de 39,02.

◆ Precios: Futuros enero.

Maíz: Terminó la semana a 495,75 centavos/bushel, habiendo comenzado a 426,75.

◆ Precios: Futuros marzo.



El Ifapa obtiene tres nuevas variedades de olivo más resistentes a la verticilosis

El Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera de Andalucía (Ifapa) ha presentado en la Oficina Comunitaria de Variedades Vegetales tres nuevas variedades de olivo especialmente recomendables en áreas con alto riesgo de verticilosis, ya que presentan una mayor resistencia a esta enfermedad. En concreto, uno de estos nuevos tipos de olivo procede de la variedad koroneiki y los otros dos son el resultado del cruce entre frantoio y arbosana.

Además, estos árboles obtenidos gracias al trabajo de los profesionales de este organismo poseen otras características agronómicas interesantes para la obtención de aceite de oliva como, por ejemplo, una alta productividad y un elevado rendimiento graso, según ha informado la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía.

Este descubrimiento se enmarca en el proyecto "Inmegeo", centrado en la mejora genética del olivo y que se dirige desde las instala-

DAVID
PÉREZ CASTAÑEDA
INTERMEDIACIÓN DE
ACEITES DE OLIVA A GRAN EL
Agente Comercial Colegiado nº 1018
C/ Julio Romero de Torres, 59
14800-Priego de Córdoba
(☎) 675 93 55 27
davidperezcastaneda@gmail.com
www.davidperezcastaneda.com

ciones del centro Alameda del Obispo (Córdoba). Esta iniciativa de investigación e innovación cuenta con la cofinanciación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (Feder).

La verticilosis del olivo, enfermedad causada por un hongo de suelo (*Verticillium dahliae* Kleb), representa actualmente el mayor riesgo fitopatológico en numerosas áreas de olivar entre las que se encuentran importantes zonas productoras de Andalucía. Dado que una de las medidas más recomendadas

para el control de esta enfermedad es apostar por variedades de mayor resistencia, desde el Ifapa se anima a los agricultores y empresas del sector del olivar de la Comunidad Autónoma a ponerse en contacto con este organismo público para participar en el proyecto mediante la adhesión de su explotación a las zonas de experimentación.

Según ha precisado la Consejería, para la obtención de las nuevas variedades ha sido necesario cumplir con un complejo procedimiento iniciado con el cruce de las variedades iniciales (parentales) y que, tras la selección y registro final de los nuevos tipos de olivo, debe completarse con una serie de pruebas dirigidas a comprobar la eficacia en el campo.

Para poder analizar el comportamiento de los nuevos materiales ante la enfermedad, los técnicos del Ifapa realizarán ensayos de inoculación en condiciones controladas, análisis en microparcels inoculadas artificialmente y pruebas de campo en condiciones naturales.

Certióleo realizará el control de la calidad diferenciada de la provincia de Jaén

Las cuatro figuras de calidad diferenciada con reconocimiento de la Unión Europea (UE) del aceite de oliva virgen extra de la provincia de Jaén ya están formalmente unidas en la Fundación Certióleo, con el objetivo de realizar de forma conjunta los controles de origen y calidad de sus respectivos alcances.

Esta fundación nació en mayo de 2019 constituida por las DOPs Sierra de Segura, Sierra Mágina y Sierra de Cazorla para realizar el control de forma conjunta y conseguir la acreditación ante ENAC. Desde el principio, según ha explicado la entidad, se abrió la puerta a que cuando la IGP Aceite de Jaén obtuviera su reconocimiento definitivo, se integrara dentro de la misma, lo cual se formalizó el pasado mes de diciembre.

De esta forma, la fundación ha resaltado que se produce un ejemplo de unión entre las diferentes figuras de calidad diferenciada jienenses, para obtener sinergias y lograr una mayor eficiencia a la hora de realizar los controles de cumplimiento de los respectivos pliegos de condiciones. Además, para el caso de las entidades inscritas en las DOPs, se podrá contar con un doble sello de calidad en sus aceites, sumando el sello de la IGP Aceite de Jaén a la Denominación de Origen Protegida correspondiente.

Durante este año 2020, la Fundación Certióleo ha desarrollado la verificación del cumplimiento de los pliegos de condiciones de las tres DOPs, y ha recibido la auditoría de ENAC para el cumplimiento de la norma de calidad

17065 de entidades de certificación. En la actualidad, la entidad está presidida por Ángel Sánchez -presidente a su vez del Consejo Regulador DOP Sierra de Segura-, un cargo que será rotativo entre los patronos.

El pasado 28 de diciembre se celebró de forma telemática la reunión del patronato de dicha fundación, con la primera participación del presidente y secretario de la IGP Aceite de Jaén, y donde se aprobó el Plan de Actuación y Presupuestos para el próximo año 2021.

Además de realizar de forma conjunta esta actividad de control de calidad, la fundación también será el vehículo para realizar otras actividades conjuntas en materia de promoción, formación, investigación y desarrollo, etc.

ANÁLISIS

Los NIR más potentes y resolutivos

**SpectraAlzer
Olivas**

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



¡SE AMORTIZAN EN 1 A 3 CAMPANAS!

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
Zorrogoiti, 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

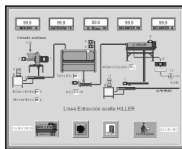
AUTOMATIZACIÓN/ELECTRICIDAD

SISTEMAS ELÉCTRICOS MORENO, S.L.

Electricidad Moreno



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

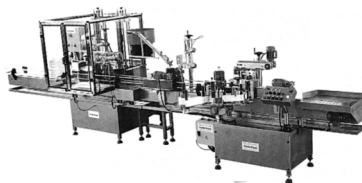


Polígono Industrial, Parcela 20
23790 PORCUNA (JAÉN)
Teléfono: 953 54 54 14 - Fax: 953 54 66 24
www.elecmoreno.com

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

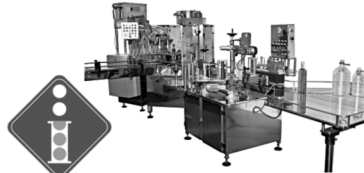
Bombas transportadoras de alpeorjujo
Separadoras de pulpa y hueso
Despalilladoras de aceitunas

Bombas sumergibles para alpeorjujo
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



Virtual Glass by veralio

Ingeniería para un mundo mejor

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

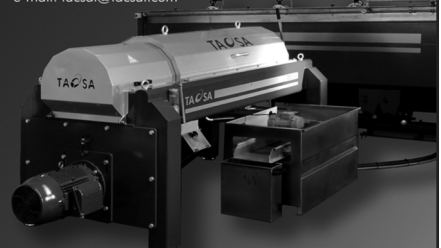
Miles de almazaras de los cinco continentes confían en los equipos industriales de GEA Iberia para la elaboración de aceite de oliva. Fiabilidad y tecnología alemanas y asistencia técnica cercana y eficiente.

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



gea.com

FÁBRICA Y ALMACÉN
Avda Vicente Piñargorda 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

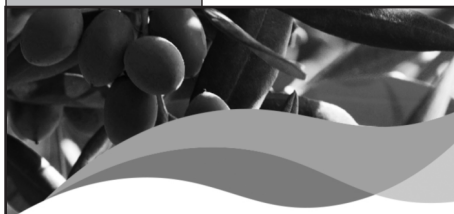
FILTROS ABRILLANTADORES PARA PLACAS DE CELULOSA DE 40x40 PARA ACEITES Y VINOS, DESDE 20 HASTA 100 PLACAS



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, N° 3, Puerta 51 • 41016 Sevilla
 Telf. 954 57 12 21 • Fax 954 57 13 66

espejo@laboratorioespejo.com



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

953 281 116 - laboratorio@laboratoriotello.com - www.laboratoriotello.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 desfangado 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

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

METEGAL
 Pesaje conforme a METROLOGÍA LEGAL

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

Ctra. de Cazorla, s/n - Apto. de Correos 44
 23100 - Mancha Real (Jaén) - ESPAÑA
 T: (+34) 953 350 239 - F: (+34) 953 352 736
 jarrr@jarrr.com - www.jarrr.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 - Tlf: / Fax: 953 28 46 97
 www.imatec31.es - info@imatec31.es

AVANCE, SEGURIDAD Y COMPROMISO

IMATEC
 INGENIERÍA, METROLOGÍA Y ASISTENCIA TÉCNICA

SOFTWARE

"Gestión de explotaciones agrícolas y cuadernos de campo."

Desarrollado por PROSUR
 www.agrocuaderno.com

VIVEROS/CAMPO

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



EVOOLEUM Awards 2021, el mejor concurso del mundo a la calidad del AOVE (te explicamos por qué)

En dos meses, el 12 de marzo de este año esperanzador que acabamos de estrenar, expira el plazo de inscripción a la sexta edición de EVOOLEUM Awards, el Concurso Internacional a la Calidad de los Aceites de Oliva Vírgenes Extra más influyente y riguroso del mundo. No lo decimos sólo nosotros, lo dicen los propios productores, los chefs, todos los consultores internacionales... ¿Aún no te lo crees? Sigue leyendo y lo descubrirás.

Por Alfredo Briega Martín

En la antesala de la sexta edición de EVOOLEUM AWARDS -auspiciado por Grupo Editorial Mercacei y AEMO-, hablamos con Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei y editor de la Guía EVOOLEUM; José M^a Penco, director de AEMO y responsable de la dirección técnica del concurso; y Pandora Peñamil Peñafiel, directora de la Guía EVOOLEUM.



por dos motivos fundamentales: para posicionar su marca y para incrementar sus ventas. Pues bien, en este sentido, no hay una herramienta de promoción más poderosa que EVOOLEUM. Los resultados obtenidos en el concurso y la aparición, cada año, de la Guía EVOOLEUM con los 100 mejores vírgenes extra del planeta suponen un fuerte aumento de las ventas para

Imaginemos que soy productor de aceite de oliva virgen extra y aún no he decidido a qué concurso/s presentar mi AOVE. Dígame, ¿por qué presentar mi marca a los EVOOLEUM Awards?

José M^a Penco: En nuestro trabajo diario, a menudo los productores nos comunican su perplejidad y hartazgo ante la avalancha de concursos a la calidad del aceite de oliva a los que son convocados a participar, y ante esta cuestión nosotros siempre contestamos lo mismo: ¡seleccionad! Sin duda, las competiciones bien estructuradas, fundadas en unas bases objetivas y garantistas y con un aparato de comunicación post-concurso potente, contribuyen firmemente a la mejor comercialización de un AOVE en el mercado nacional e internacional. Y en este sentido, EVOOLEUM es el que con mayor grado cumple estos condicionantes. Somos un concurso que nació para reconocer y apostar por la calidad de los productores de AOVE de todo el mundo, somos una Guía nacida en el país líder mundial de producción para ser una referencia internacional, y hemos conseguido ser el más influyente, riguroso y estricto de todo el panorama internacional. Por tanto, yo le diría al

productor: valora, selecciona y elige. Y en esa valoración no nos cabe ninguna duda de que EVOOLEUM será el ganador indiscutible.

Además, me gustaría comentar un par de aspectos importantísimos en este año 2021. Derivado del cambio de orden mundial condicionado por la pandemia, el consumidor tiene ahora dos preferencias: la salud y la selección de bienes y productos a través de la red. En este sentido, EVOOLEUM potenciará los AOVes más saludables a través de su contenido en polifenoles, y además será el mejor escaparate virtual en la red, mostrando a través de millones de impactos los 100 mejores vírgenes extra del mundo.

Juan A. Peñamil: Yo añadiría algo más. Cuando un productor de aceite de oliva virgen extra se presenta a un concurso lo hace

“Me gustaría invitar a los productores a que se inscriban ya en EVOOLEUM, pues contamos con un espacio único habilitado en exclusiva para la perfecta conservación de los AOVes participantes”

sus productores, que en muchos casos -sobre todo en el TOP10- llegan a agotar su stock y se ven desbordados ante la avalancha de pedidos. No lo digo yo, nos lo cuentan ellos. Y su inclusión en la Guía es utilizada como estrategia de ventas y el mejor argumento comercial en sus campañas de promoción. En un año y en una campaña como la actual, es especialmente importante resultar premiado en el contexto adecuado.

Pandora Peñamil Peñafiel: Además, ¿es que existe algo más cool que regalar a alguien una Guía con tu AOVE reseñado en su interior? Entre las personas de mi generación, llevar a casa de unos amigos una botella de vino a una cena ya no está de moda, ahora el virgen extra es el rey. ¡Hasta Francis Ford Coppola, cuando le entrevisté en Olivatesen, me confesó que él lo regalaba siempre en Napa Valley! Estar en EVOOLEUM es formar parte de un selecto club en el que sólo están los 100 mejores AOVes del mundo y esa experiencia es única.

Hablemos de los aspectos diferenciales de EVOOLEUM Awards, aquellos que hacen único a este concurso. Comencemos por el jura-



“Contamos con la presencia de un notario, in situ en todo momento, para dar fe de todo lo que hacemos”

do. EVOOLEUM presume de contar con un Panel de Cata simplemente espectacular...

José M^a Penco: Así es, es un hecho objetivo y contrastable. Es un honor para mí dirigir semejante elenco de maestros y maestras de la cata. Ningún otro concurso a la calidad del aceite de oliva virgen extra puede presumir de un equipo de jueces como el nuestro, con nada menos que 26 catadores procedentes de más de una decena de países, y la incorporación de Francia y EEUU en esta última edición. El creciente número de muestras recibidas nos ha obligado a incrementar el número de componentes del jurado, que al principio fueron 20. Los mejores catadores del mundo están -y más importante aún, quieren estar- en EVOOLEUM.

Segundo aspecto. EVOOLEUM se define como el concurso a la calidad del AOVE más riguroso y fiable del mundo. Explíqueme esto...

José M^a Penco: En apenas seis ediciones, EVOOLEUM se ha convertido en sinónimo de rigor, objetividad y prestigio. Si ninguna otra competición de estas características cuenta con un jurado como el nuestro, tampoco tiene un protocolo tan exigente como el que se establece en las bases del concurso. En este punto, me gustaría destacar un par de detalles para nada intrascendentes. En la edición 2021, si la evolución de la pandemia lo permite, volveremos a realizar un análisis completo de todos los compuestos fenólicos del TOP100 de EVOOLEUM Awards, con la inestimable colaboración de la Universidad de Cór-

do. Y, por otra parte, cabe recordar que en el desarrollo de las intensas sesiones de cata del concurso contamos con la presencia de un notario, in situ en todo momento, para dar fe de todo lo que hacemos. Por cosas como estas, EVOOLEUM se ha posicionado como el concurso privado más importante del mundo, el que más puntos aporta en el prestigioso ranking World's Best Olive Oils (WBOO) de Heiko Schmidt. Pero le digo más...

Dígame.

José M^a Penco: Si hablamos de las condiciones de conservación de las muestras recibidas a concurso, un aspecto en absoluto baladí, en EVOOLEUM contamos con un espacio único habilitado en exclusiva para la perfecta conservación de los AOVES participantes, en una habitación oscura, dentro de sus cajas y con una temperatura máxima de 15° C. En un concurso como este, donde recibimos centenares de muestras procedentes de más de una veintena de países, me gustaría invitar a los productores a que se inscriban ya y no dejen el envío de las mismas para el último momento, ya que les garantizamos una óptima conservación en destino y, además, corren el riesgo de no llegar a tiempo, como ya ha ocurrido. De hecho, un porcentaje muy elevado de las muestras se reciben en los últimos 15 días, arriesgándose a problemas logísticos como retrasos de mensajería, roturas inesperadas o retenciones en aduanas...

Si les parece, pasemos a las novedades de esta edición 2021.

José M^a Penco: Una vez más, los AOVES seleccionados en el TOP100 serán analizados por el Departamento de Química de la Universidad de Córdoba con el fin de determinar el contenido de polifenoles totales. Y

basándonos en estos análisis, y como novedad este año debido a la situación provocada por el COVID-19, vamos a otorgar un reconocimiento especial a los 10 AOVES más saludables del mundo. Así, queremos rendir un merecido homenaje a las propiedades saludables del virgen extra y a la importante labor que realizan los productores en este campo; y queremos hacerlo en 2021, año de la esperanza y de la salud después del duro periplo que ha vivido la humanidad.

Pandora Peñamil Peñafiel: Además, también contamos con una novedad importante en cuanto a los Premios al Mejor Packaging de AOVE, una modalidad en la que EVOOLEUM fue pionera y que ha inspirado a numerosos concursos. Y es que hemos incorporado a un miembro de honor en el jurado, ni más ni menos que a la directora de cine Isabel Coixet. Se une así a un jurado de excepción compuesto por *celebrities* del mundo de la moda (el diseñador Ángel Schlesser y el interiorista Pepe Leal), el arte (el galerista Jacobo Fitz-James Stuart), la gastronomía (el chef Javier Bonet), la belleza (la periodista Teresa de la Cierva y la directora de la Escuela de Cocina TELVA, Sesé San Martín) o el lujo (la *influencer* Cayetana Vela), nunca antes reunido para un concurso relacionado con el aceite de oliva virgen extra.

“Basándonos en el análisis de polifenoles que realiza la UCO del TOP100, este año otorgaremos un reconocimiento especial a los AOVES más saludables del mundo”

Los 100 mejores AOVES del planeta, según la puntuación obtenida en el concurso, aparecen en la Guía EVOOLEUM World's TOP100 Extra Virgin Olive Oils, la más influyente del mundo en lo que se refiere al aceite de oliva virgen extra. Una publicación en edición bilingüe inglés-español con 10.000 ejemplares de tirada que cuenta con una distribución



ciertamente espectacular, incluso en tiempos de pandemia...

Juan A. Peñamil: En efecto, a pesar de que actualmente no se esté celebrando ninguna feria o evento de forma presencial, hemos ampliado la distribución de la *Guía EVOOLEUM*, que reciben de forma directa más de 7.000 importadores, catadores, consultores y chefs internacionales, entre ellos 2.000 restaurantes con estrella Michelin de todo el mundo y los que forman parte de The World's 50 Best Restaurants, además de tiendas gourmet y delicatessen, resorts hoteleros y establecimientos de oleoturismo, escuelas de cata y de alta cocina... En este sentido, me gustaría resaltar la fluida colaboración que venimos manteniendo con algunos de los chefs más prestigiosos del mundo desde la primera edición de la Guía mediante contenidos exclusivos -artículos, recetas...-. Todos ellos reciben la Guía y se han convertido en los mejores prescriptores de la publicación. Y no quiero olvidarme del resto de colaboradores, reputados especialistas en cada uno de sus campos que con su sabiduría y conocimientos aportan un enorme valor añadido a la *Guía EVOOLEUM* con más de una veintena de artículos. Una Guía que también cuenta con una *app* gratuita disponible en iOS y Android que en su última edición alcanzó las 85.000 descargas.

Pandora Peñamil Peñafiel: Esto supone 85.000 compradores potenciales de los 100 AOVEs que aparecen en ella. Por cierto EVOOLEUM es la única Guía que está presente con stand propio en los eventos y ferias más importantes -Winter y Summer Fancy Food Show, Foodex Japan, Biofach, Alimentaria, Sol&Agrifood...-, algo que no hace nadie más en este sector.

Desde hace unos años el lanzamiento de la Guía EVOOLEUM se ha visto acompañado de una ambiciosa campaña

en medios de comunicación que arroja unas cifras espectaculares: apariciones en más de 160 medios de ámbito nacional e internacional, un impacto económico de alrededor de 600.000 euros, 174 millones de visualizaciones, una audiencia aproximada de 12 millones de personas... todo un éxito.

Juan A. Peñamil: Sí, estamos muy orgullosos de la repercusión mediática de la Guía, que aumenta cada año. Jamás una publicación relacionada con el aceite de oliva virgen extra había alcanzado semejantes cifras. Mire, le diré una cosa. Hace poco uno de los periodistas gastronómicos más influyentes de nuestro país me felicitaba y reconocía que la *Guía EVOOLEUM* se ha convertido ya en un clásico moderno, y que todos los años espera con impaciencia los resultados del concurso y el lanzamiento de la Guía. Ése es el mejor indicador de que estamos en el buen camino. Por no hablar de la Gala de Entrega de los EVOOLEUM Awards, que en apenas dos ediciones -este año la pandemia ha impedido su celebración- se ha convertido en el evento del año en el sector. De lo que se trata es de poner en valor el esforzado trabajo de los productores de aceite de oliva virgen extra de todo el mundo que se afanan por obtener un AOVE de excelente calidad; de divulgar y promover entre los consumidores todo lo relacionado con la cultura y tradición de este maravilloso producto, el auténtico superalimento del siglo XXI. Que todo el mundo sepa lo que es un AOVE, que se hable de ello y que el consumidor aprenda a discernir entre uno bueno y otro excelente, y que reconozca su valor.

Pandora Peñamil Peñafiel: Con EVOOLEUM, al igual que ocurre con *Olivatessen* -donde he realizado entrevistas increíbles al cineasta Francis Ford Coppola, el cantante Sting, las actrices Eva Green y Paz Vega o los chefs más influyentes del panorama internacional- relacionamos la cultura, la vanguardia, las experiencias exclusivas o el arte con el AOVE. Son conceptos que nunca antes se habían asociado con este sector. Creamos así un contexto y unas sinergias con el virgen extra impensa-

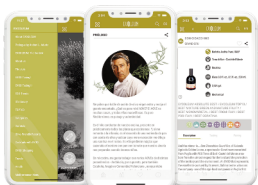
“Hemos ampliado la distribución de la Guía EVOOLEUM, que reciben de forma directa más de 7.000 importadores, catadores, consultores y chefs internacionales”

bles hasta ahora, lo que genera un valor poderoso y emocional para las marcas que se encuentran en ese entorno, dentro de la *Guía EVOOLEUM*, y que los consumidores están deseosos de descubrir.

Concluimos. Hay quien afirma que las botellas de AOVE se están convirtiendo en medalleros a la vista de la cantidad de logos y premios que muestran en su etiquetado. ¿Qué aporta el logotipo de EVOOLEUM a una botella de virgen extra?

Juan A. Peñamil: Sin duda, prestigio, calidad y, lo que es más importante, la mejor herramienta posible para posicionar la marca e incrementar las ventas del producto. El sello EVOOLEUM supone cerrar el ciclo y garantiza al consumidor la excelencia del virgen extra que tiene entre sus manos. Desde hace un tiempo, en este maremágnum en el que se ha convertido el mundo de los premios a la calidad del AOVE, la tendencia es la de recurrir a una estrategia engañosa y facilona: poner al concurso el nombre de determinadas ciudades para rodearlo de glamour y aparentar una proyección internacional. En este sentido, no es necesario que la botella se convierta en un medallero que dificulta que identifiquen perfectamente la etiqueta o la marca del AOVE. A día de hoy, el sello que conocen los consultores y prescriptores gastronómicos es el de EVOOLEUM. Para eso realizamos en cada edición una campaña de comunicación sin precedentes que llega a una audiencia de 12 millones de personas.

PINCHA AQUÍ PARA INSCRIBIRTE





Taiwán, un mercado interesante para las empresas españolas de aceite de oliva

El mercado del aceite de oliva en Taiwán puede resultar de interés para las empresas españolas. Aunque es pequeño y el consumo aún no está extendido, la falta de oferta local requiere cubrir la demanda con importaciones y el consumidor está cambiando su preferencia de aceites como el de palma por otros más saludables como el de oliva, según destaca un estudio de ICEX España Exportación e Inversiones.

Este organismo detalla que las importaciones de aceite de oliva virgen han mostrado una tendencia positiva en los últimos años, consecuencia del mayor conocimiento que tiene la población del producto tras las primeras décadas de comercialización en la isla. El aceite de oliva refinado, sin embargo, muestra un potencial más modesto, por su imagen menos asociada con la salud, aunque su sabor más ligero se aproxime más al paladar taiwanés.

Los líderes destacados del mercado son Italia, España y Grecia. Estos tres países juntos representaron el pasado año el 94,70% de las importaciones totales de aceite de oliven virgen y el 98,90% de las importaciones de aceite de oliva refinado.

La percepción del aceite de oliva español ha mejorado en los últimos años, pero la mayoría de los consumidores taiwaneses sigue asociando este producto con Italia debido, en gran parte, al hecho de que el producto italia-

no fue el primero en comercializarse en la región, manteniendo el español en un segundo plano en la mente del consumidor local. Además, según este estudio, hasta ahora gran parte del aceite español se ha importado a granel para comercializarse bajo marcas locales, si bien esta situación se está empezando a corregir tras múltiples escándalos alimenticios protagonizados por embotelladores locales que han adulterado el producto.

En cuanto a los puntos de venta, los supermercados de lujo y tiendas especializadas añaden la mayor variedad de productos y en ellos puede residir la oportunidad para introducir productos exclusivos de alto valor añadido tales como aceites aromatizados y similares. En cualquier caso, los canales de distribución en el mercado son largos, lo cual facilita unos márgenes muy altos en comparación con otros mercados de su entorno. Sin embargo, esta naturaleza de la distribución también convierte la elección del importador -casi siempre con exclusividad en el mercado- en algo clave, según ICEX.

En relación con el envase del producto, la mayoría de la oferta se basa en aceite envasado en botellas de vidrio. Dado el bajo consumo por persona y el hecho de que no se emplea para actividades como freír, se recomienda comercializar el producto en formatos pequeños, de entre 0,5 y 1 l.

Finalmente, las perspectivas de crecimiento del mercado del aceite de oliva en Taiwán, según prevé Euromonitor International, mantendrán la tendencia positiva en los próximos años, ligeramente mayor en términos de volumen (39,9%) que en valor (35,5%). Al margen de las predicciones numéricas, el mercado no muestra signos de un elevado nivel de madurez ni de un crecimiento que vaya a llevar a ello. En general, el aceite de oliva sigue siendo un producto de nicho ajeno en la mayoría de las cocinas taiwanesas y que en restauración posee muchas veces un valor más ornamental que culinario. La madurez en general de la economía y la sociedad taiwanesas induce a desestimar posibles cambios bruscos en los hábitos de consumo.

Según ICEX, la principal oportunidad que se presenta para el aceite de oliva español es su comercialización como producto Premium dirigido a segmentos altos, para lo que será necesario continuar desbancando la exportación de aceite a granel por embotellado y reemplazando en los lineales taiwaneses el aceite español comercializado bajo marcas locales por marcas españolas que conduzcan a un progresivo reconocimiento, situando el producto en un paradigma de pequeños formatos, altos precios y puntos de venta más exclusivos.



INDUSTRIAS DE LA ROSA



Caldera de Biomasa



Termobatería



Bomba mecánica



Conjunto Batidora con Molino para Molturación por Lotes

MAQUINARIA OLEÍCOLA

ALMAZARAS, MICROALMAZARAS,

CALDERAS DE BIOMASA

E INSTALACIONES DE CALEFACCIÓN



ALMAZARA MÓVIL ECOLÓGICA

AUTOVÍA DE ANDALUCÍA, Km. 358 • Apdo. de Correos, 17
 Tlf. 957 160 034 Fax 957 160 450
 4600 MONTORO (Córdoba)
www.industriasdelarosa.com
industriasdelarosa@industriasdelarosa.com



Artolio, un proyecto para ayudar a los pequeños productores de aceite de oliva del Mediterráneo

En octubre de 2020 se puso en marcha Artolio, un nuevo proyecto europeo que forma parte del programa ENI CBC Med con el objetivo de ayudar a los pequeños productores de aceite de oliva del Mediterráneo a implementar medidas de desarrollo innovadoras que impulsen mejoras en la calidad de la producción.

Además de centrarse en la mejora de procesos, la sostenibilidad y la eficiencia energética, esta iniciativa contribuirá a establecer un nuevo nivel de calidad superior para el aceite de oliva virgen extra, según han informado sus impulsores.

Estas medidas tienen como objetivo mejorar la economía local de los países participantes y dotar al mundo rural y/o al sector agrícola de herramientas que ayuden a implantar el producto en el mercado, pero también a posicionar su calidad y otorgarle visibilidad en otros espacios de alcance internacional.

En el proyecto participan organizaciones y

entidades de Israel, Grecia, Francia, Chipre, Palestina, Jordania y España. En concreto, está coordinado por la Organización de Investigación Agrícola (ARO Volcani Center y socios del Grupo Beit Hakerem-Israel), el Centro Nacional de Investigación Agrícola (Jordania), el Centro Palestino de Investigación Agrícola y Desarrollo (Palestina), la Asociación de Educación y Formación Postsecundaria de American Farm School (Grecia), la Organización Agrícola Helénica Demeter (Grecia), el Ministerio de Agricultura, Desarrollo Rural y Medio Ambiente (Chipre), la Universidad de Jaén (España), la Université de Corse Pasquale Paoli (Francia) y Kellenfol Advertising (España).

Entre los resultados del proyecto, se espera una mejora sustancial en la calidad del aceite de oliva virgen extra. En línea con los compromisos de la UE de reducir las emisiones de CO₂ y proteger el medio ambiente, también

tiene como objetivo ayudar a los productores a implementar métodos de desarrollo sostenible y mejores prácticas de eficiencia energética. Asimismo, prevé aplicar la metodología para que pueda ponerse marcha en otras regiones mediterráneas europeas.

Además, persigue ofrecer conocimientos en marketing y ventas, así como tecnología que ayude a mejorar la visibilidad global del producto local. Para ello, Artolio proporcionará un sistema digital en el que pretende acercar a productores, expertos, compradores y consumidores, con el objetivo de activar también el conocimiento y la cultura existente en torno al aceite de oliva virgen extra.

Este proyecto, que se prevé finalice en febrero de 2023, está financiado por la Unión Europea en el marco del Programa ENI CBC Med y tiene un presupuesto total de 2,9 millones de euros, con el 90% de la financiación aportada por la UE (2,6 millones de euros).

La Dieta Mediterránea encabeza el ranking de las mejores dietas para 2021

Un año más, la Dieta Mediterránea lidera la lista de las mejores dietas para 2021 que elabora la revista *US News & World Report*, que ha clasificado 39 patrones alimentarios en diversos niveles, desde la salud del corazón hasta la probabilidad de que ayuden a perder peso, a través de las aportaciones de un panel de expertos en materia de salud.

Estos expertos en dieta, nutrición, obesidad, psicología alimentaria, diabetes y enfermedades cardíacas revisaron los perfiles, añadieron su propia investigación y calificaron cada dieta en siete categorías: si es fácil de seguir, su capacidad de producir resultados a corto y largo plazo en la pérdida de peso, su integridad nutricional, su seguridad y su potencial para prevenir y controlar la diabetes y las enfermedades cardíacas. También se les

pidió que precisaran los aspectos de cada dieta que les gustaban o no en particular y que ofrecieran su opinión respecto a lo que se debería conocer de cada una de ellas.

Según ha remarcado esta publicación, con una puntuación de 4,2 sobre 5, el secreto de la Dieta Mediterránea es un estilo de vida activo, con control de peso y una dieta baja en carnes rojas, azúcar y grasas saturadas; y alta en productos como frutas y verduras, nueces y otros alimentos saludables. A su juicio, este patrón alimentario puede ofrecer una serie de beneficios para la salud que incluyen pérdida de peso, salud cardíaca y cerebral, prevención del cáncer y prevención y control de la diabetes. Al seguir la Dieta Mediterránea, también se puede mantener el peso y evitar enfermedades crónicas.

Para la Fundación Dieta Mediterránea,

este patrón alimentario supone una valiosa herencia cultural que, a partir de la simplicidad y la variedad, ha dado lugar a una combinación equilibrada y completa de los alimentos, basada en productos frescos, locales y de temporada en la medida de lo posible.

Entre estos alimentos destaca el empleo de aceite de oliva virgen y virgen extra como fuente principal de grasa. Y es que son muchos los beneficios de este producto y sus componentes. Así, los AOVEs reducen la presión arterial y poseen efectos antiescleróticos y antiinflamatorios, al tiempo que ayudan a prevenir las enfermedades cardiovasculares. Su consumo habitual también puede reducir el riesgo de desarrollar algunos tipos de cáncer y, en el plano ambiental, ayuda a cuidar el planeta en su proceso de obtención.



La Dieta Mediterránea ayuda a reducir los efectos del estrés

El estrés no sólo tiene efectos negativos en el trabajo y las relaciones personales, sino que también aumenta el riesgo de muchas afecciones crónicas, como enfermedades cardíacas y la enfermedad de Alzheimer, y está asociado con tasas de mortalidad más altas. No obstante, seguir la Dieta Mediterránea puede ayudar a disminuir los efectos fisiológicos del estrés y promover un envejecimiento saludable, según un estudio realizado por investigadores de la Facultad de Medicina de Wake Forest (Carolina del Norte, EEUU).

Los hallazgos del estudio, el primer ensayo preclínico para medir los efectos del consumo a largo plazo de una dieta occidental versus mediterránea sobre el estrés en condiciones experimentales controladas, se publicaron el pasado mes de noviembre en la revista *Neurobiology of Stress*.

“Es muy difícil controlar o reducir los factores estresantes en nuestras vidas, pero sabemos que podemos controlar nuestra dieta, y estudios observacionales previos han sugerido que una menor percepción de estrés se asocia con un alto consumo de frutas y verduras”, ha destacado Carol A. Shively, profesora de Patología y Medicina Comparada en la Facultad de Medicina de Wake Forest e investigadora principal del estudio.

Según Shively, los investigadores estudiaron

los efectos del estrés crónico de un bajo estatus social y el estrés agudo de estar aislado socialmente durante 30 minutos en 38 animales de mediana edad que fueron alimentados con una Dieta Mediterránea y occidental. Las dietas se formularon para reflejar fielmente las dietas humanas, con proteínas y grasas derivadas principalmente de fuentes animales en el grupo occidental y principalmente de fuentes vegetales en el grupo mediterráneo.

Para determinar el efecto de las dietas sobre las respuestas al estrés, los científicos midieron los cambios en los sistemas nerviosos simpático y parasimpático y en la hormona cortisol de la glándula suprarrenal, en respuesta al estrés agudo y crónico.

El sistema nervioso simpático participa en la respuesta de “lucha o huida” y regula funciones corporales como la frecuencia cardíaca y la presión arterial. El sistema nervioso parasimpático tiene efectos opuestos que ayudan al cuerpo a volver a un estado más tranquilo. “La alta actividad del sistema nervioso simpático puede resultar dañina para la salud, por lo que mantener un equilibrio saludable entre los dos sistemas es importante”, ha precisado Shively.

El cortisol ayuda al cuerpo a acceder a los recursos necesarios para luchar o huir. Sin embargo, si el estrés es continuo, los niveles de cortisol se mantienen altos y dañan los tejidos, según ha

precisado el centro docente norteamericano.

En concreto, en comparación con los animales alimentados con una dieta occidental, los alimentados con la Dieta Mediterránea exhibieron una mayor resistencia al estrés, “tal y como indica la menor respuesta del sistema nervioso simpático y el cortisol al estrés, y una recuperación más rápida una vez que acabó el estrés”, ha señalado la investigadora.

“Nuestro estudio mostró que la Dieta Mediterránea cambió el equilibrio hacia el sistema nervioso parasimpático, que es bueno para la salud, mientras que la dieta occidental aumentó la respuesta simpática al estrés, que es como tener el botón del pánico encendido todo el tiempo, y eso no es saludable”, ha precisado.

A medida que los animales envejecían durante el estudio de 31 meses -lo que equivale a unos nueve años en humanos-, el grupo de investigación observó que la actividad del sistema nervioso simpático aumentó. Sin embargo, la Dieta Mediterránea ralentizó el envejecimiento del sistema nervioso simpático.

“Los hallazgos del estudio sugieren que la adopción en toda la población de la Dieta Mediterránea puede proporcionar una intervención relativamente simple y rentable para reducir el impacto negativo del estrés psicológico en la salud y retrasar el envejecimiento del sistema nervioso”, ha resaltado Shively.

¿Te apetece un cóctel con AOVE?

Sorprendentes recetas, maridajes y los mejores vírgenes extra del mundo te esperan en la Guía EVOOLEUM 2021



¡Pide tu ejemplar pinchando aquí!





La DOP Oli de Mallorca introduce a los alumnos de Primaria en el mundo del AOVE

La Denominación de Origen Protegida Oli de Mallorca ha creado “L'Oli d'oliva: de l'arbre a la llesca” (El aceite de oliva: del árbol a la rebanada), un material educativo *on line* que pretende introducir a los alumnos de Primaria en la cultura del aceite de oliva de Mallorca desde diferentes perspectivas tales como la historia, la naturaleza, el arte o la alimentación; y planteado como un recurso al que puedan recurrir los profesores.

Con este objetivo, la DOP propone un contenido articulado en forma de unidad didáctica que incluye explicaciones teóricas y propuestas de actividades prácticas, todo

adaptado a los bloques curriculares de los ciclos de Educación Primaria y con especificaciones dirigidas a los docentes en

cuanto a la correspondencia del contenido con los bloques y los criterios de evaluación, así como las competencias que pueden asumir los alumnos.

Desde una perspectiva más lúdica, pero también vinculado a este material, se ha creado la *app* “Oli de Mallorca: rutes en família”, unas rutas con propuestas de actividades donde descubrir la riqueza de los entornos de olivar de Mallorca en lo que se refiere a patrimonio etnológico, vegetal y ecosistemas, entre otros muchos.

Para la elaboración de este material, Oli de Mallorca ha contado con la financiación de la Direcció Insular de Promoció Econòmica i Desenvolupament Local del Consell de Mallorca.

Editan una guía para promocionar el consumo de AOVE de Castellón

La Diputación de Castellón ha editado, en colaboración con la Fundación Intercoop, una guía para promocionar el consumo del aceite de oliva virgen extra autóctono tanto dentro como fuera de esta provincia. La publicación consta de 47 páginas que recogen las 39 variedades de AOVEs castellonenses. En cada uno de sus apartados se explican de forma accesible sus peculiaridades, rasgos diferenciadores y la historia del cultivo de la aceituna en su zona de origen.

La guía “AOVE Castellón” nace fruto de un convenio de colaboración firmado entre ambas instituciones, que estipula una contribución de 10.000 euros por parte de la institución provincial para hacer posible la edición material de la guía, mientras que Intercoop aporta todo su conocimiento y experiencia en el terreno agrícola para completar las páginas de contenido. La idea, según ha informado la Administración provincial, es ir ampliando la revista con nuevas producciones de AOVE en futuras ediciones.

El diputado de Desarrollo Rural, Santi Pérez, ha afirmado que “con este acuerdo Castellón sale ganando porque estamos abriendo una nueva ventana de oportunidades para nuestros productos del campo, más concretamente para el aceite de oliva virgen extra, un tesoro de la cocina mediterránea que cada día está más valorado y demandado fuera de nuestras fronteras”.

En este sentido, Pérez ha señalado que la guía -que podrá consultarse y descargarse gratuitamente en la página web de la Diputación próximamente- “llegará más allá de nuestras comarcas para que tanto intermediarios como establecimientos hosteleros conozcan nuestro sector del aceite de oliva y consuman sus diferentes variedades”.

La superficie de olivar continúa su tendencia al alza en España y sube un 0,64%

La superficie de olivar continúa su tendencia ascendente en España y ha registrado un aumento del 0,64%, hasta situarse en 2.751.255 hectáreas, según los resultados de la Encuesta sobre Superficies y Rendimientos de Cultivo (Esrce 2020) publicada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Así, según estos datos, de la superficie total del olivar registrada (1.899.06 ha. son de secano y 852.221 de regadío), 2.553.921 ha. corresponden a olivar de almazara (1.781.760 de secano y 772.153 de regadío); 77.650 a olivar de mesa (42.812 de secano y 34.837 de regadío); y 119.685 (74.454 de secano y 45.231 de regadío) a olivar de doble aptitud.

La distribución de olivar por Comunidades Autónomas se concentra sobre todo en el este, sur y suroeste peninsular. Resalta por su importancia Andalucía, con 1.662.801 ha. (1.020.066 de secano y 642.727 de regadío); seguida de Castilla-La Mancha, con 443.702 ha. (375.712 de secano y 67.990 de regadío); Extremadura, con 287.754 ha. (223.578 de secano y 64.176 de regadío); y Cataluña, con 114.228 ha. (88.896 de secano y 25.333 de regadío).

La Encuesta sobre Superficies y Rendimientos de Cultivos se realiza con periodicidad anual desde el año 1990 en colaboración con los servicios estadísticos de las Comunidades Autónomas. Se basa en una investigación en campo en la que se toma información directamente a pie de parcela en una muestra georreferenciada del territorio nacional, realizada entre los meses de mayo y agosto.





“Buen sabor de boca” de la Fiesta Virtual del Primer Aceite de Jaén

La Fiesta del Primer Aceite de Jaén, que este año se ha desarrollado durante un mes de forma virtual por la pandemia del COVID-19, ha concluido dejando un “buen sabor de boca”. Así lo ha asegurado el diputado de Promoción y Turismo, Francisco Javier Lozano, quien ha realizado “una valoración muy positiva de la celebración de esta fiesta, que en esta edición ha tenido un formato novedoso y distinto por la situación sanitaria, pero que nos ha permitido alcanzar a un público diferente y numeroso, procedente de distintos puntos de España, que nos ha seguido fielmente y ha participado de una forma muy intensa en las diferentes actividades organizadas”.

La programación, que se prolongó desde el 28 de noviembre al 28 de diciembre, incluyó una serie de propuestas “en las que se han visto representados los distintos colectivos del mundo del aceite de oliva virgen extra de nuestra provincia”, según remarcó Lozano.

En definitiva, se llevó a cabo “un compendio de actividades que sirvieron para superar los 50.000 impactos en Facebook y Twitter, un alcance en redes sociales muy importante”, subrayó el diputado de Promoción y Turismo.

Esta notable repercusión ha hecho que, con vistas a la próxima edición, “nos haya abierto una nueva ventana al mundo que nos posibilita seguir trabajando y posicionando nuestros AOVEs a nivel comercial a través de una tienda *on line*”.

La Fiesta Virtual del Primer Aceite de Jaén incluyó en torno a una veintena de actividades que se pudieron seguir desde la web www.primeraceitejaen.es, una plataforma en la que también se pudieron adquirir los productos de unas 75 empresas del sector oleícola que participaron en este evento organizado por la Diputación de Jaén, entre ellas más de 70 marcas de AOVE de esta cosecha y otras firmas de cosméticos con aceite de oliva.

Así, durante un mes se desarrollaron de-



mostraciones culinarias, charlas, catas, actividades culturales y medioambientales y también el mercado navideño Degusta Jaén, que permanecerá abierto hasta el próximo 16 de enero. Entre otras propuestas, se ha celebrado un diálogo sobre los aceites y la alta cocina en el que intervinieron Pedro Sánchez -chef del restaurante Bagá de Jaén, con una estrella Michelin- y el aceitero Luis Montabes; las DOPs jiennenses Sierra Mágina, Sierra de Segura y Sierra de Cazorla dieron a conocer sus aceites tempranos; el chef jiennense con estrella Michelin Juan Aceituno, del restaurante DamaJuana, realizó un *showcooking*; y la Academia Andaluza de la Gastronomía ofreció una actividad titulada “Una variedad, diferentes paisajes” consistente en una cata por parte de los miembros de la academia de los AOVEs participantes en este evento.

Asimismo, tuvo lugar un taller *on line* de dibujo para jóvenes vinculado al olivar a cargo de la Academia de Arte Carrillo; se realizó una presentación del proyecto “Olivares Vivos” y varias catas de aceite realizadas por el Centro de Interpretación “Olivar y Aceite” de Úbeda y el chef y sumiller Marcos Reguera; se conocieron los ganadores del III Premio Internacional de Relato Corto sobre Olivar, Aceite de Oliva y Oleoturismo; se dieron a conocer los AOVEs “Jaén Selección 2021”; y también se celebró una mesa redonda que ha girado en torno a la IGP Aceite de Jaén.

El AOVE, el producto agroalimentario andaluz que más se exporta

El sector agroalimentario es el *Fórmula 1* de las exportaciones andaluzas y la *pool position* de sus productos la ocupa ahora el aceite de oliva virgen extra. Así, los últimos datos de exportación analizados por la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible, correspondientes al periodo comprendido entre enero y octubre, señalan que el oro verde andaluz contabiliza ya 1.203 millones de euros en ventas más allá de las fronteras españolas, a pesar de que su valor en el mercado internacional no pasa por su mejor momento.

Por detrás, se sitúa el pimiento con 624 millones, casi la mitad que el AOVE, emblema indiscutible de la Dieta Mediterránea. En tercer lugar, los tomates andaluzes siguen coloreando las cocinas de medio mundo. En cuarto lugar, y pese a que aún queda lejos los meses de máxima producción, se encuentran las fresas frescas. El quinto puesto es para el aceite de oliva, al que le siguen los pepinos y las aceitunas.

El principal destino de los productos agroalimentarios de Andalucía es Alemania, donde las frutas y hortalizas andaluzas son muy apreciadas por un consumidor muy exigente y comprometido con la sostenibilidad. El segundo y tercer país que más compra productos agroalimentarios andaluzes son Francia y Reino Unido, respectivamente.

El primero de los países que no son de la UE es EEUU, que ocupa el séptimo lugar entre los que más compran productos agroalimentarios andaluzes.

Además, la Consejería ha destacado que llama poderosamente la atención cómo las exportaciones a China siguen creciendo con fuerza. El gigante asiático ocupa el octavo lugar, con 269 millones de euros. También resulta muy llamativa la subida de Suiza, que ocupa el undécimo lugar.



Borges reinvierte el beneficio obtenido al cierre del ejercicio 2020 en la reactivación de la hostelería

En una segunda mitad de ejercicio muy complicada por los efectos del COVID-19, Borges International Group ha obtenido un resultado consolidado de 23,7 millones de euros que ha destinado a la reactivación de la hostelería y la restauración, así como a la generación de empleo a través de inversiones en sostenibilidad, seguridad alimentaria e innovación.

Asimismo, el BAI alcanzado fue de 29,4 millones de euros y el Ebitda de 37,5 millones de euros, reduciendo su deuda hasta los 90 millones de euros.

La facturación ha alcanzado la cifra de 613 millones de euros, un 11,1% inferior al ejercicio precedente, debido principalmente a la reducción de los precios de las principales materias primas que comercializa el grupo, como son el aceite de oliva, las nueces y las almendras, efecto que aún será mayor en el ejercicio fiscal en curso.

Las ventas en mercados internacionales representan un 71% del total de su cifra de ingresos, manteniendo su peso respecto al ejercicio anterior. El elevado porcentaje de venta en el exterior se deriva de la comercialización de sus productos en 107 países a través de sus oficinas y filiales comerciales en España, Estados Unidos, Francia, Italia, Rusia, Brasil, India, China, Singapur y Túnez, según ha informado la compañía.

Por productos, Borges ha comercializado

un total de 307.000 toneladas, de las que destacan en valor los aceites de oliva, con un 41% del total de las ventas; seguidos de los frutos secos, con un 29%; y los aceites de semillas, con un 15%; mientras que completan el 15% restante las aceitunas, vinagres, pasta de trigo duro, salsas, encurtidos, bebidas de frutos secos y subproductos (harinas de semillas y cáscara de almendra).

Borges International Group, que cumplirá 125 años de historia en 2021, suma 1.181 empleados en el mundo, lo que supone un incremento del 16% de su talento en los cinco últimos años. Está presente en 13 países, con 11 plantas industriales y 15 oficinas comerciales.

Para su 125º aniversario prepara la inauguración de la Casa Borges, un proyecto al que la empresa le ha dedicado 2,5 millones de euros en una primera fase rehabilitando el emblemático edificio de Mas de Colom así como adecuando la finca que lo rodea para el cultivo agrícola de pistachos, almendros, olivos y nogales.

Por otro lado, la empresa ha destacado que la actual crisis sanitaria provocada por el COVID-19 ha afectado de lleno a la actividad del sector de la hostelería, bares y restauración como consecuencia de la paralización de la actividad. Con el fin de minimizar las serias dificultades que ha atravesado este canal, Borges puso en marcha el pasado mes de mayo un plan para su reactivación aplazando los cobros de

la campaña de verano y con la donación, para impulsar su reapertura, de 5 millones de envases monodosis que requieren una mínima manipulación, aumentando la seguridad alimentaria y disminuyendo las posibilidades de transmisión del coronavirus, frente a otros envases que pasan de mano en mano multiplicando las posibilidades de contagio. Estas acciones han supuesto para el grupo un esfuerzo económico de 10,5 millones de euros.

Además, la empresa ha invertido 2,5 millones de euros en la generación de empleo y medidas de protección de los empleados frente a la pandemia; 10 millones de euros para añadir elementos de sostenibilidad a su industria y plantaciones agrícolas; y 2,5 millones de euros en seguridad alimentaria e I+D para minimizar los efectos del COVID-19.

A su vez, la compañía ha informado de que las instalaciones de Capricho Andaluz, con su sede en Cabra, han renovado el Certificado ECOSENSE en la fabricación de cápsulas de tarrinas monodosis con material reciclado en un 90%, garantizando así la economía circular. Con esta iniciativa, Borges "ha sido la primera empresa envasadora de aceite en obtener el certificado ECOSENSE, contribuyendo así a alcanzar el objetivo de la Estrategia Europea para el plástico en una economía circular de 10 millones de toneladas de plástico reciclado utilizado para fabricar nuevos productos antes de 2025", ha asegurado.

Nace el Consorcio de la Gastronomía Cordobesa

La Asociación Cordobesa de Hostelería y Turismo (Hostecor), los Consejos Reguladores de las DOPs de AOVE de Baena, Lucena y Priego de Córdoba, la DOP Vinos y Vinagres de Montilla-Moriles y la DOP Los Pedroches de paletas y jamones 100% ibéricos han firmado un acuerdo para constituir el Consorcio de la Gastronomía Cordobesa (CGC), el mayor organismo creado hasta el momento en la provincia para defen-

der el valor patrimonial de la cultura de la restauración y la producción alimentaria.

En términos numéricos, el CGC va a integrar a más de 20.500 agricultores cordobeses, 536 ganaderías, 15 industrias de elaboración de jamones y paletas ibéricas, 35 plantas de envasado de aceite de calidad, 39 almazaras, 50 empresas del sector vitivinícola que engloban a 1.800 viticultores que producen en 4.770 hec-

táreas de viñedo, y a más de 4.500 hosteleros.

Asimismo, entre sus objetivos prioritarios destaca la creación del Centro de Interpretación de la Gastronomía (CIG); la puesta en marcha de un Observatorio Gastronómico Cordobés; la creación de un sello de calidad homologado con certificación de producto de Córdoba; y trabajar para que la capital y la provincia se consoliden como lugares de destino gastronómico-cultural.

LAS PÁGINAS AMARILLAS DEL SECTOR

INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR
Mercacei

GUÍA DE FABRICANTES Y ENVASADORES DE ACEITE DE OLIVA



CÓMPRALA AHORA 20€
 (gastos de envío incluidos)

De carácter bienal y con 400 páginas, contiene la más completa y actualizada relación de almazaras, cooperativas y empresas envasadoras de aceite de oliva. Estructurada por provincias y Comunidades Autónomas (fabricantes, envasadores, extractoras de orujo y refinerías), supone una fuente de información esencial para la optimización de la labor comercial de los profesionales del sector.

NUEVA EDICIÓN ACTUALIZADA



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 noviembre de 2020.

Aceite de oliva virgen extra (precio euros)

MARCA	LATA 5 L.	ENV. 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA 1 L.	CRISTAL 3/4 L.	CRISTAL 1/2 L
La Española	25,95	12,95 (Of.)	11,97 (3 l.)	3,99/4,59	3,75/3,99	3,99
La Española Gran Selección					4,18	5,99 (Gourmet)
La Gramanosa						12,00
La Guijarrera						8,95
La Guijarrera Coupage			18,75 (lata 3 l.)			6,00
La Laguna de Fuente de Piedra		14,95 (2, 5 l.)	4,48	6,25	5,95	6,50 (lata)
La Maja					8,00	17,50
La Manzareña						6,00 (lata)
La Masía		13,44 (Of.)/24,27	12,57 (3 l.)	2,99/4,76	3,99	
La Niña de Mis Ojos					9,75	
La Solana2						11,45 (lata)
Las 7 Encinas Arbequina/Picual						8,50
Ladrón de Guevara						9,50
Lectus	41,75				10,00	9,00
Leoncio Gómez			13,50 (lata 2,5 l.)		8,00	5,00 (lata)
Lérida	57,00			15,00		8,14
Lérida 1ª Cosecha						13,30
Lordina						13,00
Lorietta		40,00 (vidrio)	12,00 (3 l.)	5,15 (lata)	5,00	3,00
Los Carrizos			23,90 (lata 2,5 l.)			5,50 (lata)
Luque	40,00		38,50 (lata 3 l.)	10,00	10,00 (lata)	5,50
Maestros de Hojiblanca		24,19	14,59 (3 l.)	5,25		3,99
Maeva		12,99	10,06 (3 l.)	3,75		
Maimona	28,00 (lata)				4,69	3,00
Mantua Carpetana						6,45
Marqués de Griñón						14,53
Marqués de Griñón DUO						6,45/7,15
Marqués de Valdueza						18,90
Martínez Garrica C. Temprana					16,15	
Mas Tarrés						9,80
Masía El Altet High Quality / Premium						11,75 (Of.)/17,00
Masterchef Arbequina/Picual						11,99
Melgarejo Selección / Delicatessen						12,50
Melgarejo Frantoio						12,00
Merula	39,00		28,00 (lata 2,5 l.)			8,95 (lata)
Molino de S. Nicolás y S. Esteban						11,00
Molino de Segura		16,99			3,99	4,35
Molino de Segura Selec. Noviembre						4,35
Molino de Zafrá	30,00 (vidrio)				8,50	2,00 (0,25 ml.)
Montebrión					8,00	
Monteconsuegra						5,00
Montón Alto Cornicabra/Coupage						9,00
Mueloliva	23,45	25,95			4,95	
Muñoz	29,00					
Nobleza del Sur						14,00
O-Med						13,95
Odoliva					5,50	3,90
Odoliva 1er Día de Campaña					11,50	6,00
Old Fargus				79,00		
Oleastrum					5,69	3,05 (0,25 ml.)
Oleaurum					8,16	7,79
Oleaurum Les Garrigues					8,66	
Oleaurum Verd					8,66	
Oleaverum					23,00	11,00
Olei						14,50
Oleocazorla	27,99	27,22		6,99 (lata)		6,94 (jarra)
Oleoestepa	26,00	20,95	18,00 (2,5 l.)	4,99	6,69	5,45 (lata)
Oleoestepa (monovarietales)	34,30		18,00 (lata 2,5 l.)		6,69 (Of.)/8,06	
Oleoquiros						5,50
Oleum Flumen						15,00
Oleum Summ						15,00
Oleum Viride Devota & Lomba					12,00	
Oleura						8,70
Oli Mas D'en Gil						9,00
Oli Priorat					6,50 (0,25 l.)	10,00
Oli Silla						8,20/10,95
Olicatessen			25,50 (lata 2,5 l.)			11,00
Olimendros Coupage					5,65	4,54
Olivar de la Luna	35,00		23,00 (lata 3 l.)	11,00 (lata)		11,00
Olivar de Segura	35,11	20,99	7,97	4,21/4,35		7,84
Oliver Petit Gourmet						4,79 (0,25 l.)
Olivo de Cambil	35,46				7,48	4,79
Orobaena					7,48	
Oro Bailén Reserva Familiar			35,65 (lata 2,5 l.)			10,95
Oro Bailén Arbequina						9,00/10,95
Oro de Cánava				9,80	8,00	7,85
Oro de Génave Premium						5,00 (lata)
Oro de Genave					5,45	5,00 (lata)
Oro del Desierto	46,50			11,50 (lata)		8,50
Oro San Carlos						8,50
Oro Virgen		24,99			4,64/4,74	3,20
Padilla 1808	50,00			7,00 (lata)	13,00 (lata)	
Pago de Quiros						12,50 (lata)
Pagos Baldíos S. Carlos						8,15/8,60
Palacio de los Olivos						8,00/8,80
Parqueoliva	24,95		14,40 (lata 2,5 l.)		7,00	12,68



MARCA	LATA 5 L.	ENV. 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA 1 L.	CRISTAL 3/4 L.	CRISTAL 1/2 L.
Pepa y El Olivar						18,50
Picualia			15,50 (lata 2,5 l.)			10,00
Puesolé						12,95
Quinto del Mancho						5,00
R. Lencina					6,00	
Reales Almazaras	41,25/42,99				7,19	5,00
Rihuelo						8,50
Rincón de la Subbética						17,50
Románico	40,00/43,09		24,20 (lata 3 l.)			4,39/6,88
Románico Esencia						4,29
Sahita						10,00
Santobastian						8,50
Señorío de Jaén						17,95
Señorío de Segura	25,00		13,70 (lata 3 l.)		4,31/4,59	4,00 (lata)
Señorío de Segura Premium						6,00
Señorío de Vizcántar	25,00		9,65 (2,5 l.)	7,60 (lata)	5,75	
Señoríos de Relleu						11,50/15,50
Sierra de Cazorla	34,00				6,00	10,99
Sierra de Gata					5,80	6,15
Sierra de Nambroca				11,00		5,55 (lata)
Sierra Las Villas					5,00	
Soleae Manzanilla cacereña / Ocal						12,00/12,50
Solivellas					7,25	14,50
Sombra						19,00
Sotaroni					7,00	
Supremo Picual/Arbosana						13,90/14,00
Tagornar						9,00
Thuelma	21,50		13,60 (lata 3 l.)		5,00	3,50
Tierra y Alma						11,00
Tierras Andaluzas					8,00	
Tierras de Jaén						6,99
Tierras de Tavera			18,00 (lata 2,5 l.)	7,00 (lata)		5,50 (lata)
Toletum			37,00 (cristal 3 l.)			5,00
Torre Luna						8,00
Torre Real Arbequina						7,70
Torres Eterno						24,00
Torres Silencio			21,50 (lata 2,5 l.)			8,30
Trespuestas Viejo					5,40	
Tucioliva						7,50
Tucioliva Gran Selección					11,72 (0,70 l.)	5,95
Unió	29,89	29,89	20,00 (lata 3 l.)	11,00 (lata)	9,46	
Unioliva	29,89		21,50 (lata 3 l.)	8,00 (lata)	5,30 (lata)	4,40 (DOP)
Val de Xálama						5,95
Valderrama Arbequina				12,50		9,00
Valderrama Grand Cru					17,95	
Valderrama Hojiblanca				11,00		8,00
Valderrama Ocal				12,50		11,60
Valderrama Picudo				12,50		9,00 (lata)
Valdueña					6,00	
Vallejo					5,00	3,00
Venta del Barón						11,95/14,09
Verde Mágina Picual						2,89
Verde Salud				8,90 (lata)		
Verde Segura		19,91	14,06			
Vetonia						5,00
Via Augusta						16,00
Viana	23,00	35,31 (vidrio)	11,40 (lata 2,5 l.)		7,00	
Ybarra	15,95	14,95		3,75/3,79	3,19/3,99	3,99
Ybarra Gran Selección						3,99
Ybarra Olivares Centenarios/Jóvenes/Tradicionales				4,07	3,63	
Yo, verde						13,00

EN EL CORAZÓN DEL ACEITE

centrifugación alemana

centrifugacionalemana.com



SE VENDE

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

Más información: 958 463 046

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 VENDE

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

Teléfono: 680 714 391

SE BUSCA

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 VENDEN

Decánters de 2º uso reparados y sin reparar.

Teléfono: 680 690 618

SE VENDE

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

Interesados, llamar al 957 600 150

www.treico.com

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

ICEX llevará a cabo un plan de promoción de alimentos gourmet en el mercado alemán

ICEX España Exportación e Inversiones y la Oficina Económica y Comercial de España en Düsseldorf llevarán a cabo en 2021 un plan de promoción con el objetivo de impulsar la presencia de empresas españolas de alimentación gourmet, entre ellas productoras de AOVE, que ya estén implantadas en el mercado alemán.

ICEX ha informado de que a través de esta iniciativa se pretende dar a conocer la excelencia y diferenciación de los productos gourmet españoles y aumentar sus ventas en el mercado alemán.

El plan, cuyos grupos objetivos son el canal Horeca y el comercio minorista gourmet, está dirigido exclusivamente a empresas españolas que cuenten con un importador o distribuidor en Alemania en el momento de presentar su solicitud de participación.

En cuanto a las actividades, destacan las ferias Genussgipfel y Koch des Jahres para dar a conocer la oferta de las empresas participantes entre el comercio gourmet, chefs y distribuidores Horeca, e incentivar las ventas de los distribuidores y la adquisición de nuevos clientes.

También se llevarán a cabo *workshops* con chefs en ferias y escuelas de cocina con el fin de incentivar la adquisición de los productos promocionados; así como presentaciones de producto y de cocina en restaurantes españoles.

Según datos de ICEX, la evolución y el posicionamiento del aceite de oliva español durante los últimos cinco años se puede considerar positivo, atendiendo al incremento acumulado del +72,2% expresado en unidades de peso y del +54,7% en unidades monetarias.

La pandemia y sus repercusiones en el ca-

nal Horeca han conllevado un descenso en las importaciones alemanas de aceite de oliva durante el periodo comprendido entre enero y junio de 2020 respecto al año anterior: -0,1% en general y -9,1% para las de procedencia española (en unidades de peso).

Hasta la fecha, el contexto comercial y mediático alemán ha venido siendo favorable al AOVE de origen español, en un entorno de saturación de mercado por estancamiento del consumo y una oferta en origen que supera la demanda del mercado local.

En este sentido, este organismo cree necesario mantener el concepto promocional iniciado en 2019 centrado en transmitir las excelencias de los aceites de oliva españoles a través de degustaciones y presentaciones comerciales, con un enfoque especial en el canal Horeca.

www.icex.es



Agenda

Del 26 al 29 de enero en formato mixto *on line* y presencial

Agroexpo

La Institución Ferial de Extremadura (Feval) celebrará el próximo mes de enero una nueva edición de la Feria Internacional de Suroeste Ibérico Agroexpo en formato de foro congresual.

Será en la fecha prevista inicialmente, del 26 al 29 de enero, aunque se prescindirá de la exposición que cada año reunía a más de 500 marcas y empresas de España y Portugal debido a la crisis del coronavirus.

Este formato de foro congresual se celebrará de manera virtual y la asistencia de los ponentes quedará supeditada a la incidencia de la pandemia en las fechas de celebración.

A pesar de que la crisis sanitaria impedía la organización de la muestra comercial en el formato tradicional, el comité organizador de Agroexpo ha apostado por mantener las fechas del certamen, aunque se celebre como foro virtual, por considerar que es una plata-

forma y herramienta fundamental de promoción para la agricultura, la ganadería y su industria asociada.

De este modo, el certamen mantendrá sus principales bloques temáticos y el día de la inauguración se celebrarán las Jornadas de la PAC, donde se abordarán los principales retos de la nueva reforma agraria planteada por la Comisión Europea.

Asimismo, el día 27 se dedicará al cultivo invitado, que este año será el pistacho, y el 28 de enero se centrará en un foro Smart Agro; mientras que el 29 se celebrará una jornada sobre agua y cambio climático como clausura del evento.

Como en años anteriores, Agroexpo cuenta con el patrocinio de Cajalmendralejo y el apoyo de la Consejería de Agricultura, Desarrollo Rural, Población y Territorio.

www.feval.com/agroexpo



www.mercacei.com,
una nueva forma de
COMUNICAR
¡Más de 30.000.000
de visitas al año!

Calendario de Ferias y Eventos en 2021

1 Enero 2021

- ☞ Del 22 al 24 de enero
58ª FIRA DE L'OLI DE QUALITAT VERGE EXTRA
Les Borges Blanques (Lleida) y *on line*
patronat@firaoli.cat
www.firaoli.cat
- ☞ Del 26 al 29 de enero
AGROEXPO
On line y presencial
Don Benito (Badajoz)
www.feval.com/agroexpo

1 Febrero 2021

- ☞ Del 4 al 6 de febrero
OLIO OFFICINA FESTIVAL
Les Borges Blanques (Lleida) y *on line*
posta@olioofficina.com
www.olioofficina.it
- ☞ Del 8 al 12 de febrero
PRODEXPO
Moscú (Rusia)
centr@expocentr.ru
www.prod-expo.ru/en
- ☞ Del 15 al 16 de febrero
EVOO DAYS
Verona (Italia)
solagrifood@veronafiore.it
www.solagrifood.com/it/evoo-days
- ☞ Del 17 al 19 de febrero
BIOFACH
On line
info@xantarc.org
www.biofach.de/en
- ☞ Del 17 al 19 de febrero
SUPERMARKET TRADE SHOW
Mihama (Japón)
www.smts.jp/en
- ☞ Del 18 al 20 de febrero
CONGRESO INTERNACIONAL DEL ACEITE DE OLIVA
Jaén
jdsanche@ujaen.es
- ☞ Del 21 al 25 de febrero
GULFOOD
Dubái (Emiratos Árabes Unidos)
www.gulfood.com

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

Contigo
Financiación para seguir creciendo

AgroBank

DIVISIÓN



ACEITE
DE OLIVA



CONTRIBUYE A MEJORAR LA
CALIDAD DEL AOVE PRODUCIDO

AJUSTA EL TIEMPO
ÓPTIMO DE BATIDO

OPTIMIZA LA TEMPERATURA
DE LA MASA

MENORES COSTES DE
INVERSIÓN Y MAYOR
EFICIENCIA ENERGÉTICA

LA NUEVA ERA DEL BATIDO SE LLAMA **PROTOREATTORE®**

Un sistema único en el mercado
oleícola mundial que revoluciona
el proceso tradicional del batido.



OFICINA JAÉN

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



OFICINA ZARAGOZA

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

info.spain@pieralisi.com

GRUPPO

PIERALISI
INNOVADORES POR PASIÓN