



INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR

Mercacei

SEMANAL

MERCACEI, PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA A LA COMUNICACIÓN

E

ditorial

El aceite tenía un precio
pág. 11

El modelo de agricultura
Olivares Vivos permite que
los olivares sobrelleven
mejor las olas de calor
pág. 12

La lección magistral
del consumidor
pág. 16

Crece el interés por el
aceite de oliva en Perú
pág. 19

Baja viabilidad de la picada
de mosca del olivo tras las
altas temperaturas
pág. 22

El FEGA detalla los requisitos
para la ayuda asociada al
olivar con dificultades
específicas y alto valor
medioambiental
pág. 21

El proyecto Soil O-live recoge
más de 5.200 muestras en
cinco países para conocer el
estado de los suelos de los
olivares mediterráneos
pág. 23

La lámpara de aceite... del presidente

Por Pandora Peñamil Peñafiel

En diciembre de 2019, al entonces presidente de Estados Unidos, Donald Trump, se le antojó celebrar una fiesta de Hanukah en la Casa Blanca. Para ello, el director de la Autoridad de Antigüedades de Israel, Israel Hasson, aprobó el envío de una serie de lámparas de aceite y otros artefactos para que se exhibieran en este evento. Estas lámparas nunca volvieron a la tierra prometida. Cuando la Casa Blanca decidió enviar las antigüedades de vuelta a Israel, la pandemia estalló y estos bienes tuvieron que permanecer en Estados Unidos, custodiados por Saul Fox, un destacado filántropo judío que había asistido a la velada. Sin embargo, el paradero final de las lámparas fue otro: la residencia de Trump en Mar-a-lago, en el estado de Florida. Lo más curioso es que las famosas lámparas nunca se expusieron en la fiesta de Hanukah, ya que la administración republicana sospechaba que podían haber sido tomadas de la Cisjordania ocupada por Israel y no querían entrar en polémicas. A día de hoy, no está claro cómo terminaron los artefactos en Mar-a-Lago, o si Trump siquiera era consciente de que se encontraban en estas instalaciones (¿tan inmensas son?). Lo que sí han denunciado varios diarios israelíes es que todos los esfuerzos realizados por altos funcionarios del país para recuperar los tesoros nacionales han fracasado hasta la fecha.



¿Y si el presidente sí que era consciente de que las lámparas estaban en su mansión? ¿Es que acaso es un amante de la forma más antigua de iluminar? Porque cuando el FBI irrumpió en Mar-a-Lago para hacer una redada solo encontró dos cosas sospechosas: cajas llenas de documentos clasificados que se almacenaban en baños y otros espacios después de haber sido retirados indebidamente de la Casa Blanca... y lámparas de aceite.

Ahora que Mr. Trump está un poco nervioso con la tercera imputación de este año -esta vez por su vinculación al asalto al Capitolio-, yo le recomiendo que se coja unas vacaciones, venga a España y visite el Museo Arqueológico de Córdoba. Allí podrá maravillarse observando reliquias como la "Lucerna de Medusa", realizada en terracota en la Hispania Romana del siglo I d.C. En el disco de esta lámpara se encuentra el orificio por el cual se suministraba el aceite de oliva como combustible, y en el extremo se encuentra una pequeña asa circular que permitiría su transporte. Este detalle se hizo muy popular en la época romana, ya que al producirlas con moldes en vez de técnicas artesanales, estas lámparas eran relativamente baratas y se podían coleccionar y llevar colgadas como si de una riñonera se tratase. Yo a Donald -abusando de la confianza de la que se hace gala últimamente en los debates electorales- no me lo imagino con una lámpara de estas colgadas pero, oye, si le serigrafían *Make America great again...* ¿quién sabe!

 **PIERALISI**
CIRCULAR THINKING
www.pieralisi.com



SPI 76.2
N.1 en la extracción
de aceite de oliva

EL DECANTER DE DOS FASES
CON LAS MEJORES PRESTACIONES
DE RENDIMIENTO REAL

▼ "Patrocina la Noticia de la Semana"

"Salzysalz, Galateo & Friends
y Les Terres de Provence,
ganadores de los
EVOOLEUM Packaging
Awards 2023"

pág.4



Fundadora:
M. Dolores Peñafiel Fernández

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

Directora:
Pandora Peñamil Peñafiel

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

Edita:



Mercacei
GRUPO EDITORIAL

CEO & Editor:
Juan A. Peñamil Alba

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

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

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

Depósito Legal:
M 28733 - 1994
ISSN
1134 - 525 X

Publicación confidencial para uso exclusivo de los suscriptores.

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

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



sumario

- 1 Editorial
- 2 Sumario
- 3 Análisis de Mercado
- 4 Actualidad
 - EVOOLEUM Packaging Awards
- 6-10 Mercado
 - Promoción
- 11 Actualidad
 - Precios
 - Sostenibilidad
 - Consumo
 - Internacional
 - I+D+i
 - Ayudas
 - Plagas
 - Agronomía
- 24 Precios en el lineal
- 26 Anuncios Breves
- 27 Agenda

Formación

Curso de Verano de la UNIA sobre "AOVE. Salud, marketing y maridaje"

La Universidad Internacional de Andalucía (UNIA) oferta en su programación de los Cursos de Verano 2023 de la sede Antonio Machado de Baeza (Jaén) el curso "Aceite de Oliva Virgen Extra. Salud, marketing y maridaje", dirigido por Marino Uceda, de IADA Ingenieros, y M^a Paz Aguilera, del IFAPA Venta del Llano, que se celebrará del 28 al 31 de agosto.

Se trata de un curso de iniciación a la caracterización sensorial de los aceites de oliva vírgenes, su maridaje con los alimentos e iniciación al marketing, en el que también se analiza la influencia del AOVE en la salud. Además, incluye prácticas de cata en las que se estudia el reconocimiento de atributos y de las diferentes categorías y variedades, así como la redacción e interpretación de perfiles sensoriales.

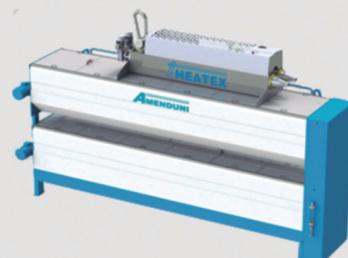
Los objetivos de esta actividad son la formación de profesionales relacionados con la producción, la elaboración y la comercialización, así como consumidores en general, en la caracterización sensorial de los aceites de oliva vírgenes extra; informar sobre las nuevas técnicas de marketing y comercialización; introducir nuevas líneas para la utilización del aceite de oliva virgen; divulgar el maridaje del AOVE con los alimentos; y conocer casos de emprendimiento de éxito dentro del mundo del AOVE, como referencia para todos los implicados en la cadena de valor.



EVO LINE
NUEVO DECANTER



NUEVOS MOLINOS
PARA ACEITUNA VERDE O MADURA



HEATEX
INTERCAMBIADOR DE CALOR DE ALTA EFICIENCIA



REX LIMITED
NUEVO NUEVO MODELO



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

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





Aceite de oliva

Mercados relajados a pesar de la creciente tendencia al alza en las cotizaciones

La Comisión Europea (CE) ha publicado su último informe sobre perspectivas agrícolas en la Unión Europea (UE) en el que destaca que la estimación de producción europea de aceite de oliva en la campaña 2022/23 se ha revisado ligeramente a la baja, siendo un 40% inferior a la temporada anterior. Esta reducida disponibilidad mantiene altos los precios al productor y respalda aún más su tendencia alcista, según detalla. En efecto, esta situación se ha convertido en una realidad en los mercados de nuestro país.

Jaén

Precios meramente orientativos, ya que apenas se opera. Sale alguna cisterna suelta para cubrir necesidades muy puntuales. Muy poca oferta y con una demanda muy tranquila. Así, el lampante se establece a 6.600/6.800 €/t.; el virgen, a 7.000/7.100 €/t.; el virgen extra, a 7.500/8.000 €/t.; y el refinado, a 6.800 €/t.

Córdoba

Mercado muy tranquilo por ambas partes. El vendedor fracciona mucho las existencias de las que dispone y el envasador se encuentra retirando lo adquirido antes de las vacaciones y comprando partidas muy puntuales. El abanico de precios del lampante depende de su analítica. En este sentido, éste se sitúa a 6.500/6.700 €/t.; el virgen, a 7.000/7.100 €/t.; el virgen extra, a 7.500/8.000 €/t.; y el refinado, a 6.500 €/t.

Sevilla

Muy poca oferta, ya que casi no hay aceite para vender. El que queda se guarda a la expectativa de lo que ocurrirá los próximos días en el mercado. En este contexto, el lampante y el refinado se

Rosa Moliterno 

Broker
Aceite de oliva a granel

952 603 030
rm@iberiadeaceites.com

 **Iberia de Aceites S.L.**

establecen a 6.700/6.800 €/t.; el virgen, a 7.200 €/t.; y el virgen extra, a 7.700/8.000 €/t. El girasol refinado, por su parte, deja de cotizar debido a la situación de la Guerra de Ucrania, al cerrar el corredor humanitario que se mantenía abierto hasta ahora.

Málaga

Una semana más no se muestran cotizaciones debido a la ausencia total de operatividad.

Lérida y Tarragona

No hay aceite a la venta y el poco AOVE que se compra cotiza sobre los 8.000 €/kg. El sector se mantiene a la espera de que llueva más, sobre todo de cara a que no sufra en exceso el olivar de secano.

Castilla-La Mancha

Desciende el ritmo del mercado, se frena la operatividad y se realizan operaciones con más pausa. El poco aceite que queda se pone en el mercado a cuentagotas por parte de la industria. Se prevé un mes de agosto muy tranquilo. En este sentido, el virgen se establece a 6.800/7.200 €/t.; y el virgen extra, a 7.300/7.800 €/t.

Extremadura

Semana con precios meramente orientativos. La operatividad se encuentra muy limitada por la ausencia de oferta y con altos precios en todas las categorías. Así, el lampante cotiza a 6.600/6.800 €/t.; el virgen, a 6.900/7.200 €/t.; y el virgen extra, a 7.500/8.000 €/t.

Valencia

Mercado sin operatividad. No hay producto para vender y lo poco que hay se mueve a estos precios: el lampante y el refinado, a 6.800 €/t.; el virgen, a 7.000 €/t.; y el AOVE, a 7.600 €/t.



www.pieralisi.com



SPI 76.2
N.1 en la extracción
de aceite de oliva

EL DECANTER DE DOS FASES CON LAS MEJORES
PRESTACIONES DE RENDIMIENTO REAL



Salzysalz, Galateo & Friends y Les Terres de Provence, ganadores de los EVOOLEUM Packaging Awards 2023

La edición 2023 de EVOOLEUM Packaging Awards, los galardones que premian los diseños de packaging de AOVE más bellos del mundo, ya tiene ganadores. *Salzysalz*, un AOVE aragonés gourmet 100% empeltre; el italiano *Galateo & Friends*; y el francés *Les Terres de Provence* han sido reconocidos con la Medalla de Oro en las categorías de Mejor Diseño Premium, Mejor Diseño Innovador y Mejor Diseño Gama Retail.

Organizado por Grupo Editorial Mercacei y la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO), en este concurso pionero participan todos los zumos que concurren a los Premios Internacionales a la Calidad del Aceite de Oliva Virgen Extra (EVOOLEUM Awards). Los EVOOLEUM Packaging Awards se dividen en tres categorías: Mejor Diseño AOVE Premium, Mejor Diseño Innovador y Mejor Diseño Gama Retail. El proceso de evaluación y las deliberaciones finales por parte del jurado -seleccionado específicamente para estos premios- se llevaron a cabo el 18 de julio en Galería Comercial, la concept store de Sala de Despiece, un espacio gastronómico de referencia en Madrid en el que se distribuye también la *Guía EVOOLEUM*.

El jurado estuvo conformado por profesionales de carácter abiertamente multidisciplinar y reconocido prestigio en cada una de sus áreas de actuación, con el talento y la creatividad como nexo común, y en esta cuarta edición estuvo integrado por la actriz Paz Vega; el chef y restaurador Javier Bonet,

Intermediario de aceite de oliva

Ramón Alcalá

607 628 997

administracion@origenia.com

Tel.: 957 498 590 • Fax: 957 245 155

creador de espacios como Sala de Despiece; la directora de estilismo y responsable de comunicación Ana López de Letona; la periodista y *blogger* Teresa de la Cierva, miembro de la Real Academia de Gastronomía; la directora y profesora de la Escuela de Cocina TELVA, Beatriz Garaizabal; el interiorista y decorador Pepe Leal; el interiorista y diseñador industrial José Piñero, creador de vajillas y piezas experimentales para chefs; el artista visual anglosajón Quinner Baird, creador del innovador estudio Caliper; y la fotógrafa Isa-

bel Muñoz, Premio Nacional de Fotografía en 2016, toda una retratista del cuerpo.

Mejor Diseño AOVE Premium

En la categoría de Mejor Diseño AOVE Premium, el vencedor ha sido el monovarietal aragonés de empeltre *Salzysalz* (Salzysalz, S.L.), cuyos orígenes se remontan a 1870, cuando la familia Medina empezó a cultivar sus olivos de la variedad empeltre en Agón, un pequeño pueblo situado a las faldas de la sierra del Moncayo. Su diseño, elegante a la par que sencillo y sofisticado, fue definido por el jurado de EVOOLEUM Packaging Awards como “auténtico lujo del siglo XXI, el Armani de los AOVES”, destacando su “gran equilibrio a nivel gráfico” y su “etiqueta tipo test para catar”. Un envase “muy descriptivo” que “remite a un laboratorio”, en opinión del jurado.

La Medalla de Plata en esta categoría ha recaído en el AOVE almeriense de la familia Castillo Ochotorena *De las Hoyas Arbequina 1.500* (Las Hoyas AOVE, S.L.), del que los componentes del jurado destacaron su





“atractivo y cuidado envase con un embalaje a lo japonés, esto es, que se va desvistiendo a capas”. Un packaging “elegante por su limpieza y sobriedad que remite al mundo del vino por el lacrado”. Finalmente, la Medalla de Bronce ha sido para Verde Íbero (Semillas Martín, S.L.), un AOVE nacido en la almazara Campos de Jaén, en Peal de Becerro, en pleno corazón de la Sierra de Cazorla, del que el jurado destacó el “formato Premium y muy potente de la botella”.

Mejor Diseño Innovador

La Medalla de Oro en la categoría Mejor Diseño Innovador ha correspondido a Galateo & Friends “Vanilla Olive-A Villain Love”, de la empresa italiana Galateo & Friends, S.n.c. - que en la pasada edición conquistó la Medalla de Plata en esta misma categoría con Galateo & Friends by Antonio Marras-, un fragante e innovador AOVE de la variedad taggiasca con vainilla bourbon de Madagascar.



LEONARDO D'ERRICO

610 78 51 92

Brokerage Olive Oil

ACEITES TUCCITANOS

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

Para el jurado de EVOOLEUM Packaging Awards, “la caja es un elegante embalaje en sí mismo cuya forma asemeja un perfume con la silueta de Chanel N°5, mientras que el formato y el estuche le otorgan un aspecto industrial”. También destacó su “diseño preciosa y la coherencia del pack”, así como la “simplicidad y limpieza de la etiqueta”, antojándose “el regalo perfecto”.

Xave, un virgen extra picual de cosecha temprana de la SCA Ciudad de Jaén, ha obtenido la Medalla de Plata en esta categoría gracias al “diseño de la botella, delicadeza y contraste de colores”. En opinión del jurado, “el exterior invita a descubrir un novedoso interior, al tiempo que el tapón en forma rectangular y de madera evocan al olivo”. La Medalla de Bronce ha sido para Ella (Comercial Azetytun XIII, S.L.), un AOVE procedente de las Terres de l'Ebre (Cataluña) que, con un diseño fresco y alegre,

“transmite vida y una idea de marca, cerrando el círculo del diseño, la calidad y la sostenibilidad”. La botella se presenta dentro de una caja-nido de madera di-

señada a medida que puede ser reutilizada para los pequeños pájaros que suelen anidar en los olivos, “transmitiendo valores y la filosofía sostenible de la marca”.

Mejor Diseño Gama Retail

Finalmente, y dentro de la categoría Mejor Diseño Gama Retail, el AOVE francés Les Terres de Provence, de Château Calissanne, ha conquistado la Medalla de Oro, superando la Medalla de Bronce que obtuvo en la pasada edición en esta misma categoría con Font de Leu. De este blend de salonenque (40%), aglandau (40%) y picholine (20%) con AOP Provence, el jurado ha destacado el “uso del color y la forma redondeada de la botella, estable, limpia y proporcionada”. Además de la coherencia entre el color y la forma, destaca la “bella pegatina de la etiqueta” y la “rápida identificación de su contenido como un AOVE”.

La Medalla de Plata ha recaído en el monovarietal italiano de Puglia Di Molfetta Frantoiani Di Coratina (Di Molfetta Pantaleo & C. S.n.c.), cuyo diseño manejable “perfecto para la mesa”- y “formato de bolsillo” encandiló al jurado de EVOOLEUM Packaging Awards, que además destacó su carácter “alegre y fresco” y que remite rápidamente al AOVE, sin olvidar su colorida etiqueta “pop”. Por último, el AOVE jennense Verde Divino, de Aceites Moral, S.L., se ha alzado con la Medalla de Bronce gracias al elegante diseño de su monovarietal picual ecológico de cosecha temprana. Además de su evocador nombre y de la forma de la botella- “apetece cogerla”-, el jurado resaltó que “el atractivo diseño del árbol en la etiqueta te lleva al origen, a la tierra, a través de un grafismo que refleja una tradición renovada con los motivos de la hoja de olivo”.

Cabe recordar que, como siempre, todos los AOVES premiados en los EVOOLEUM Packaging Awards figurarán -en una sección propia y diferenciada- en la edición 2024 de la Guía EVOOLEUM World's TOP100 Extra Virgin Olive Oils, editada en papel en castellano e inglés y que cuenta con su propia app para Android e iOS.

*Aceites de oliva*C
o
t
i
z
a
c
i
o
n
e
s

d
e

A
c
e
i
t
e
s

y

G
r
a
s
a
s

		EUROS/T. SEMANA 17/23 julio '23 (Cierre día 13 julio '23)	EUROS/T. SEMANA 24/30 julio '23 (Cierre día 20 julio '23)
	ANDALUCÍA	€/t.	€/t.
JAÉN	Lampante, base 1º	6.500	6.600/6.800
	Virgen	6.700/7.000	7.000/7.100
	Virgen extra	7.200/7.500	7.500/8.000
	Refinado	6.550/6.600	6.800
CÓRDOBA	Lampante, base 1º	6.500	6.500/6.700
	Virgen	7.000/7.100	7.000/7.100
	Virgen extra	7.500/7.800	7.500/8.000
	Refinado	6.500	6.500
SEVILLA	Lampante, base 1º	6.500	6.700/6.800
	Virgen	7.000/7.200	7.200
	Virgen extra	7.500/8.000	7.700/8.000
	Refinado	6.600	6.700/6.800
GRANADA	Lampante, base 1º	6.500	6.600/6.800
	Virgen	6.700/7.000	7.000/7.100
	Virgen extra	7.200/7.500	7.500/8.000
MÁLAGA	Lampante, base 1º	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra	Sin oper.	Sin oper.
TOLEDO	CASTILLA-LA MANCHA		
	Virgen	6.600/7.000	6.800/7.200
	Virgen extra	7.200/7.700	7.300/7.800
LÉRIDA Y TARRAGONA	Virgen extra (DOP)	Sin oper.	Sin oper.
ALICANTE	COMUNIDAD VALENCIANA		
	Lampante, base 1º	6.600	6.800
	Virgen	6.700	7.000
	Virgen extra	7.400	7.600
	Refinado	6.600	6.800
BADAJOZ	EXTREMADURA		
	Lampante, base 1º	6.300/6.500	6.600/6.800
	Virgen	6.600/6.900	6.900/7.200
	Virgen extra	7.200/7.700	7.500/8.000

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

patrocinador oficial de los precios del aceite de oliva

Grupo AGROISA

INMECAL ITB IntecBIO Agrotechbiomed

f t y t i n G+

AGROISA.COM info@agroisa.com

CDTI Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial

agroisa

trataamiento y adecuación postcosecha del fruto y del agua

Cámara de Comercio de Huelva

INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

agroisa.com



Aceites de orujo

C
o
t
i
z
a
c
i
o
n
e
s
d
e
A
c
e
i
t
e
s
y
G
r
a
s
a
s

SEVILLA

EUROS/T.
SEMANA
17/23 julio '23
(Cierre día 13 julio '23)

EUROS/T.
SEMANA
24/30 julio '23
(Cierre día 20 julio '23)

ANDALUCÍA	€/t.	€/t.
Refinable, base 10°	2.200	2.200/2.300
Refinado, winterizado, a granel, sobre origen	2.950/3.000	3.000/3.100

Aceites de semillas

SEVILLA

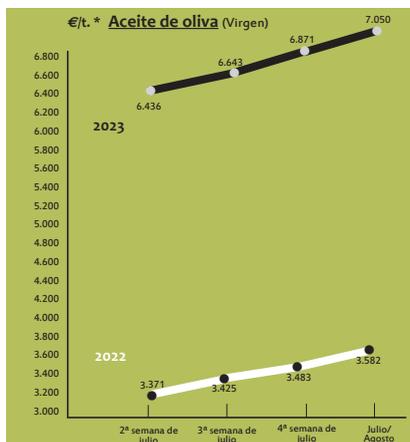
ACEITE DE GIRASOL (Sobre origen a granel)		
Crudo	Sin oper.	Sin oper.
Refinado	1.020	Sin oper.
ACEITE DE SOJA (Sobre origen cisternas)		
Crudo	1.300	1.300
Refinado	1.080	1.080
ACEITE DE SEMILLAS Refinado	1.020	1.020

Oleínas y Ácidos grasos

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

(Estos precios se entienden sin envase sobre fábrica).

Evolución mensual de los precios



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

Si no tienes tus claves, solicítalas a redaccion@mercacei.com

(* Media ponderada a nivel nacional).



Aceites y Grasas industriales

MADRID
BARCELONA

	EUROS/KG. SEMANA 17/23 julio '23 (Cierre día 13 julio '23)	EUROS/KG. SEMANA 24/30 julio '23 (Cierre día 20 julio '23)
	€/t.	€/t.
SEBO FUNDIDO	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO, Extra-fancy	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO, Fancy	s/c	s/c
GRASA ANIMAL 3° (origen)	990	990
GRASA ANIMAL 5° (origen)	1.010	1.010
MANTECA DE CERDO 0,5° (origen)	1.130	1.130
ACEITE DE COCO (refinado)	1.670	1.670
ACEITE DE LINAZA (refinado)	s/c	s/c
ACEITE DE MADERA	3.080	3.080
ACEITE DE RICINO	s/c	984
ACEITE DE PATA DE BUEY	s/c	s/c
ACEITE DE PESCADO refinado	5.170	5.170
GLICERINA BIDEDESTILADA	s/c	s/c
GRASA ANIMAL DE CORTEZAS DE CERDO < 5° (destino)	s/c	s/c

*Precios orientativos.

Características de los aceites y las grasas industriales

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

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

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

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

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

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

ACEITE DE MADERA: sobre Barcelona.

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

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

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

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

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

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

GLICERINA DESTILADA: 98% glicerol, en cisternas.

GLICERINA BIDEDESTILADA: 99,5% glicerol, color alpha 10, sobre camión Barcelona.

GARRIDO HERMANOS, C.B.

*Agentes comerciales especializados
en aceites, grasas y derivados*

Tel.: 953 254 316 y 953 222 190 - Fax: 953 220 816

Mov.: 619 421 807 y 679 974 110

Avda. de Granada, 1 - 5°D - 23003 - JAÉN

garridohermanoscb@gmail.com



Mercado internacional

		EUROS/KG. SEMANA 17/23 julio '23 (Cierre día 13 julio '23)	EUROS/KG. SEMANA 24/30 julio '23 (Cierre día 20 julio '23)	
		€/t.	€/t.	
ITALIA	SUR DE PUGLIA	ACEITE DE OLIVA virgen extra	7,80	8,50
		ACEITE DE OLIVA refinado	6,30	6,60
		ACEITE DE OLIVA lampante	5,30/5,70	5,70/6,00
		ACEITE DE ORUJO refinado	3,15	3,20
		ACEITE DE GIRASOL refinado	1,00	1,10
		ACEITE DE MAÍZ refinado	2,30	2,30
		ACEITE DE SOJA refinado	1,07	1,22
		ACEITE DE CACAHUETE refinado	2,40	2,28
NORTE DE PUGLIA & CALABRIA		ACEITE DE OLIVA virgen extra	8,20/8,50	8,80/9,00
		ACEITE DE OLIVA virgen	s/c	s/c
TÚNEZ		ACEITE DE OLIVA virgen extra	7,00/7,20	7,15/7,35
	MARRUECOS	ACEITE DE OLIVA virgen extra	6,25/6,50	6,25/6,50
TURQUÍA		ACEITE DE OLIVA refinado	6,40/6,50	6,40/6,50
GRECIA		ACEITE DE OLIVA virgen extra Creta	7,80/7,90	8,10/8,30
		ACEITE DE OLIVA virgen extra Peloponeso (Precios facilitados por Olio Officina Magazine)	7,70/7,80	8,20/8,50
PORTUGAL		ACEITE DE OLIVA virgen extra	7,40/7,80	7,80/8,20

TIPOS DE INTERÉS INTERBANCARIO (20 de julio de 2023) (Los tipos de mercado)

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

Euro

Peseta	166,386
Lira italiana	1.936,270
Escudo portugués	200,482
Dracma griego	340,750
Florín	2,204
Dólar	1,069
Dólar Canadá	1,453
Yen japonés	144,82
Corona sueca	11,11
Corona checa	23,426
Libra esterlina	0,887
Franco suizo	0,995



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

BROKER INTERNACIONAL
DE ACEITE DE OLIVA

www.mirandaoliveoilbrokers.com



Promoción

Planeta Olivo acerca a 1.300 escolares andaluces la cultura olivarera

Un total de 1.300 escolares de las provincias de Huelva y Sevilla han participado durante el último curso en *Planeta Olivo*, el programa educativo creado en 2011 por la Fundación Juan Ramón Guillén. En concreto, la actividad ha contado con 16 centros educativos de nueve municipios.

Las jornadas, desarrolladas en la Hacienda Guzmán (La Rinconada, Sevilla), sede de la fundación y espacio emblemático de la cultura olivarera andaluza, tienen como objetivo acercar el aceite de oliva a las nuevas generaciones, así como su proceso de elaboración y la importancia de su consumo como base de una alimentación saludable.

Desde su inicio, un total de 18.587 alumnos de 136 centros educativos de las provincias de Huelva y Sevilla han participado en *Planeta Olivo*. En este sentido, el programa se ha consolidado como un innovador espacio pedagógico donde los escolares disfrutaban de una auténtica experiencia oleícola. La actividad, impartida en inglés y es-

pañol, está destinada a menores de entre 3 y 16 años, y cuenta con contenidos adaptados al nivel educativo de los participantes.

Durante las sesiones, desarrolladas de forma lúdico-educativa, los jóvenes aprenden el origen del aceite de oliva y cómo ha evolucionado su proceso de elaboración a lo largo de los siglos. Además, conocen la diversidad del sector olivarero al pasear entre 150 variedades de olivos de diferentes países y comprenden la importancia de una dieta equilibrada. Para finalizar, los escolares realizan una cata de dos monovarietales de aceite de oliva virgen extra y disfrutan de un desayuno de pan con AOVE.

Planeta Olivo es un proyecto puesto en marcha por la Fundación Juan Ramón Guillén y Planeta Museum siguiendo la metodología diseñada por Ciencia Divertida-Ludociencia, que se compone de distintos experimentos, dinámicas, juegos y actividades cuidadosamente seleccionados y agrupados por áreas de conocimiento con un denominador común, aprender divirtiéndose.

MARÍA JOSÉ GÁLVEZ MUÑOZ, S.L.U.

Agente Comercial Colegiado especializado en aceites

TEL.: 957 50 08 31
957 50 10 07

GENERAL ALAMINOS, 34 - BAJO
14900 - LUCENA (Córdoba)

MATERIAS PRIMAS PARA piensos compuestos

HARINAS		PRECIOS
		€/t.
Harina de soja (s. fábrica)		525
Harina de girasol (integ.) (abril).....		400
Harina de pescado (extra, sobre fábrica productora, con envase. 64/65% proteínas. Salido de fábrica en sacos paletizados fob Hamburgo).....	1.380	
		Dólares/t.
Harina de pescado, de Perú		s/c
Harina de soja (Buenos Aires)		s/c
<i>(Precios cif Rotterdam)</i>		
CEREALES		€/t.
<i>(Estos precios son en origen)</i>		
Maíz		310
Trigo panificable		360
Trigo forrajero (puerto destino)		340
Cebada cervecera		270
Cebada dos carreras		270
Colza (puerto destino)		752
Guisantes		280
Centeno		220
Harina de girasol (pellets)		300
Harina de girasol (alto proteico)		340

LA BOLSA DE CHICAGO

Habas de soja: La semana cerraba a 1.429,00 centavos de dólar por bushel; la última semana cerró a 1.479,75.

◆ Precios: Futuros agosto.

Harina de soja: 444,50 dólares por tonelada corta era el último precio de cotización al cierre de nuestra revista, mientras que la anterior indicaba 421,40.

◆ Precios: Futuros agosto.

Aceite de soja: Cerraba a 66,08 centavos de dólar por libra, desde la última cotización de a 64,32.

◆ Precios: Futuros agosto.

Maíz: Terminó la semana a 545,50 centavos/bushel, habiendo comenzado a 549,75.

◆ Precios: Futuros septiembre.



El aceite tenía un precio

Ser oleicultor se ha convertido en una profesión de alto riesgo. Un gestor de carteras de bolsa lleva una vida más tranquila. Así comienza este artículo firmado por José Vico, ingeniero agrónomo, oleicultor y asesor especialista en almazaras, en el que aborda la situación de los precios de los aceites de oliva.

Por José Vico, ingeniero agrónomo, oleicultor y asesor especialista en almazaras

En la campaña 2016/17, el precio medio de los aceites de oliva (virgen extra, virgen y lampante) en origen alcanzó 4,21 euros/kg. y la pluviometría de esa campaña en España fue de 542 l./m². En cambio, en la campaña 2019/20 el precio se situaba en 1,95 euros/kg. y la pluviometría fue de 664 l./m². En estos momentos, mientras se escribe este artículo (mediados de julio), el precio medio en origen de los aceites asciende a 6,54 euros/kg. Desde la semana pasada hasta ahora ha subido 0,26 euros/kg; y la pluviometría de esta campaña desde el 30 de septiembre de 2022 es de 479 l./m².

Un total de 11,5 millones de hectáreas de olivar repartidas por todo el mundo contemplan el devenir de una situación tan insólita que ha convertido al olivo y su aceite en un producto estrella. Se trata de un cultivo y un alimento deseado, admirado y seguido con atención por lo que pueda suceder. Existe interés debido a que los acontecimientos, como se verá, no dependen únicamente del propio sector. Un incremento en el precio de un producto, bajo el principio de “lo que vale cuesta, y lo que cuesta es lo que vale”, es una buena noticia si está justificado por el productor y comprendido por el consumidor. Sin embargo, ¿qué sucede cuando las fluctuaciones de precios son



difíciles de comprender? En ese caso, nos enfrentamos a un problema.

En la actualidad, la subida de precio del aceite se debe, entre otros, a factores externos al sector, como la subida de costes energéticos, la cotización de otros productos sustitutos, los fertilizantes y la inestabilidad social (conflicto en Ucrania); e internos, tales como la climatología (la falta o presencia de lluvia); la vecería del olivo (año de carga seguido de año de descarga); el aumento de la superficie y las posibilidades de mecanizar el cultivo; y el comportamiento del consumo.

La influencia del sector oleícola en los factores exógenos es mínima; y en cuanto a los factores endógenos: no es posible controlar el clima, se puede intervenir parcialmente en la vecería del olivo, se puede proporcionar información sobre cómo afectará el aumento de la superficie de olivar y la respuesta del consumidor estará relacionada con el precio que alcance el aceite.

Donde sí se puede y se debe actuar es en la eficiencia, optimizando los recursos. El aceite debe satisfacer al consumidor; y la calidad, junto con el precio, forman un tándem indisoluble. Por lo tanto, ¿dónde hay que actuar para aumentar la eficiencia? Reconvertir el cultivo, en los casos que sea posible; potenciar la superficie de riego; diferenciar el aceite, implementando producción ecológica y sistemas de calidad; gestionar los subproductos (hueso, alperujo); y formar a los trabajadores para que conozcan, mejoren y disfruten de su trabajo.

En teoría, el funcionamiento del libre mercado se encarga del resto, donde la demanda y la oferta se encuentran en el precio de equilibrio. Lo que sí se observa es la presencia de ciclos que se alternan, suelen durar de dos a seis años. Después de un ciclo de precios bajos (menos de 2,4 euros/kg.), se produce otro de precios elevados. Es mejor estar preparados para los ciclos de precios bajos porque vendrán, sin duda, y tener una empresa eficiente es la mejor forma de protección. Y qué casualidad, los precios altos o bajos vienen a coincidir con la ausencia o presencia de lluvias. A la vista de esta situación, lo mejor es “que llueva que llueva la virgen de la cueva...” Y esperemos que los cazarrecompensas no se crucen en nuestro camino.

**INDUSTRIAS
DE LA ROSA**

Ctra. Madrid-Cádiz, Km. 358
Apdo. de Correos 17
14600 MONTORO (Córdoba)
Tf.: 957 160 034 · 957 160 450



industriasdelarosa@industriasdelarosa.com

WWW.INDUSTRIASDELAROSA.COM

CALDERA DE BIOMASA

MOLINO TRITURADOR

TERMOBATIDORA

CONJUNTO BATIDORA
CON MOLINO PARA
MOLTURACIÓN POR LOTES

BOMBA PARA TRASIEGO



El modelo de agricultura Olivares Vivos permite que los olivares sobrelleven mejor las olas de calor

Las prácticas implementadas en el medio agrícola por el modelo Olivares Vivos de SEO/BirdLife han demostrado ser una solución altamente efectiva para afrontar el desafío al que se enfrentan los olivares mediterráneos durante los meses de verano, caracterizados por altas temperaturas y escasez de lluvias, según ha destacado esta organización.

SEO/BirdLife ha explicado que aunque el olivo y el resto de las especies que habitan el olivar están adaptados a estas condiciones, es una realidad que los veranos son cada vez más cálidos y secos, debido al cambio climático, por lo que se incrementa el estrés fisiológico de los olivares.

Además, el hecho de que este periodo se prolongue cada vez más en el tiempo y sea más intenso, hace que sea necesario, a su juicio, combatir las consecuencias que acarrea sobre la salud del campo y la producción agraria. SEO/BirdLife ha subrayado que siempre ha defendido y demostrado que es posible un modelo productivo que respete y potencie la vida silvestre y que genere riqueza en el mundo rural. Esta ecuación, agricultura más biodiversidad igual a rentabilidad, tiene su exponente en el proyecto LIFE Olivares Vivos, “un excelente ejemplo de cómo las buenas prácticas agroambientales son capaces de recuperar biodiversidad en el olivar y repercutir positivamente en la rentabilidad”.

El modelo agrícola Olivares Vivos, implementado y estudiado en una veintena de fincas en Andalucía, a través del proyecto LIFE Olivares Vivos (2015-2021), se está extendiendo mediante el LIFE Olivares Vivos+ (2021-2026) -coordinados ambos proyectos por SEO/BirdLife-, a otros territorios de España, Grecia, Italia y Portugal.

Estudio en condiciones extremas

Al mismo tiempo, se está estudiando, en tres fincas del sureste semiárido andaluz, cómo le afectan las condiciones climáticas que se dan en esta región, caracterizada por altas temperaturas y escasas lluvias que, además, precipitan de manera torrencial. Unas condiciones extremas que se van extendiendo por el resto del Mediterráneo, debido al calentamiento global causado por la actividad huma-

na, según ha detallado la organización.

El modelo Olivares Vivos gira en torno a un esquema agroambiental basado en tres pilares fundamentales: una adecuada gestión de la cubierta herbácea, desde el punto de vista ambiental y agrícola; la restauración de áreas improductivas; y la instalación de elementos que favorecen a la fauna silvestre. Tres pilares sobre los que, según SEO/BirdLife, se continúa innovando, adaptándolo a esta nueva realidad a la que muchos olivares van a tener que hacer frente en los próximos años o décadas. Por ejemplo, en las cajas nido para las aves colocadas en algunos de los olivares demostrativos se han incorporado estructuras que reducen su insolación y temperatura interior, incrementando el éxito reproductor de las especies que se instalan en ellas. “Rescatar biodiversidad supone recuperar los servicios ecosistémicos que la flora y la fauna aportan, lo que beneficia tanto al medio natural, como a los propios agricultores y agricultoras, ya que incrementan su rentabilidad”, ha aseverado.

Un modelo que provee de más agua a los olivos

“Un beneficio clave que ofrece este modelo es el aumento de la disponibilidad de agua para los olivos. Al mantener una cubierta vegetal, siempre y cuando se gestione con desbroces adecuados, antes de que la hierba compita con los olivos, se aprovechan todas las ventajas que la cubierta herbácea aporta al olivar. Esto incluye la reducción de la exposición directa al sol sobre el suelo, lo cual es especialmente relevante durante los meses de verano, ya que la presencia de estos restos de vegetación disminuye la temperatura del terreno y la evaporación”, ha señalado Paula Martín, técnica de Olivares Vivos y encargada de la formación a agricultores, a tra-

vés de unos cursos que comenzarán, en su primera convocatoria, tras el estío.

Además, Martín ha indicado que “brinda protección contra otros fenómenos meteorológicos que también pueden reducir la humedad, como el viento, y favorece la retención del rocío que se puede formar durante las primeras horas de la mañana. A su vez, la cubierta vegetal mejora la cantidad de agua que puede retener el suelo al incrementar la materia orgánica y modificar su estructura, haciendo que actúe como una esponja. También se incrementa su capacidad de infiltración, lo cual resulta beneficioso no sólo en otoño o primavera, sino también durante episodios de lluvias intensas, como suelen ocurrir durante las tormentas de verano. Como resultado, se reduce la erosión, uno de los mayores problemas ambientales que presentan la mayoría de los olivares de la región mediterránea”.

SEO/BirdLife apuesta por el modelo agrícola Olivares Vivos, ya que “crea un ecosistema más diverso, que hace que los olivares sean más resilientes frente a perturbaciones, como pueden ser las procedentes de estos periodos tan secos y cálidos de los veranos mediterráneos. La gestión de la cubierta, la revegetación de áreas improductivas y la instalación de elementos de apoyo a animales silvestres, como bebederos, charcas o nidales artificiales, proporcionan alimento y mejoran el hábitat para la flora y fauna local, creando un equilibrio natural entre las diferentes especies presentes en el olivar. Esto, además,





ayuda a controlar las plagas y mejora la salud general de este agrosistema”.

Recuperar la biodiversidad y aprovechar los servicios brindados por ésta, permite “que los agricultores reduzcan la necesidad de utilizar insumos externos, lo que contribuye a mejorar la rentabilidad agrícola”. Este es el objetivo principal con el que nació Olivares Vivos y con el que la ONG quiere demostrar “que otra forma de agricultura es posible”. Algo que, en su opinión, se consigue no sólo a través de la recuperación y mejora de los servicios ecosistémicos, sino también por otras dos vías: por una parte, mediante el pa-

go por servicios ambientales, fundamentalmente de las ayudas procedentes de las políticas agrarias, como son los nuevos eco-regímenes que incorpora la PAC, que exigen unos requisitos que cumplen con facilidad las explotaciones que adoptan el modelo Olivares Vivos; pero, sobre todo, la vía de rentabilidad de mayor interés es la que se abre gracias a la diferenciación en el mercado que ofrece la certificación *Olivares Vivos*.

Esta certificación -cuyo proceso para obtenerla ya está abierto- se basa en la recuperación efectiva y real de la biodiversidad y cuenta con el respaldo de entidades científicas co-

mo SEO/BirdLife, la Universidad de Jaén (UJA) y el CSIC. “Es el resultado de años de investigación sobre la biodiversidad en los olivares y de las conclusiones obtenidas tras la puesta en marcha del modelo Olivares Vivos. Una investigación que ha sido considerada como el mayor y más exhaustivo estudio sobre la flora y fauna en el cultivo del olivar a nivel mundial. Ya son numerosos los agricultores que han mostrado interés en esta certificación y esperan comenzar el proceso, a partir de la próxima primavera”, ha concluido José Eugenio Gutiérrez, director de Olivares Vivos y delegado de SEO/BirdLife en Andalucía.

La Dieta Mediterránea reduciría el impacto ambiental

Los resultados de un trabajo desarrollado por varios grupos del CIBER indican que la adhesión a la Dieta Mediterránea está asociada a menores emisiones de gases de efecto invernadero y un mayor uso sostenible de los recursos naturales. Por tanto, evidencian la importancia de seguir este patrón alimentario como una estrategia para reducir el consumo de alimentos ultraprocesados.

Y es que este estudio confirma que reducir el consumo de alimentos ultraprocesados puede tener un impacto positivo en la sostenibilidad medioambiental. El trabajo, desarrollado por varios grupos del CIBER, señala que cuanto menor sea el contenido de alimentos ultraprocesados en la dieta, menor será la huella medioambiental asociada a la alimentación.

Los alimentos ultraprocesados son productos altamente procesados que contienen aditivos y conservantes, suelen ser bajos en nutrientes y altos en grasas, azúcares y sodio. Estos alimentos incluyen productos envasados, bebidas azucaradas, snacks y comidas rápidas. Cristina Bouzas, investigadora de la Fundación Instituto de Investigación Sanitaria Islas Baleares (IdISBa) y del área CIBERobn, ha liderado la investigación y ha afirmado que “los alimentos ultraprocesados afectan o aumentan el consumo de varios recursos, como son el uso de tierra, de agua y de energía, así como aumentan las emisiones de gas invernadero”. De este modo, la producción de alimentos ultraprocesados y su posterior transporte desde su lugar de origen hasta las fábricas de procesamiento y, final-

mente, hasta el consumidor final, tienen un impacto significativo en el medio ambiente.

El estudio, publicado en la revista *Science of The Total Environment* y en el que han colaborado también las áreas CIBER de Diabetes y Enfermedades Metabólicas Asociadas (CIBERDEM) y Epidemiología y Salud Pública (CIBERESP), se ha desarrollado durante dos años en una población del sur de Europa y ha contado con la participación de 5.879 personas de entre 55 y 75 años con síndrome metabólico. Para la categorización de los alimentos según su grado de procesamiento se utilizó el sistema de clasificación NOVA, que estructura los alimentos en cuatro categorías: alimentos no procesados o mínimamente procesados, ingredientes culinarios procesados, alimentos procesados y alimentos ultraprocesados.

En primera instancia, se detectó que aquellas personas que redujeron significativamente su consumo de alimentos ultraprocesados también disminuyeron su consumo de carne roja y procesada y, en menor medida, de carne blanca o pescado. De manera complementaria, se descubrió que el consumo de alimentos ultraprocesados también está asociado con un mayor impacto medioambien-

tal en términos de emisiones de gases de efecto invernadero, uso de agua y uso de energía. Por lo tanto, la reducción de estos alimentos en la dieta no solo es beneficiosa para la salud, sino que también puede contribuir a la protección del medio ambiente.

Para obtener estos resultados, el equipo utilizó un enfoque integral. No sólo evaluaron aspectos como la ingesta de alimentos, la adherencia a la Dieta Mediterránea o la actividad física, también se recopilaron los datos sociodemográficos de las personas participantes para comprender mejor las características de la población estudiada y se evaluaron diferentes indicadores de impacto ambiental para calcular las emisiones de gases de efecto invernadero, el uso de agua, la energía y el uso del suelo asociados con los alimentos consumidos por los participantes.

Bouzas ha explicado que “la Dieta Mediterránea se compone de alimentos sin procesar (frutas, verduras, carne, pescado, etc.) y alimentos mínimamente procesados (pan, pasta, arroz, aceite, etc.). Por tanto, si se sigue una Dieta Mediterránea, apenas se consumirán alimentos ultraprocesados, lo que disminuirá el impacto ambiental”.



ESCAPARATE DE PROVEEDORES



ANALISIS

AXFLOW

LA MEJOR TECNOLOGÍA NIR EN ALMAZARA

Mayor Rentabilidad - Rápida Amortización

LABORATORIO "At-line"

PROCESO "On-line"



ZEUTEC



Sistema Polytec

www.axflow.es

DEPOSITOS INOX.



MANZANO Flottweg

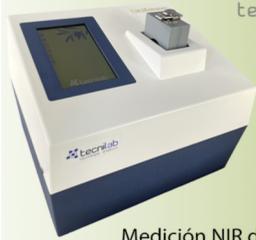
LÍNEAS COMPLETAS EXTRACCIÓN - BODEGAS ACERO INOXIDABLE - SERVICIO TÉCNICO OFICIAL FLOTTWEG
WWW.CALDERERIAMANZANO.NET



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

tecnilab

tecnología analítica



La solución integral para su almazara

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

ENVASES/ENVASADO

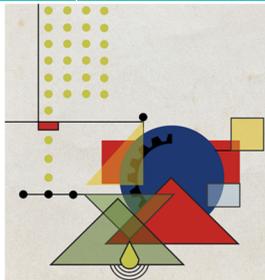
Ausere

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



EXTRACCION

centrifugación alemana



La extracción convertida en arte.

BOMBAS

bombas TRIEF

desde 1967

Bombas de aletas de desplazamiento positivo para aceites vegetales



ventas@bombastrief.es
www.bombastrief.es

Codi - Pack

MARCAJE Y CODIFICACIÓN, S.L.



20 AÑOS SOLUCIONANDO SUS PROBLEMAS DE LLENADO Y ETIQUETADO

www.codi-pack.com



Desde más de 100 años, ANDRITZ SEPARATION se ha especializado en el desarrollo de tecnología y conocimiento dentro del sector de la separación. Con más de 16.000 decantadores centrifugos instalados en todo el mundo, ANDRITZ SEPARATION es uno de los líderes mundiales en el suministro de centrifugadores. Los decantadores F tipo están diseñados específicamente para la industria alimentaria y en especial para el sector lácteo, cumpliendo con los requisitos más exigentes. PALACÍN incorpora en su línea de extracción continua para gran molienda y se convierte en el distribuidor exclusivo de ANDRITZ SEPARATION para España y Portugal.

GP

González y París

La experiencia marca la diferencia

ifamensa

Únicos Fabricantes Especializados en el Envasado de Aceites desde 1962

ISO 9001

ENVASADORA MULTIFORMATO

TAOSA

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

FABRICA Y ALMACÉN: Avda Vicente Piornogordo nº 12, 14850 BARRA (Córdoba), Telf: 0034 957 665 115, e-mail: fcasal@fcasal.com

DELEGACIÓN EM PORTUGAL: Rua A - Pavilhão 03, Zona Ind. de Mirandela, 5370-545 MIRANDELA, Telf: 00351 278 096 522

EQUIPOS ROTATIVOS Y LINEALES

EXPERIENCIA 50 AÑOS | 40 PAÍSES



AUSERE

MaquEmbo, S. L. L.
MAQUINARIA DE EMBOTELLADO

LABORATORIOS



agrama

ciencia y vida

Analisis Agroalimentarios

Rigor | Esfuerzo | Compromiso

www.laboratorioagrama.com



ESCAPARATE DE PROVEEDORES



LABORATORIO DE ANÁLISIS DE PLAGUICIDAS, HERBICIDAS, ETC.

- Productos ecológicos
- Aceites
- Frutas y verduras

LABORATORIOS ENOQUISA

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

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

TAMESUR, S.A.

MAQUINARIA DE ELEVACIÓN Y TRANSPORTE

VIVEROS/CAMPO

Lecciana,
— la variedad italiana de los —
GRANDES ACEITES

PREMIUM

ESPEJO

LABORATORIO DE ANÁLISIS
Fundado en 1944

Especializados en análisis de grasas y aceites

75 años de experiencia en el sector oleícola nos avalan

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

TREICO

INNOVAMOS PARA TI

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

www.treico.com

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

BALAM
| AGRICULTURE |

OLIVARUM
Fundación para el sector oleícola

LABORATORIO CENTRO DE ASESORAMIENTO TÉCNICO AGRARIO

www.olivarum.es

CAJA RURAL JAÉN

PESAJE

IMATEC

10 AÑOS DE COMPROMISO EN EL AVANCE TECNOLÓGICO DEL SECTOR OLEÍCOLA

AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS

PESAJE | ELECTRICIDAD | SOFTWARE

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

info@imatec31.es
www.imatec31.es
953 284 697

Tractores estrechos de Kubota, más potentes, confortables y seguros

Kubota

5 AÑOS DE GARANTÍA

www.kubota-eu.com

LABORATORIO TELLO
A Tentamus Company

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

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

SOFTWARE

ANSOTEC High Technology Great Performance

No podemos controlar el clima, pero sí los procesos.

MAESTRO OLEICOLA
MANTÉNTESE CONECTADO 4.0

MORESIL
Especialistas en Recolección

Olivar tradicional | Superintensivo

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

PATIO

ILDEFONSO ROSA RAMÍREZ E HIJOS, S.L.

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

JAR METEGAL

Pesaje conforme a metrología legal

www.jarir.com

UTILIZANDO AGROCUADERNO, SUPERAR CUALQUIER RETO ESTARÁ EN SU MANO

DESARROLLADO POR PROSUR

AGROCUADERNO

PROSUR

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

Económicos y muy rentables

TODOLIVO Infórmate

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



La lección magistral del consumidor

En un año muy complicado en el que los precios del aceite de oliva en origen están alcanzando cotas nunca vistas, desde la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) han realizado un análisis de la curva de elasticidad precio-demanda. Las conclusiones son, en su opinión, sorprendentes y reveladoras.

Por José María Penco, director de AEMO

Julio de 2023, el sector oleícola español apenas logra mantener el rumbo en unas aguas bravas y revueltas nunca antes surcadas. Estamos ante una situación nueva y extrema a la que asistimos perplejos, sin experiencia previa y casi como un espectador más. Nos arrastra la corriente hacia lo desconocido y no adivinamos los obstáculos que nos esperan aguas abajo. El dato es irrefutable: las bodegas y la cartera están vacías, apenas hay aceite de oliva para enlazar campaña y las expectativas de la próxima cosecha son, un año más, cortas. En este escenario de crisis, sólo nos queda resistir pero también observar, analizar y aprender para cuando las aguas vuelvan a su cauce.

Dicho de otro modo, se dio la tormenta perfecta, la producción de la campaña anterior fue muy corta, el aceite disponible ha salido a mejor ritmo de lo esperado de las almazaras y las expectativas de producción en la próxima cosecha son alarmantemente bajas. Y para complicar aún más las cosas, no habrá enlace suficiente. Con estas ligeras alforjas, exploramos un territorio nuevo, sólo sabemos que no podremos satisfacer la firme demanda mundial tal y como la hemos conocido en los últimos años, simplemente porque no habrá aceite suficiente. España sabe que es el principal productor global, y si nuestro país tose, y está tosiendo, el sector oleícola mundial se constipa o, lo que es peor, puede sufrir una fuerte angina de pecho, cosa más grave.

Visto lo cual, en AEMO, amén de todas las lecturas negativas ya hechas, nos planteamos una cuestión que se nos antoja crucial y que puede arrojar luz en este oscuro escenario. Dado que habrá que recortar drásticamente la demanda en los próximos meses, sí o sí, sencillamente porque no habrá aceite suficiente, ¿cuáles son los niveles de precio

que tendrá que alcanzar el aceite de oliva en origen para retraer obligatoriamente el consumo, tanto nacional como internacional y que de esta forma logremos alcanzar la campaña 2024/25 con un mínimo enlace? Porque la otra alternativa es impensable y es que el aceite de oliva desaparezca de los lineales a cuatro o cinco meses vista de su restauración. Un hecho inédito en el aceite de oliva y en cualquier producto alimentario.

Para responder a esta pregunta hemos desempolvado los más básicos libros de economía y todos ellos nos llevan directamente al mismo punto: analicemos la curva de elasticidad precio-demanda. Se trata de un ejercicio simple, pero no por ello menos revelador. Y eso hemos hecho, hemos tomado datos de los últimos 32 meses (octubre de 2020-junio de 2023), analizando la evolución de dos variables: las salidas totales mensuales de aceite de oliva (variable dependiente) en función del precio medio del aceite de oliva virgen extra en origen (variable independiente). Anticipamos que contamos con una ventaja que nunca antes se dio, tenemos datos de salidas

con precios inéditos hasta la fecha, los que se han producido en los últimos meses, y ya advertimos de que esto nos va a aportar información fundamental. Dicho y hecho, mostramos la curva en la figura 1.

Los puntos azules representan las salidas reales de aceite en los 32 meses analizados (eje Y) frente a los precios medios en origen en el que se hicieron las operaciones de aceite de oliva virgen extra en cada uno de esos meses (eje X).

Hemos buscado y ajustado la curva de regresión que mejor se adapta a esta nube de puntos y ha resultado una función de tipo exponencial que se representa en trazo naranja, es la curva de elasticidad precio-demanda. Una vez ajustada la curva obteniendo así la pertinente función matemática, la hemos proyectado para valores de precio más altos que los dados hasta la fecha, de forma que nos sirva de predicción de futuro.

Si ahora observamos la situación de los puntos en torno a esta curva de ajuste vemos que existe cierta dispersión, lo que los estadísticos llaman “ruido”. Esto se explica

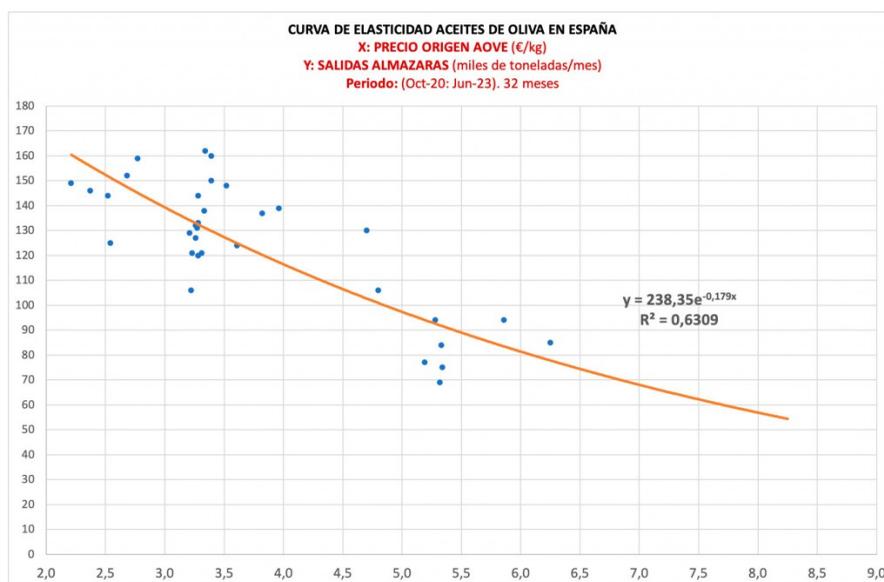


Figura 1. Curva de elasticidad precio-salidas de aceites de oliva en España.



aumenta el precio necesitamos subir más esta variable para disminuir la demanda y por tanto las salidas.

La interpretación de este análisis podría ser la siguiente: existe un tramo de población con renta más baja que a partir de ciertos precios, lógica y desgraciadamente, necesita disminuir el consumo de aceites de oliva en favor de otras grasas sustitutivas (en España girasol), esto explica la mayor elasticidad (pendiente) de la función en los primeros tramos, pero según avanza el precio el resto de los consumidores que van quedando, y que no son pocos, se resisten a dejar de consumir aceites de oliva, y entonces necesitamos incrementos de precio cada vez mayores para que se vayan retirando del consumo, o simplemente para que vayan limitando su uso para ciertas artes culinarias (aderezo en fresco, por ejemplo).

Todo esto tiene un nombre, FIDELIDAD del consumidor, y lanza el mensaje irrefutable de que TENEMOS UN TESORO en nuestras manos.

La explicación es clara, los valores intrínsecos y diferenciales de los aceites de oliva cada vez son más conocidos y reconocidos en el mundo; el consumidor internacional se resiste a abandonar el consumo espoleado principalmente por las cualidades saludables que son publicadas cada semana en medios de referencia; y el consumidor nacional, si bien es cierto que es un consumo maduro y estancado, tiene un suelo del que no baja y se mantiene por tradición.

Esto explica que los actores de nuestro mercado, ante las acentuadas subidas del precio, asistamos perplejos a las buenas salidas un mes tras otro, vemos como el consumo disminuye, por supuesto porque tiene que hacerlo, pero lo hace con una resistencia más grande de la que esperábamos.

Por todo lo expuesto, tenemos que sacar una conclusión clara: el consumidor nos está dando una lección histórica esta campaña, nos está transmitiendo que valora los aceites de oliva mucho más de lo que pensábamos y está desmontando muchos falsos mi-

porque si bien las salidas mensuales del aceite de oliva dependen fundamentalmente del precio de equilibrio, también se deben a otras variables no consideradas en este análisis como puedan ser el mes en que nos encontremos (las ventas no son las mismas en agosto, febrero o noviembre); las expectativas futuras de cosecha, que a su vez son función de la evolución de la meteorología y su influencia en la evolución de la flor o el fruto; o también la situación de las existencias y expectativas de producción de los demás países mediterráneos, porque somos líderes pero no estamos solos en este mundo.

A su vez, permítannos señalar otra variable “imprevisible” pero fundamental en este mercado, la psicología, la partida de póker, el tira y afloja entre compradores y vendedores que se ven a menudo altamente influenciados por cada noticia más o menos interesada que surja en uno u otro sentido, lo que acelera y desacelera subidas o bajadas del precio en poco tiempo y que a menudo toman el mercado en sentido contrario al esperado, basándose únicamente en conjeturas cortoplacistas.

Dicho esto, el coeficiente de determinación de la función (R^2), que resulta ser de 0,63, puede considerarse aceptable, es decir, podemos afirmar que las salidas mensuales de las almazaras se explican en buena manera por el precio de equilibrio en el mercado.

Partamos de que la variable “salidas” se asemeja a la variable “demanda”, es decir, lo que se vende depende, lógicamente, de lo que el consumidor compra.

Tenemos, pues, nuestra curva de elasticidad precio-demanda que debemos analizar, comprender y leer entre líneas, porque, ahora sí, diremos que su comportamiento depende exclusivamente de un actor no nombrado hasta el momento, el más importante, el que decide, EL CONSUMIDOR.

La primera lectura es obvia, a mayor precio en origen, mayor precio en el lineal, se reduce la demanda y lógicamente disminuyen las salidas como no puede ser de otra forma tal y como ocurre con casi todos los bienes de consumo, pero analicemos cómo se produce esta disminución.

En primer lugar, podemos observar que la elasticidad (pendiente) de esta curva no se comporta igual en todos los tramos de precios, porque el mejor ajuste ha resultado una función exponencial, no una función lineal.

En los primeros tramos de la curva (2-4 euros/kg.), cuando el precio parte de valores bajos, los incrementos unitarios de precio suponen una disminución mayor de la demanda, la curva es más elástica, sin embargo, a partir de ciertos valores (entorno a 4,5 euros/kg.) la pendiente de esta curva disminuye y, según avanza, se va haciendo más inelástica. Dicho de otro modo, a medida que

Si nuestro país tose, y está tosiendo, el sector oleícola mundial se constipa o, lo que es peor, puede sufrir una fuerte angina de pecho



tos tales como que las ventas se derrumbarían estrepitosamente con precios superiores a los 5 euros y hoy con más de 7 euros se mantienen salidas muy dignas. También se nos repite a menudo que el consumo, que inevitablemente estamos perdiendo ahora, no se recuperará después, lo cual, vistos los datos, estamos seguros de que no será así. El consumidor valora nuestro producto más que nosotros mismos y volverá a su grasa favorita cuando se establezcan los precios, no nos cabe la más mínima duda.

Dicho esto, aprendamos de esta lección porque seguro que pronto vendrán buenas cosechas. Así, España producirá, antes o después, más de 1.800.000 toneladas de aceites de oliva y el mundo totalizará más de 3.500.000 toneladas, y es entonces cuando tenemos que activar mecanismos que eviten que el precio se derrumbe de nuevo al infierno de años pasados, porque tenemos el dato más valioso que podemos tener, el consumidor ha bendecido el aceite de oliva virgen extra como la reina absoluta de todas las gra-



sas. Y porque, además, no podemos olvidar que estamos ante un zumo de fruta que se produce en una arboleda y ello conlleva unos costes de producción que exigen que el precio del aceite de oliva virgen en origen no baje del umbral de 3,5-4 euros/kg. para que de esta forma podamos retribuir a toda la cadena de valor, y decimos a todos: olivares, almazareros, envasadores y distribución. Insistimos que el consumidor lo admite porque lo valora, sólo es cuestión de creémoslo.

Según la curva mostrada, las salidas correspondientes a niveles de precios de 3,5-4,0 euros/kg. serían de 120.000 t./mes, lo que se correspondería aproximadamente con una campaña de producción en España de 1.500.000 t., ahí quizá esté el dato que debemos retener. La tarea en estos tiempos es determinar que estrategias de regulación debemos establecer para mantener este precio mínimo. Ahí está el reto.

Para concluir diremos que la producción de calidad es clave en todo esto, porque los valores diferenciales están donde están, están en los aceites de oliva vírgenes y esto no podemos olvidarlo nunca. Produzcamos calidad, renunciemos si es necesario a algún punto de rendimiento en favor de vírgenes extra limpios y potentes tanto sensorial, como nutritivamente, ahí está el primer paso

Sigamos promocionando los aceites de oliva con el virgen extra como bandera y sumemos nuevos consumidores mundiales

que ya empezamos a dar. Si seguimos teniendo excedentes que puedan derrumbar el precio, gestionémoslos con almacenamiento para campañas cortas y/o abrámonos a otras ideas imaginativas e irruptoras: donaciones de excedentes para los colectivos más desfavorecidos, usos alternativos al consumo humano para las peores calidades... y, por supuesto, sigamos promocionando los aceites de oliva con el virgen extra como bandera, y sumemos nuevos consumidores mundiales, porque esto desplazará la curva hacia arriba y, si es así, al mismo precio se venderá más.

Concluimos esta reflexión mostrando el cuadro de salidas en función del precio (tabla 1), aplicando la función de elasticidad calculada. Conste que estos datos se muestran solo a título orientativo porque después, como todos sabemos, este mercado tiene muchas variables, muchas derivadas y hará en cada momento lo que, con más o menos acierto, tenga que hacer.

Precio (€/kg)	Salidas (x1000 t)
2,50	152
3,00	139
3,50	127
4,00	116
4,50	107
5,00	97
5,50	89
6,00	81
6,50	74
7,00	68
7,50	62
8,00	57
8,50	52
9,00	48
9,50	44
10,00	40

Tabla 1. Estimación de las salidas de aceites de oliva en España en función del precio de equilibrio de mercado, según el ajuste estadístico de los últimos 32 meses (octubre 2020-junio 2023).



Crece el interés por el aceite de oliva en Perú

Un estudio de ICEX España Exportación e Inversiones apunta que el aceite de oliva genera cada vez mayor interés en Perú y tanto su demanda como su producción están en crecimiento. Este aumento se debe a la gran demanda del consumidor peruano de productos del sector agroindustrial de los que el aceite de oliva forma parte, como, por ejemplo, las conservas. Además, este informe subraya que la pandemia generó una mayor preocupación por la salud alimentaria por parte de la población peruana, la cual impulsó el consumo de productos saludables como el aceite de oliva.

Respecto al mercado, aunque las importaciones de aceite de oliva no son muy elevadas, en los últimos cinco años han ganado peso. Entre los años 2017-2021 las importaciones de este producto pasaron de los USD 6,6 millones a los USD 7,5 millones, mostrando un incremento del 13% en este periodo de tiempo.

El principal país de origen del aceite de oliva en los últimos tres años es España con gran diferencia, seguido de Italia y Estados Unidos. El valor de las exportaciones de España a Perú ascendió a USD 6.782.258 durante el año 2021, lo que supone el 91% del total de todas las importaciones del periodo. El segundo país con mayor volumen de importaciones es Italia, con una cuota de importación del 8%. Prácticamente estos dos países abarcan casi la totalidad de las importaciones de aceites en Perú.



Según este estudio, el aceite de oliva está considerado como un producto de calidad y precio elevado. Por lo general, en Perú se consume una media de 0,10 litros por persona al año. En función al perfil del consumidor peruano, las mujeres consumen un 50,3% de aceite de oliva y los hombres un poco menos, aproximadamente, un 49,7%. Asimismo, este producto gourmet es consumido en mayor medida por personas de edades comprendidas entre los 50 y 65 años, quienes abarcan el 37% del consumo, seguido por las personas mayores de 65 años, quienes comprenden el 26% del total.

En lo que se refiere a los tipos de aceite de oliva, el más consumido es el aceite de oliva virgen extra (52%), seguido del aceite de oliva virgen (35%).

ICEX destaca que este producto no está muy integrado en la tradición gastronómica y cultural del país, por lo que su demanda aún no ha alcanzado su potencial, existiendo

muchas variedades de aceites que son utilizadas con mayor frecuencia y familiaridad que el aceite de oliva, entre ellos, el de soja, palma, girasol o maíz.

El aceite de oliva en Perú se considera un producto de muy alta calidad. Se vende principalmente en los grandes supermercados del país, así como en tiendas especializadas o de productos gourmet.

A su vez, este organismo detalla que, a nivel general, el mercado peruano de alimentos gourmet está caracterizado por un público objetivo limitado, pero una demanda creciente y continua; y productos de alta calidad, aun no muy conocidos en el mercado local, pero que poco a poco están ganando nombre en el país; así como la eliminación completa de barreras que permiten un acceso fluido de productos extranjeros al mercado, y los cambios que están experimentando los canales de distribución y la introducción de las marcas blancas. Por todo esto, se considera que este mercado todavía se encuentra en una fase en expansión, pero lejos de considerarse un mercado maduro.

Por consiguiente, a mediano y largo plazo, puede ofrecer muchas y muy interesantes oportunidades para productos españoles.



La UC Davis acogerá el IX Simposium Internacional del Olivo

La UC Davis (California, EEUU) acogerá del 10 al 14 de septiembre el IX Simposium Internacional del Olivo, en el que expertos y agentes del sector debatirán sobre los últimos hallazgos en materia de investigación, así como sobre el desarrollo de la industria oleícola.

Este simposio de cinco días, organizado

por la Sociedad Internacional de Ciencias Hortícolas (ISHS, por su siglas en inglés), incluirá todos los aspectos de la investigación básica y aplicada tales como reproducción y genética, fisiología y biología de cultivos, diseño de huertos, plantación y gestión de la cubierta vegetal, protección de cultivos, cosecha, riego y fertilización.

Entre otros asuntos, este encuentro también abordará el cambio climático y las gestión sostenible de las explotaciones, las nuevas tecnologías, el proceso de elaboración de aceitunas de mesa y aceite de oliva, la calidad, la seguridad, los beneficios para la salud del aceite de oliva, la economía, la certificación y política rural.



La UCO destaca el trabajo del personal investigador del proyecto Innolivar

El rector de la Universidad de Córdoba (UCO), Manuel Torralbo, junto a las vicerrectoras de Política Científica y de Innovación y Transferencia, María José Polo y Lourdes Arce, han recibido en el Rectorado al equipo integrante de la línea 5 del proyecto Innolivar, recientemente galardonada por la European Landowners' Organization, con el objetivo de reconocer este hito y animarles a continuar desarrollando y transfiriendo innovaciones al sector agrícola.

El equipo formado por los investigadores Jesús Gil y Francisco Márquez, del Grupo de Mecanización y Tecnología Rural; Adela Pérez Galvín, Auxiliadora Barbudo y Antonio López Uceda, del Grupo Ingeniería de la Construcción; y Ana Laguna, Adolfo Peña, Juan Vicente Giráldez y Antonio Hayas, del Grupo Hidrología e Hidráulica Agrícola, ha asistido a esta recepción en la que el rector ha señalado “el magnífico ejemplo de transferencia al sector productivo” que ha significado el proyecto de compra pública Innolivar, dirigido por el catedrático Jesús Gil.

El trabajo colectivo de este grupo interdisciplinar ha convertido al proyecto en uno de los más premiados de la Universidad de Córdoba, siendo el último de sus galardones el Diploma de Reconocimiento que la European Landowners' Organization otorga dentro del Premio Land and Soil Management y que en su última edición ha recaído en la “Línea 5. Actuaciones de lucha contra la erosión y control de cárcavas” del proyecto Innolivar, poniendo en valor los resultados innovadores presentados por el equipo para controlar la erosión por cárcavas en el olivar.

De esta línea, en la que junto a la UCO y a la Interprofesional del Aceite de Oliva Español han trabajado dos consorcios liderados por las empresas Agresta y Tracasa-Prefhorvisa, nace un método basado en una serie de elementos modulares que permiten construir diques de retención de sedimentos en cárcavas para evi-

tar la erosión. Se trata de unos módulos fabricados con hormigón a base de áridos reciclados de residuos de construcción y demolición, con el fin de reducir el impacto ambiental. Al ser unos elementos que encajan sin mortero en el dique, y pesan menos de 25 kilos cada uno, pueden ser manejados fácilmente por una persona, evitando el uso de maquinaria pesada.

También dentro de la línea se ha desarrollado un método de mapeo simple y confiable de la red de cárcavas y su cuenca, un SIG (Sistema de Información Geográfica) para asimilar esta información y un modelo hidrológico para el análisis de la evolución del paisaje, para una adecuada selección y dimensión de las prácticas de control y prevención. Junto a estas dos actuaciones, se propone una selección de semillas para implantar cubierta vegetal que ayude a disminuir la erosión, que limite la pérdida de suelo en el terreno desnudo secuestrando carbono y creando islas de biodiversidad en las cárcavas revegetadas.

Tras este reconocimiento, el rector y las vicerrectoras han resaltado “la alegría y el orgullo que siente la universidad” ante un proyecto de tal envergadura, en una reunión en la que se ha hablado de la experiencia en gestión de proyectos de investigación y transferencia y de las posibilidades de futuro.

Para el coordinador de esta línea, Adolfo Peña, “ha sido muy importante el tipo de premio por el sector, ya que reconoce prácticas sostenibles y un buen tratamiento del suelo”. Por su parte, el catedrático emérito Juan Vicente Giráldez, ha destacado que “la colaboración de los agricultores ha sido esencial”, ya que como ha señalado el rector “un signo del potencial del proyecto era que la interprofesional estuviese implicada desde el primer momento, aportando sus recursos”.



CordioPrev, galardonado con el Premio Nacional a la Investigación e Innovación Gastronómica

El estudio CordioPrev ha sido galardonado con el Premio Nacional de Gastronomía a la Investigación e Innovación Gastronómica 2023. Este estudio, que demuestra que la Dieta Mediterránea rica en AOVE previene la recurrencia de accidentes cardiovasculares frente a una dieta baja en grasa, nació en el Hospital Universitario Reina Sofía de Córdoba y está dirigido por José López Miranda, jefe de Servicio y director UGC Medicina Interna del hospital.

CordioPrev ha sido elegido por un jurado presidido por el Premio Nacional de Gastronomía Rodrigo de la Calle e integrado por Lourdes Plana Bellido y José M^a Sanz-Magallón, presidenta y secretario general de la Real Academia de Gastronomía (RAG), respectivamente, así como por los académicos Carmen Simón, profesora de investigación del Consejo Superior de Investigaciones Científicas; Gregorio Varela, presidente de la Federación Española de Sociedades de Nutrición, Alimentación y Dietética; Almudena Villegas, doctora en Historia; y Rafael Moreno, director de la Cátedra de Gastronomía de Andalucía de la Universidad de Córdoba.

El Premio Nacional de Gastronomía a la Investigación e Innovación Gastronómica reconoce la labor profesional en las materias propias de la Real Academia de Gastronomía: investigación científica o tecnológica, histórica, innovación en las técnicas alimentarias o de restauración, desarrollo de nuevos productos o formas de producción.

La gala de entrega de los Premios Nacionales de Gastronomía 2023 se celebrará el 3 de octubre en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.



El FEGA detalla los requisitos para la ayuda asociada al olivar con dificultades específicas y alto valor medioambiental

El Fondo Español de Garantía Agraria (FEGA) ha publicado una circular sobre el Plan Nacional de Controles de los pagos directos asociados a los agricultores en la solicitud única 2023 en la que detalla los controles administrativos de requisitos de la ayuda asociada al olivar con dificultades específicas y alto valor medioambiental.

En concreto, precisa que se establecen dos regiones, Peninsular e Insular, y que las autoridades competentes verificarán requisitos tales como que las parcelas estén representadas como recintos SIGPAC declarados en la SU de la PAC o inscritas en el Registro General de la Producción Agraria en alguno de los años 2018, 2019 ó 2020; y deberán estar incluidas en la capa SIGPAC de superficie tradicional del cultivo del olivar. A su vez, deben ser cultivadas en secano y contar con una densidad de plantación por hectárea de hasta 100 árboles o una pendiente media de recinto superior o igual al 25%. Además, la edad

media de la plantación deberá ser superior a 10 años y contar con una densidad mínima por hectárea de 30 árboles, así como con una superficie mínima subvencionable por parcela por la que se solicita la ayuda, de 0,1 hectáreas, y que la superficie mínima subvencionable por explotación sea de 0,5 ha.

Según recoge el FEGA, serán subvencionables los olivares centenarios con reconocimientos internacionales específicos, para

este cultivo, como patrimonio cultural, aunque no cumplan los requisitos de densidad o pendiente, siempre que éstos estén claramente identificados en SIGPAC debido a su valor patrimonial. Los requisitos de subvencionabilidad de esta ayuda deben cumplirse a nivel de parcela (no a nivel de explotación) y han sido considerados para la confección de la capa SIGPAC de zonas tradicionales de cultivo de olivar.

En el caso que se trate de una parcela de olivar en terrazas será elegible cuando, o bien la pendiente media del recinto o recintos donde se ubique dicha parcela sea igual o superior al 25%, o bien la densidad de plantación no supere los 100 árboles por hectárea.

En el caso de explotaciones mixtas, este organismo ha añadido que no se tendrá en cuenta para el cálculo de la densidad la plantación de aquellos cultivos que no sean olivar, únicamente se tendrá en cuenta la densidad del olivar.

El Gobierno aprueba una línea de financiación de 25 millones de euros para reafianzar créditos en el sector agroalimentario

El Consejo de Ministros ha aprobado habilitar una línea de financiación de 25 millones de euros para el reafianzamiento de los avales otorgados por la Sociedad Estatal de Caución Agraria (SAECA) con el objetivo de facilitar el acceso a la financiación a pymes del sector agroalimentario y pesquero.

La medida se articula a través de un convenio entre el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) y SAECA, por el que se dispone un préstamo a esta socie-

dad de 25 millones de euros a 20 años, según lo previsto en la Ley de Presupuestos Generales del Estado para el año 2023.

El crédito total reafianzado por la medida alcanza los 250 millones de euros, con los que el total de operaciones financiadas podrá ascender a 312,5 millones de euros. La parte no reafianzada a través de esta medida podrá ser avalada por SAECA.

Entre los beneficiarios se incluyen las cooperativas y pymes agroalimentarias, los operadores del sector pesquero, las comu-

nidades de regantes y otras entidades relacionadas con estos sectores.

Esta línea se suma a las convocatorias puestas en marcha por el MAPA de apoyo a la financiación del sector agroalimentario y pesquero, como los créditos ICO-MAPA-SAECA, dotados con 60 millones de euros, o la subvención de avales de SAECA, que cuenta actualmente con un presupuesto de 4,7 millones de euros. El plazo de solicitud de estas dos líneas permanece abierto hasta el 15 de septiembre de 2024.



Baja viabilidad de la picada de mosca del olivo tras las altas temperaturas

La Red de Alerta e Información Fitosanitaria de Andalucía (RAIF) ha informado de que las altas temperaturas alcanzadas en las dos últimas semanas y los tratamientos realizados para el control de la mosca del olivo -que se extienden ya a todas las provincias andaluzas-, junto al comienzo de la aparición de síntomas de estrés hídrico en frutos -bajando su receptividad-, han reducido sin duda los índices.

En esta campaña, por lo general, el cultivo ha experimentado un avance fenológico de varias semanas con respecto a la media histórica, lo que ha provocado un adelanto en la actividad de la mosca del olivo al aparecer antes de lo habitual frutos receptivos, según ha precisado la RAIF.

Durante el mes de junio, se alcanzaron índices elevados de capturas, picada y fertilidad de las hembras, en comparación con otras campañas. El adelanto de la actividad de este agente también se ha visto favorecida por la meteorología favorable de la segunda quincena de mayo, con lluvias y suaves temperaturas que han ayudado a la activación de los adultos; y a un importante reservorio, fruto de la fuerte presión de la plaga de la campaña anterior. Además, las condiciones ambientales durante el invierno pasado (baja pluviometría y temperaturas más cálidas de lo normal) favorecieron la supervivencia de las pupas invernantes.

Este díptero interrumpe su desarrollo con temperaturas inferiores a los 6°C y mayores de 35°C, siendo su rango óptimo entre 20°C y 25°C. En verano, el mantenimiento de las temperaturas por debajo de los 36°C resulta fundamental para el desarrollo de las puestas de mosca y para su propia integridad.

En cuanto a las capturas de adultos en la provincia de Sevilla, se observan capturas en mosquero en el 71% de las estaciones muestreadas (sobre 233), con una media provincial de 3,1 adultos/mosquero/día (3,4 la semana anterior). Las zonas que presentan mayores niveles son Osuna Sur y Sierra Sur, con una media de 14 y 6,5 adultos/mosquero/día, respectivamente. En la provincia de Cádiz desciende el valor

de este índice, apareciendo capturas en el 97% de las parcelas muestreadas (sobre 33 estaciones de control) de 7,3 (semana anterior) a 5,4 moscas/mosquero y día. Se mantiene un valor medio provincial en Jaén de 1,8 moscas/mosquero y día, encontrándose presentes en el 73,9% de las 153 parcelas muestreadas. Las capturas en placas cromotrópicas disminuyen en la provincia de Sevilla, Cádiz y Huelva con valores de 1 adulto/placa y día (1,2 la semana anterior), 1,3 moscas/placa y día (3 la semana anterior), 0,3 moscas/placa y día (0,4 la semana anterior), respectivamente. El valor medio provincial en Jaén también desciende a 1,2 adultos/trampa y día (1,7 la semana pasada).

Respecto a los índices de picada total, la RAIF señala que el paso de sendas olas de calor en los meses de junio y julio han disminuido considerablemente la actividad de los adultos de esta plaga y, por tanto, el riesgo de picada. Los niveles son variables según la zona, y dentro de una misma zona según la parcela. La diferencia fenológica y del estado del olivar, en cuanto a la carga que presenta, el calibre de la aceituna, etc. hace que los índices sean muy distintos de una parcela a otra, incluso estando muy próximas, por lo que se recomienda muestrear y evaluar la situación de cada parcela.

El porcentaje de aceitunas con picada viva está en claro descenso desde hace algunas semanas en todas las provincias, según la RAIF, que ha matizado que, en la mayoría de los muestreos, la picada observada en los frutos es picada antigua, de junio, justo antes de la primera ola de calor. A finales de junio se observaron los primeros orificios de salida en la provincia de Sevilla, que provienen de las primeras picadas de final de mayo principios de junio, lo que indica que se ha completado una generación. En estos momentos se mantiene un bajo índice de aceitunas con orificio de salida.

A su juicio, se debe prestar especial atención en aquellas zonas de sierra con microclimas suaves en verano y/o donde predomine la aceituna de mesa.

Una estrategia integrada en el control de la infección por *Xylella fastidiosa*

“Necesitamos una nueva estrategia integrada para el control de la infección por *Xylella fastidiosa*”, ha declarado el profesor Francesco Porcelli, entomólogo del Departamento de Ciencias del Suelo, las Plantas y los Alimentos de la Università degli Studi di Bari Aldo Moro, quien ha considerado que la eficacia del control de la infección “depende de si el vector muere en la primera alimentación”.

El investigador ha explicado que *Philaenus spumarius* L. (*Sputacchina*) regula la invasión de *Xylella fastidiosa pauca* ST53 (Xf), infectando las plantas en Italia. Los árboles infectados son reservorios del patógeno y mantienen ciclos anuales de invasión de *Xylella*, a través de la adquisición y la propagación por vectores residentes. Los vectores causan daños más que proporcionales a su número, propagando el patógeno en el tiempo y en el espacio más de una vez por vector.

En la actualidad, “el umbral de acción para el control de vectores es inaceptablemente bajo en la práctica, dado que cualquier vector puede adquirir *Xylella* simplemente probando una planta infectada y multiplicar las infecciones en la ventana de la vida adulta. Nuestro enfoque sugiere controlar la infección 1 (la primera transmisión que conduce al proceso infeccioso en una planta ileña), logrando eliminar cada vector en el momento de su primera alimentación en el olivo con factores de mortalidad física, química y biológica. La acción pretende reducir a la proporcionalidad directa de cualquier capacidad de infección del vector”, ha explicado Porcelli.

Asimismo, el investigador ha señalado que una baja población de vectores hará que las adquisiciones y transmisiones sean raras, lo que conducirá al aislamiento de la bacteria de las plantas infectadas.



El proyecto *Soil O-live* recoge más de 5.200 muestras en cinco países para conocer el estado de los suelos de los olivares mediterráneos

El proyecto europeo *Soil O-live*, liderado por la Universidad de Jaén (UJA), ya ha recogido más de 5.200 muestras en las 52 parcelas del proyecto en distintos puntos de Europa y el Norte de África para avanzar en el estudio del efecto del manejo agrícola en el estado de salud general de los suelos de los olivares mediterráneos. Esta iniciativa, cuyo desarrollo comenzó hace siete meses, también se centra en el análisis del impacto sobre la producción y calidad de los aceites de oliva producidos en la región mediterránea.

Los investigadores, siguiendo los protocolos y estándares definidos por la Unión Europea (UE), han tomado cinco réplicas en cada una de las parcelas a dos profundidades distintas, 10 y 20 centímetros, de forma que será posible analizar los efectos de la actividad agraria en diferentes sustratos del suelo del olivar. Las parcelas seleccionadas corresponden a varios sistemas de cultivo del olivar, tradicional, intensivo y ecológico, por lo que el proyecto podrá llevar a cabo un análisis comparativo entre cada uno de ellos.

Las muestras se han tomado en diferentes puntos del Arco Mediterráneo con tradición olivarera, como el sur de Portugal; la isla de Lesbos, Creta, la región de Kalamata (Grecia); Toscana, Lazio y Sicilia (Italia); Marruecos; y el sur de España. Tras la recogida, los investigadores ya han comenzado a procesar las muestras de suelo en el laboratorio para proceder a extraer los primeros datos.

Antonio Manzaneda, profesor e investigador de Ecología de la Universidad de Jaén y coordinador del proyecto, ha destacado que la propia Unión Europea se ha involucrado directamente en el proyecto para poder conocer de primera mano los datos de estado de los suelos. “La amplitud de las muestras recogidas nos permitirá tener una imagen precisa

XVII ENCUENTRO
DE MAESTROS Y
RESPONSABLES
DE ALMAZARA

GEA

y actualizada del estado de los suelos del olivar. A partir de ahí, en las fincas seleccionadas donde el suelo esté más degradado, pondremos un programa de restauración. Nuestra idea es apostar por la enmienda orgánica basada en biocarbón y el mantenimiento de las cubiertas vegetales, que son las herramientas más prometedoras que tenemos en estos momentos”, ha señalado.

El proyecto *Soil O-live* cuenta con un consorcio formado por 17 socios y tiene una financiación de casi 7 millones de euros en el marco de la misión *Soil Health and Food* del programa de I+D+i Horizonte Europa (programa marco de investigación e innovación de la Unión Europea para el período 2021-2027).

Soil O-live tiene como objetivos analizar el im-

pacato de la contaminación y la degradación de la tierra en los suelos de olivar en términos de multi-biodiversidad, función ecológica en diferentes niveles de organización y escalas; investigar la relación del estado de

la salud del suelo con la calidad y seguridad del aceite de oliva; implementar enmiendas efectivas del suelo y prácticas de restauración ecológica que promuevan mejoras manifiestas en la biodiversidad y la funcionalidad del suelo en olivares mediterráneos permanentes en su área de distribución nativa, que deberían traducirse en mejoras en la calidad y seguridad del aceite de oliva; y definir umbrales ecológicos rigurosos que permitan implementar futuras normas y reglamentos claros para diseñar una certificación novedosa para suelos saludables en los olivares europeos.

El consorcio del proyecto está formado por 15 instituciones académicas y dos empresas del sector del olivar. A nivel nacional, el proyecto cuenta además de la Universidad de Jaén, que actúa como coordinadora, con la participación del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) a través de tres centros de investigación (Estación Experimental del Zaidín, Instituto de Agricultura Sostenible y Estación Experimental Aula Dei) y la Universidad de Castilla-La Mancha. A nivel internacional, participan instituciones como la Universidad de Roma Tre (Italia), la Universidad Libre de Berlín (Alemania), la Universidad de Tras-Os-Montes e Alto Douro (Portugal), la Universidad del Egeo (Grecia), la Universidad Helénica del Mediterráneo (Grecia), ELGO-DIMITRA (Grecia), la Universidad de Silesia en Katowice (Polonia), la Universidad de Palermo (Italia), el Consejo Nacional de Investigación de Italia-Bari (CNR), la Escuela Nacional de Agricultura de Meknés (Marruecos) y como socio asociado la Universidad de Berna (Suiza). Como empresas del sector participan Nutesca y Deoleo Global, además de la Agencia Española de Estandarización UNE.





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: 14 de julio de 2023.

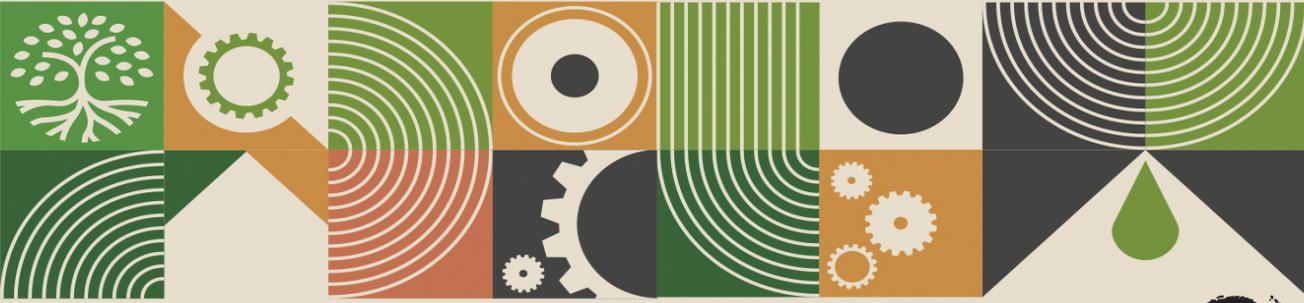
Aceite de oliva virgen extra (precio euros)

MARCA	LATA 5 L.	ENV. 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA 1 L.	CRISTAL 3/4 L.	CRISTAL 1/2 L.
La Chinata	22,00			5,00 (lata)	5,00	3,55 (lata)
La Cultivada (Hojiblanca)					8,75 (0,25 l.)	11,00
La Española	33,13	36,99/39,89	26,82 (3 l.)	8,94	6,66	3,99
La Española Gran Selección					4,18	6,66 (Gourmet)
La Gramanosa						12,00
La Gujarrera						8,95
La Gujarrera Coupage			18,75 (lata 3 l.)			6,00
La Laguna de Fuente de Piedra		14,95 (2, 5 l.)	4,48	6,67	5,95	6,50 (lata)
La Maja					8,00	19,50
La Manzareña						6,00 (lata)
La Masía		34,99	7,99 (3 l.)	7,49	3,99	
La Niña de Mis Ojos					9,75	
La Solana2						11,90 (lata)
Las 7 Encinas Arbequina/Picual						8,50
Ladrón de Guevara						9,50
Lectus	41,75				10,00	9,50
Leoncio Gómez			13,50 (lata 2,5 l.)		8,00	5,00 (lata)
Lérida	57,00			15,00		8,14
Lérida 1ª Cosecha						13,30
LOA 77						28,50
Luque	40,00		44,89 (lata 3 l.)	5,60/5,95	11,95 (lata)	5,50
Maestros de Hojiblanca		26,99/38,66	26,20 (3 l.)	11,00	7,99	4,68
Maeva		12,99	18,99 (3 l.)	5,49		
Maimona	28,00 (lata)				4,69	3,00
Mar de Olivos		35,99		7,49		
Marqués de Griñón						8,75/8,69
Marqués de Valdeza						19,90
Martínez Garrica C. Temprana					16,15	
Mas Tarrés						10,90
Mas lsern						13,84
Masía El Altet High Quality / Premium						16,90
Masterchef Arbequina/Picual						13,10
Melgarejo Selección / Delicatessen						12,50
Melgarejo Frantoio						12,00
Merula	39,00		28,00 (lata 2,5 l.)			9,25 (lata)
Molino de Casilda						16,13
Molino de Segura		16,99			3,99	4,35
Molino de Segura Selec. Noviembre						4,35
Molino de Zafrá						12,80
Montebrione					8,00	
Monteconsuegra						5,00
Montón Alto Cornicabra/Coupage						9,00
Mueloliva	23,85	25,56			6,00	
Muñoz	29,00					
Nobleza del Sur						12,70
O-Med						14,00
Odoliva					5,50	3,90
Odoliva 1er Día de Campaña					11,50	6,00
Old Fargus				15,00		
Oleaurum					9,93/10,49	8,16
Oleaurum Les Garrigues					8,16	
Oleaurum Verd					8,66	
Oleaverum					23,00	11,00
Oleícola Jaén		22,85	9,30			21,00
Oleo Mágina						3,29
Oleocazorla	39,99	36,98		8,98 (lata)		9,59 (jarra)
Oleoestepa	26,07	35,57/42,99	22,99/27,99 (2,5 l.)	9,80	9,99/10,95	5,45 (lata)
Oleoestepa (monovarietales)	34,30		20,00 (lata 2,5 l.)		10,95	
Oleoquiros						7,00
Oleum Viride Devota & Lomba					12,00	
Oleura						8,70
Oli Mas D'en Gil						9,00
Oli Priorat					6,50 (0,25 l.)	10,00
Olibeas		35,46				
Olicatessen			25,50 (lata 2,5 l.)			12,50
Oliduero						7,35
Olivar de la Luna	35,00		23,00 (lata 3 l.)	11,00 (lata)		11,00
Olivar de Segura	31,49	45,85	5,43	6,99/9,27		7,33
Oliver Petit Gourmet						4,79 (0,25 l.)
Olivo de Cambil	42,99			9,98	8,29	6,49
Orobaena					7,48	
Oro Bailén Reserva Familiar			35,27 (lata 2,5 l.)			11,41
Oro Bailén Arbequina						11,85
Oro de Cánava				9,80	8,00	7,85
Oro de Génave Premium						5,00 (lata)
Oro de Genave					4,96/5,45	5,00 (lata)
Oro del Desierto	46,50			11,50 (lata)		8,50
Oro San Carlos						8,90
Oro Virgen		24,99			4,64/4,74	4,49
Padilla 1808	50,00			7,00 (lata)	13,00 (lata)	
Pago de Quiros			26,60 (lata 3 l.)			7,80 (lata)
Pagos Baldíos S. Carlos						9,81



MARCA	LATA 5 L.	ENV. 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA 1 L	CRISTAL 3/4 L	CRISTAL 1/2 L
Palacio de los Olivos						8,80
Parqueoliva	42,95		18,10 (3 l.)			
Parqueoliva Serie ORO			41 (lata 3 l.)			12,36
Picualia		27,95	15,50 (lata 2,5 l.)			11,95
Puesolé						12,95
Quien es el Jefe						3,45
R. Lencina					6,00	
Reales Almazaras	44,14				8,78	5,00
Rihuelo						8,50
Románico	40,00/43,09		24,20 (lata 3 l.)			7,16
Románico Esencia						4,95
Sahita						10,00
San Francisco						4,69
Selma						21,95
Señorío de Jaén						17,95
Señorío de Segura	25,00		17,30 (lata 3 l.)		5,95	4,00 (lata)
Señorío de Segura Premium						6,00
Señorío de Vizcántar	25,00		9,65 (2,5 l.)	10,75 (lata)	7,00	
Señoríos de Relleu						17,90
Sierra de Cazorla	34,00				6,00	10,99
Sierra de Gata					5,80	6,15
Sierra de Nambroca				11,00		5,55 (lata)
Sierra Las Villas					5,00	
Soleae Manzanilla cacereña / Ocal						12,60
Solivellas					7,25	14,50
Sombra						19,00
Sotaroni					7,00	
Supremo Picual/Arbosana						13,27
Tagornar						9,00
Thuelma	21,50		13,60 (lata 3 l.)		5,00	3,50
Tierra y Alma						11,00
Tierras Andaluzas					8,00	
Tierras de Jaén						6,99
Tierras de Tavara			18,00 (lata 2,5 l.)	7,00 (lata)		5,50 (lata)
Toletum			37,00 (cristal 3 l.)			5,00
Torre Luna						8,00
Torre Real Arbequina						7,70
Torres Eterno						24,00
Torres Silencio			21,50 (lata 2,5 l.)			8,30
Trespuestas Viejo					5,40	
Tuccioliva						7,50
Tuccioliva Gran Selección					11,72 (0,70 l.)	5,95
Unió	29,89	29,89	20,00 (lata 3 l.)	11,00 (lata)	7,89	
Unioliva	29,89		21,50 (lata 3 l.)	8,00 (lata)	5,30 (lata)	4,40 (DOP)
Valderrama Arbequina				12,50		9,00
Valderrama Grand Cru					15,00	
Valderrama Hojiblanca				11,00		8,00
Valderrama Ocal				12,50		11,60
Valderrama Picudo				12,50		11,00 (lata)
Valdezara	30,78	32,98		6,79	6,39	4,69
Valdueña					6,00	
Vallejo					5,00	3,00
Venta del Barón						15,95
Verde Mágina Picual						2,89
Verde Salud				8,90 (lata)		
Verde Segura			12,99			
Vetonia						5,00
Via Augusta						16,00
Viana	23,00	35,31 (vidrio)	11,40 (lata 2,5 l.)		7,00	
Ybarra		34,72		8,00	6,58/6,90	3,62
Ybarra Gran Selección					5,45	3,79
Ybarra Olivares Centenarios/Jóvenes/Tradicionales				4,07	3,63	
Yo, verde						13,00

www.centrifugacionalemana.com



**LA EXTRACCIÓN
EN PERFECTA SINCRONÍA**

**centrifugación
alemana**



SE BUSCA

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

Se requiere ser autónomo o con empresa propia.

Teléfono: 661 500 154

SE BUSCA

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

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

Mínima experiencia 5 años en puesto similar.

Más información: 630 825 235

VENDEMOS

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

Más información: 639 662 170

SE VENDEN

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

Teléfono: 625 683 192

SE BUSCA

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

Más información: info@sagazextra.com

SE VENDEN

Decánters de 2º uso reparados y sin reparar.

Teléfono: 680 690 618

SE VENDE

Diverso material de laboratorio.

Más información: 618 753 164 (Pilar)

VENDEMOS

Decánters usados de distintas marcas en buen estado de funcionamiento.

Más información: 630 900 805

SE VENDE

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

Teléfono: 680 714 391

SE VENDE

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

Más información: 958 463 046

SE VENDE

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

Interesados, llamar al 957 600 150

www.treico.com

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

Abiertas las inscripciones para participar en el Concurso Internacional de AOVE de ArgOliva

La localidad argentina de San Juan acogerá del 5 al 10 de septiembre ArgOliva 2023 en la que se celebrará una nueva edición del Concurso Internacional de Aceites de Oliva Vírgenes Extra “Premio Domingo Faustino Sarmiento”, cuyo periodo de recepción de muestras se encuentra abierto.

La convocatoria se extenderá hasta el 4 de agosto para todas las empresas del mundo que deseen formar parte de esta XII edición del concurso, según ha informado el Gobierno de San Juan.

Cabe recordar que el comité organizador de ArgOliva está compuesto por el Gobierno de San Juan, a través del Ministerio de Producción y Desarrollo Económico; el Consejo Federal de Inversiones (CFI); la Universidad Católica de Cuyo, la Cámara

Olivícola de San Juan; el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA); y el Centro de Ingenieros Agrónomos de San Juan. Por su parte, el panel de Cata de la Universidad Católica de Cuyo, que cuenta con la homologación del Consejo Oleícola Internacional (COI), será el encargado de evaluar las muestras que se presenten.

El Gobierno de San Juan ha subrayado que “se trata de un certamen muy prestigioso que ha sido catalogado como el concurso más importante de América y dentro de los siete concursos más exigentes del mundo”.

Podrán participar en el concurso las empresas (productores individuales, cooperativas, asociaciones de productores y empresas de envasado) del país y del exterior autorizadas por sus respectivas legislacio-

nes que cumplan con las condiciones descriptas en el reglamento.

Se admitirán a concurso los AOVES de la campaña oleícola 2022/23 (dependiendo del Hemisferio al que correspondan), provenientes de un lote no menor a 400 litros.

Los aceites se clasificarán en cuatro grupos de dos categorías: Grupo I (Frutados Verdes amargos/picantes intensos), Grupo II (Frutados Verdes amargos/picantes medios), Grupo III (Frutados Verdes amargos/picantes ligeros) y Grupo IV (Frutados Maduros/dulces); mientras que las categorías serán Pequeños Productores (empresas que no superen los 5000 litros de producción total anual) y Grandes Productores (empresas que si superen los 5.000 litros de producción total anual).

La entrega de premios se llevará a cabo el 7 de septiembre.



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

¡Más de **60.000.000**
de visitas al año!

Calendario de Ferias y Eventos en 2023

1 Julio

☞ Del 25 al 28 de julio
FOOD AND HOTEL INDONESIA
Jakarta (Indonesia)
www.foodhotelindonesia.com

1 Agosto

☞ Del 10 al 12 de agosto
VIETFOOD AND BEVERAGE
Ho Chi Minh City (Vietnam)
vietfood@vinexad.com.vn
www.hcm.foodexvietnam.com/en

☞ 20 de agosto
**4ª CONFERENCIA EUROPEA SOBRE
XYLELLA FASTIDIOSA**
Lyon (Francia)
xylella_conference@efsa.europa.eu
www.efsa.europa.eu

1 Septiembre

☞ Del 6 al 9 de septiembre
WORLD FOOD ISTANBUL
Estambul (Turquía)
www.worldfood-istanbul.com/home

☞ Del 10 al 11 de septiembre
GOURMET SELECTION
París (Francia)
www.en.salon-gourmet-selection.com

☞ Del 11 al 12 de septiembre
SPECIALITY AND FINE FOOD FAIR
Londres (Reino Unido)
www.specialityandfinefoodfairs.co.uk

☞ Del 11 al 14 de septiembre
FINE FOOD AUSTRALIA
Sidney (Australia)
www.finefoodaustralia.com.au

☞ Del 13 al 16 de septiembre
**FERIA DE MAQUINARIA AGRÍCOLA
DE ÚBEDA**
Úbeda (Jaén)
feriamaquinariaubeda@gmail.com
www.feriamaquinariaagricolaubeda.com

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

Está pasando...

ICEX abre la convocatoria para participar en Foodex Japan 2024

ICEX España Exportación e Inversiones, en colaboración con la Oficina Económica y Comercial de España en Tokio (Japón), organiza la participación española con un Pabellón en la 49ª edición de la feria Foodex Japan, que tendrá lugar del 5 al 8 de marzo de 2024 en el recinto ferial Tokio Big Sight.

Foodex es la mayor feria agroalimentaria de Japón y la región Asia-Pacífico, y está dirigida exclusivamente a un público profesional: mayoristas, minoristas, supermercados, catering, importadores de bebidas, restauración, etc.

En la pasada edición, la muestra -a la que acudieron más de 73.000 visitantes- contó con la participación de 3.500 expositores y la representación de 60 países. El sector exportador que más se vio representado en Foodex fue el de productos transformados (agroalimentario), mientras que en la categoría de visitantes primó la presencia de importadores.

El Pabellón de España contará con un espacio de cata y degustación, dirigido a profesionales internacionales y destinado a la exposición de alimentos de la despensa española con el objetivo de introducir productos como el aceite de oliva virgen extra entre el público japonés.

Según ICEX, el aceite de oliva es el segundo sector agroalimentario de mayor importancia para España en Japón tras la carne de porcino. El 91% del mercado nipón está en manos de España e Italia. Italia fue hasta el año 2013 el principal proveedor de aceite de oliva del mercado japonés, si bien desde 2014 España se posiciona

como principal exportador. En conjunto, España exportó en 2021 un total de 35.375 toneladas frente a las 19.024 toneladas de Italia.

El mercado se divide en dos grupos: la mayor parte del aceite de oliva se importa a granel y es envasado por las grandes empresas japonesas con sus marcas; y una pequeña cantidad de AOVE de alta calidad es importada por varias pequeñas empresas. Además, aproximadamente el 10% del aceite de oliva que se consume en Japón se utiliza como ingrediente para la industria cosmética y farmacéutica.

Este organismo ha subrayado que los japoneses tienen preferencia por los productos de alta calidad y con propiedades saludables. De igual manera, el consumidor es muy exigente tanto con los aspectos formales, como el envasado o la presentación, como con los aspectos normativos, los procedimientos de elaboración o el cumplimiento de las normas de calidad. Por ello, el umbral de precio que estará dispuesto a pagar por un producto será elevado si considera que la calidad lo merece.



PUBLICIDAD

Contigo desde el origen

En CaixaBank queremos ayudarte a impulsar tu proyecto desde las raíces, como tú lo haces. Por ello, hemos creado el mayor ecosistema de innovación agroalimentaria para ofrecerte soluciones integrales, digitales e innovadoras.

Descubre AgroBank en CaixaBank.es

paralimpicos



UTILIZANDO AGROCUADERNO, SUPERAR CUALQUIER RETO ESTARÁ EN SU MANO

Ahorre tiempo y costes gestionando diariamente la actividad de sus parcelas, pudiendo visualizarlas geográficamente, y genere documentos oficiales adaptados al Registro Electrónico de Transacciones y Operaciones de Productos Fitosanitarios (RETO)



APLICACIONES INFORMÁTICAS PROSUR, S.L.
C/Hermano Luján, 10-local
14007 CORDOBA (ESPAÑA)
Fijos: +34 957 425976 + 34 957 020270
Móvil: + 34 615 689778
www.agrocuaderno.com



GP

González y París

La experiencia marca la diferencia

Pol. Ind. Santa Ana, s/n - 41590 La Roda de Andalucía, Sevilla (España)
Tel.: +34 954 016 132 / Fax: +34 954 015 352 / Mov: +34 606 992 244
email: gonzalezyparis@gmail.com - web: www.talleresgonzalezyparis.com

TALLERES GONZÁLEZ Y PARÍS, S.L.

Serie M6001 Utility: Agilidad y versatilidad van de la mano



M6001 Utility: El más inteligente de los tractores profesionales

Con su potente motor de última generación, su gran maniobrabilidad y alta capacidad de elevación, el M6001 Utility convence en las condiciones más duras, gracias a su enorme eficiencia económica.



kes.kubota-eu.com / @kubotaspain / #kubota

For Earth, For Life
Kubota