

ESPECIAL PRODUCTOS DE NUESTRA TIERRA



El consumo de vino se estabiliza con una tendencia de leve crecimiento

LAS VENTAS DE VINO SE MANTIENEN ESTABLES EN LOS ÚLTIMOS MESES, ALCANZANDO EN EL ÚLTIMO INTERANUAL DE NOVIEMBRE DE 2024 LOS 9,78 MILLONES DE HECTOLITROS, LO QUE SUPONE UN INCREMENTO DEL 0,7% INTERANUAL

EL ADELANTADO

Según el informe elaborado por la Interprofesional del Vino en España, OIVE, a través de los datos del sistema de información INFOVI por el que los operadores declaran sus salidas de vino y mosto al Ministerio de Agricultura el consumo de vino de nuestro país muestra cierta estabilidad con una tendencia de leve crecimiento entorno al 1%, —en concreto el incremento ha sido del 0,7% en el interanual a noviembre de 2024—.

El informe trimestral sobre consumo elaborado por la Interprofesional del Vino de España también recoge otras fuentes para el análisis de consumo como los datos de Nielsen IQ —TAM Oct-Nov 2024— que analiza únicamente las ventas en los canales de Alimentación y Hostelería.

A este respecto, se observa una diferencia notable entre los datos referidos al volumen reportado por Nielsen —6,27 millones de hl— y los referidos al consumo aparente estimado por INFOVI —9,78 millones de hl—.

La diferencia, que asciende a 3,51 millones de hectolitros, correspondería al llamado “tercer canal” y supone alrededor de un tercio del mercado. Dicho tercer canal —no auditado de forma habitual por ningún instituto o empresa de estudios de mercado— se refiere a las ventas de vino realizadas en otras vías como son las vinotecas, clubs de vinos, portales on-line, ventas directas de bodegas, etc.

Un tercer canal que como recoge el informe muestra un tamaño importante dentro del total y que está registrando una tendencia positiva en torno al 4,0%.

En cifras absolutas, según los datos de Nielsen IQ de los últimos 12 meses —TAM Oct-Nov 2024—



Una pareja brinda con dos copas de vino tinto.

FOTO: FREEPIK

las ventas de vino en los canales de Alimentación y Hostelería se situaron en 6,27 millones de hectolitros, lo que en valor se traduce en unas ventas totales de 3.182,6 millones de euros, dando lugar a un precio medio de 5,08 €/litro; un +2% superior al precio medio del mismo periodo del año anterior 4,98 €/litro.

En lo que a volumen de ventas se refiere, los datos de Nielsen IQ muestran una ligera caída de -1,0% provocado por un cierto estancamiento en Alimentación (-0,5%) y una leve desaceleración en el canal de Hostelería (-1,9%).

Por categoría, las mayores pérdidas se observan en los vinos con IGP (-0,2%), mientras que el vino con DOP baja ligeramente (-0,9%), debido a la pérdida registrada en Hostelería (-2,8%), que no compensa el crecimiento de las ventas en Alimentación (+0,6%).

El valor de las ventas de vino en

EL ‘TERCER CANAL’ CORRESPONDE A LAS VENTAS DE VINO REALIZADAS EN OTRAS VÍAS COMO LAS VINOTECAS, PORTALES ONLINE, VENTAS DIRECTAS EN BODEGAS, ETCÉTERA

España ha ido subiendo de forma progresiva en los últimos años. Esto es debido, en parte, por la relevancia de los segmentos de mayor valor añadido de los últimos años pero también por el entorno inflacionista en el que nos encontramos.

El crecimiento para el conjunto de canales —Alimentación + Hostelería— se situaría en un +1,0% y todas las categorías de producto incrementarían sus ven-

tas en valor. En este sentido, el vino con DOP fue el único segmento que creció por debajo de la media (+0,4%) ya que el resto de tipología de vinos muestran incrementos de +3,0% para vinos con IGP, de +2,3% para vinos sin IGP, +6,3% para el segmento de ‘Vino Resto’ y +1,9% para vinos espumosos.

Estos últimos, además, son los que alcanzarían el precio medio más alto con 7,71 €/litro por delante de los vinos con DOP que alcanzan los 6,45 €/litro. En términos de precio medio si bien todos los tipos de vino suben en valores corrientes, no sucede lo mismo en términos reales. Descontada la inflación, el precio medio por litro a nivel global disminuiría un ligero -0,4% siendo únicamente los vinos con DOP (-1,1%) y vinos espumosos (-0,4%) los que mostrarían una ligera reducción en sus precios medios deflactados.

Castilla y León recibirá 9,2 M para promoción del vino

EL ADELANTADO

Castilla y León recibirá 9,2 millones del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación para ayudar a financiar un centenar de programas centrados en las exportaciones de vino en terceros países, consolidación de nuevos mercados y captación de otros con el fin de mejorar la competitividad en este sector.

Esa cantidad forma parte del fondo de 46,8 millones que, con esa finalidad, se distribuirán las comunidades autónomas, según uno de los acuerdos alcanzados en la Conferencia Sectorial presidida por el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas.

De hecho, las comunidades autónomas han presentado 657 programas susceptibles de recibir ayudas para la promoción del vino en mercados de terceros países para 2026. Y esta línea de promoción figura dentro del marco del Plan Estratégico de la Política Agraria Común 2023-2027, con cargo al Fondo Europeo Agrícola de Garantía Agraria (FEAGA), para su ejecución en 2026.



Uvas en un viñedo.

FOTO FREEPIK



Ángel Maroto
PANADERÍA-BOLLERÍA
Especialidad en Tortas y magdalenas
C/ La Pasada nº 10 | 921 48 34 83 | 607 93 00 70
OTERO DE HERREROS | beabaeza75@gmail.com

Los vinos de calidad de Castilla y León conquistan nuevos mercados

EL SECTOR VITIVINÍCOLA DE NUESTRA COMUNIDAD AUTÓNOMA HA MOSTRADO SUS FORTALEZAS EN LA FERIA 'BARCELONA WINE WEEK' CON EL OBJETIVO DE CONQUISTAR NUEVOS MERCADOS INTERNACIONALES QUE IMPULSEN LAS EXPORTACIONES DE VINO, QUE SUPONEN 227 MILLONES ANUALES

EL ADELANTADO

El sector vitivinícola de Castilla y León ha exhibido su fortaleza en la feria Barcelona Wine Week, celebrada del 3 al 5 de febrero, con el objetivo de conquistar nuevos mercados internacionales que impulsen las exportaciones de vino, que suponen 227 millones anuales, con un incremento del 29 % en cinco años (2019-2023).

Castilla y León ha estado presente en este salón de referencia del vino español con 233 bodegas, un 68 % más que el año pasado, lo que significa que casi uno de cada cinco vinos presente en Barcelona corresponde a bodegas de la Comunidad, que ven en esta feria una oportunidad para abrir nuevos mercados y promocionar sus productos.

Uno de los objetivos de la presencia de Castilla y León en Barcelona Wine Week pasa por afianzar las ventas de vino de calidad en el exterior, que alcanzaron los 227,3 millones de euros en 2023, lo que



Las exportaciones de vinos se han situado en 213 millones de euros, un 1% más que el año anterior. FOTO: @UCSTUDIO BY FREEPIK

supone un incremento del 29 % en el periodo 2019-23. Mientras, de enero a noviembre del año pasado, las exportaciones de vino se han situado en 213 millones de euros, un 1 % más que en el mismo periodo del

UNO DE LOS OBJETIVOS DE LA PRESENCIA DE CASTILLA Y LEÓN EN BARCELONA WINE WEEK ES AFIANZAR LAS VENTAS DE VINO DE CALIDAD EN EL EXTERIOR

año anterior, a falta de contabilizarse las ventas de diciembre.

En un contexto de ralentización del mercado a nivel nacional e internacional, los vinos de Castilla y León "han tenido un comportamiento mejor que el de los principales competidores nacionales", según detalló la consejera de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, quien mencionó los incrementos de expedición de contratiquetas durante 2024 en denominaciones de origen como Rueda, Ribera del Duero o la IGP Vino de la Tierra de Castilla y León.

Somos esenciales

Actuamos como **eje vertebrador** del medio rural, fijando población y **dando vida a nuestros pueblos**.



BODEGAS BLANCO NIEVA D.O. RUEDA

Bodegas y Viñedos Nieva tiene en propiedad 60 hectáreas de viñedo, 54 de Verdejo (variedad autóctona de la D.O. Rueda) y 6 Sauvignon Blanc (uva de origen francés adaptada a la perfección al clima y suelo castellanos). Su altitud, por encima de 850 mts, y las características del suelo arenoso y con abundancia de cantos, hace que la variedad de uva Verdejo exprese en los vinos todo su potencial. Su clima extremo caracterizado por fríos inviernos y calurosos veranos durante el día pero frescos por la noche, crean las condiciones óptimas para la producción de uva blanca de máxima calidad.

Las viñas viejas en vaso plantadas en pie franco, algunas de ellas con más de 100 años, sobrevivieron a la plaga de la filoxera (S. XIX) gracias a la dureza del terreno y a la climatología de la comarca. La uva con la que se elabora este vino proviene de viñedos ori-

ginarios de la variedad Verdejo, supervivientes de la mencionada plaga de la filoxera, de ahí el nombre de 'Pie Franco', ya que conservan su raíz original. Las edades de las cepas rondan los 80-100 años, siendo este un vino único y exclusivo. Su producción está limitada a 30.000 botellas al año. Bodegas y Viñedos Nieva tiene en propiedad 10 hectáreas de Pie Franco y controla gran parte del escaso viñedo que existe en la zona de estos viñedos en peligro de extinción. Al ser tan viejas las cepas y estar en secano, producen poca cantidad

de uva, tan sólo dos racimos por planta, obteniéndose vinos frescos pero densos y de gran complejidad mineral y frutal.

La bodega está concebida para el aprovechamiento de su uva Verdejo, tan apreciada en el mercado nacional e internacional. Siguiendo con las tradiciones y aportando las nuevas tendencias de viticultura, se utiliza la más alta tecnología para dar a los vinos el cuidado que requieren. En sintonía con su filosofía, la elaboración de blancos en Bodegas y Viñedos Nieva es tradicional.



HERRERO BODEGA D.O. RUEDA

La base de los hermanos Herrero Vedel tiene la idea de que el mundo del vino es una gran familia. Viticultores, proveedores, elaboradores y clientes forman un círculo/circuito perfectamente definido sin el cual esta magia del vino no sería posible.

La Gran Familia de Herrero Bodega comienza en el campo, gente sana, trabajadora que ama y disfruta de su viña; una vez en la bodega la uva necesita la transformación; maquinaria de última generación, calidad en el trato y saber hacer en la elaboración lo ponen los hermanos Herrero; la selección de los mejores mostos, el control en la fermentación de los caldos y la búsqueda de la excelencia en los criterios organolépticos permiten ofrecer una gama de vinos de altísima calidad.

¿Quién es su cliente? Toda persona que disfrute de la vida, de su tiempo libre, de sus amigos y familiares. Que acompañe esos momentos con una copa de vino, con un vino que le ayude a potenciar la calidez de cada ocasión. El mundo del vino es ancestral, es tradición, es familia. Sus vinos se elaboran con el

expreso deseo de que se consuman en compañía, disfrutando de un grato momento, de una buena conversación, del calor humano...

La uva y la zona. El carácter Rueda está definido por tres elementos: la uva Verdejo, autóctona de la zona, el clima continental y los suelos cascajosos. La uva Verdejo habita desde hace siglos en la Denominación de Origen Rueda. Su origen, aun no teniendo testimonios escritos de ello, se cree que puede coincidir con el reinado de Alfonso VI (siglo XI). En esa

época se repobló la cuenca del Duero con cántabros, vascones y mozárabes, siendo estos últimos los que con mayor probabilidad trajeron la variedad Verdejo a España. Podemos acercarnos al vino blanco diciéndole que el aroma y sabor de Verdejo tiene matices de hierba de monte bajo, con toques afrutados y una excelente acidez. El extracto, factor de personalidad de los vinos blancos, es perceptible por su volumen y su característico toque amargoso que proyecta en boca un destello de originalidad, acompañado de una gran expresión frutal. Son vinos de gran armonía.



La Denominación de Origen Rueda bate su propio récord en ventas

LA D.O. RUEDA VUELVE A SUPERAR SU MÁXIMO HISTÓRICO Y AUMENTA EN UN 2,07 % SUS VENTAS —2 MILLONES MÁS DE CONTRAETIQUETAS ENTREGADAS RESPECTO A 2023—

EL ADELANTADO

El consumidor ha vuelto a escoger a la D.O. Rueda a la hora de comprar vino blanco de calidad. Así lo certifican las cifras del ejercicio de 2024 en esta Denominación de Origen. En total, 118,36 millones de contraetiquetas entregadas — 2,4 millones más que en 2023—, lo que supone un aumento acumulado del 2,07 % respecto al ejercicio anterior. Un año más, la D.O. Rueda bate su propio récord en ventas.

El excelente resultado en cuanto a cifras de venta en 2024 implica que la D.O. Rueda mantiene su liderazgo en el sector del vino blanco de calidad en España, además de afianzar de nuevo su segunda posición dentro de las denominaciones de origen de vino tranquilo (sin burbujas).

En concreto, la cifra de contraetiquetas entregadas asciende a 118.360.966, de las cuales

ASÍ LO CERTIFICAN LAS CIFRAS DEL AÑO 2024 EN ESTA DENOMINACIÓN DE ORIGEN CON UN TOTAL DE 118,36 MILLONES DE CONTRAETIQUETAS ENTREGADAS

casi el 100% —118.325.204— corresponden a vino blanco, donde el grueso, 117.866.111, se lo lleva el 'Vino Tranquilo', elaborado principalmente por la variedad autóctona verdejo. Le sigue el 'Gran Vino de Rueda' —el etiqueta negra de la Denominación de Origen enfocado a la alta gastronomía que acaba de sacar su cuarta añada (2023)— que se sitúa al borde de duplicar sus ventas con 327.715 etiquetas y un incremento del 72% respecto a 2023; por otro lado la categoría de 'Vino Espumoso' suma 127.494 y los 'Vinos Generosos' se quedan en 3.884.



Todo al blanco, un año de grandes cifras.

FOTO: FREEPIK

Sala de conciertos
Visitas guiadas
Catatas degustación



921 47 68 17 / 685 36 85 56
www.octavo-arte.com



Eres la
CERVEZA
QUE
BEBES

OCTAVO ARTE

El sector avícola, de notable importancia

LA INDUSTRIA AVÍCOLA A NIVEL MUNDIAL MANTIENE SU IMPULSO DE CRECIMIENTO HASTA UN 3% EN EL AÑO 2025

EL ADELANTADO

El sector de los huevos en nuestro país cuenta con una notable importancia económica, al representar alrededor del seis por ciento de la producción final ganadera, y al aportar un producto de primera necesidad. Es un sector en crecimiento, cuya producción y censo han ido aumentando a lo largo de los años.

Según el último informe trimestral de avicultura elaborado por Rabobank la industria avícola mundial mantiene su impulso de crecimiento con un pronóstico de aumento del 2,5% al 3% en el mercado mundial en el ejercicio 2025. Este crecimiento, según señalan los analistas, se debe a la preferencia de los consumidores por proteínas más económicas, por la asequibilidad del pollo y el compromiso con la sostenibilidad en los países desarrollados.

Una tendencia relativamente nueva es el mayor compromiso

del cliente con la sostenibilidad, que está provocando un cambio adicional hacia las aves de corral en los países desarrollados debido a su huella de dióxido de carbono relativamente menor en comparación con otras proteínas animales. Por todo ello, las perspectivas para 2025 parecen positivas, pero será esencial mantener el equilibrio del mercado para sostener el impulso positivo de la industria.

Por último, recordar que los huevos son los alimentos más nutritivos después de la leche materna y de los más completos, debido a su gran cantidad de nutrientes, por su biodisponibilidad y por el equilibrio de los aminoácidos de su proteína.

Rico en proteínas, contiene vitaminas, minerales y aminoácidos esenciales además de ser una fuente importante de antioxidantes y ácidos grasos que benefician considerablemente a la salud.



Los huevos son los alimentos más nutritivos después de la leche materna.

EL ADELANTADO

Huevos Velasco es una empresa familiar que comenzó su andadura hace medio siglo son su propia granja en El Escorial. Su desarrollo es parejo al tecnológico del sector, con un nivel de producción en ascenso y sus instalaciones en la provincia de Segovia, en Villacastín.

Son una industria joven, con instalaciones modernas especializadas en huevos al por mayor que tiene como máximo objetivo buscar un huevo de calidad. Desde su creación la filosofía ha sido adelantarse a los acontecimientos para servir mejor las necesidades de sus clientes y ser punto de referencia en el sector del huevo.

Son productores de huevos camperos con una excelente calidad. Sus gallinas camperas tienen los mejores cuidados donde disfrutan de amplios espacios na-

Calidad como seña de identidad



Sede central de Huevos Velasco en Villacastín.

turales y máxima comodidad. Son alimentadas con los mejores pienso naturales basados en cereales.

Los huevos de sus gallinas camperas son un producto de calidad con un sabor tradicional destinado a conquistar a los paladares más exquisitos. También son productores de huevos ecológicos de gallinas criadas en libertad. De hecho, los huevos ecológicos Velasco son

un producto sometido a rigurosos controles de calidad, respetando los estándares de la producción ecológica y cuyas gallinas —además de vivir en libertad— son alimentadas totalmente con cereales. Estos huevos cuentan con un sabor auténtico y un color de yema natural e intensa que hacen de los huevos ecológicos Velasco un producto de lujo.

De producción propia y merecida fama

EL ADELANTADO

La Granja Avícola Montarelo es una empresa especializada en la producción avícola de huevos de gallina. Gestionada por su cuarta generación familiar, se han dedicado a la producción ganadera y agrícola, especializándose en la producción de huevos en la localidad segoviana de Aguilafuente.

Disponen de producción propia y por eso su producto es uno de los más frescos del mercado. Cuentan con la experiencia de estas cuatro generaciones dedicadas a la producción ganadera; especializados en producción de huevos de gallinas de puesta, porcina y agrícola.

Han renovado por completo sus



Vista aérea de Avícola Montarelo.

instalaciones para ofrecer una mayor calidad y un mejor servicio al precio más competitivo, para que sus clientes queden completamente satisfechos.

Además, cumplen con la nueva normativa de la Unión Europea en materia de bienestar animal de granjas avícolas de gallinas ponedoras y en su granja de porcino.

En la sede central de su granja situada en Aguilafuente venden y distribuyen a los mayoristas que desean poner al alcance de sus clientes su producción de huevos con la calidad y servicio que les caracterizan. Además, también ofrecen la venta de sus productos a través de distribuidores que llevan su marca y venta directa por diversos puntos de Segovia.



Tierna y sabrosa

DE SEGOVIA

Respetamos los tiempos de crianza natural de nuestros animales.

Sin prisas.

Su bienestar es parte de nuestro proceso.

www.carnicaspedrogomez.com



PEDRO GÓMEZ
CÁRNICAS

BAJOSEGO 1988



Las legumbres de Castilla y León protagonizan la II edición del concurso 'Destapa las legumbres'

NUESTRA COMUNIDAD AUTÓNOMA ES REFERENTE EN EL CULTIVO DE LEGUMINOSAS EN GENERAL, CON EL 40 % DE LA SUPERFICIE DE ESPAÑA. ALUBIAS, LENTEJAS Y GARBANZOS DESTACAN POR SU CONTRIBUCIÓN A LA MEJORA DE SUELOS AGRÍCOLAS

EL ADELANTADO

La Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural promocionará las legumbres de calidad diferenciada de Castilla y León a través del II concurso 'Destapa las legumbres Tierra de Sabor', donde cocineros de toda España competirán por elaborar las mejores tapas utilizando garbanzos, alubias y lentejas amparados por alguna de las ocho figuras de calidad de la Comunidad.

El concurso ha sido presentado en un acto celebrado en el Restaurante Omeraki, con la participación de nueve afamados cocineros de Castilla y León, cinco de ellos con estrella Michelin. Junto a la ganadora de la primera edición, Sharón Abellán han elaborado diferentes tapas a partir de alguna de las legumbres reconocidas de la Comunidad y durante el evento, la Consejería de Agricultura de Castilla y León ha destacado la versatilidad y el prestigio de estos productos y la oportunidad que supone este concurso para fomentar su consumo.

Los cocineros Carlos Casillas de Ávila, Ricardo Temiño de Burgos, Yolanda León de León, Alfonso Fierro de Palencia, Rocío De La Parra de Salamanca, Óscar Hernández de Segovia, Óscar García Marina de Soria, Teo Rodríguez de Valladolid y Adrián Asensio de Zamora han elaborado diferente tapas, como dorayaki de garbanzo



Alimentos clave para la sostenibilidad.

de Fuentesauco IGP con chorizo de Zamora, lenteja de la Armuña IGP con caviar, alborno y helado de koji, o guiso de judías de El Barco de Ávila IGP con crema de coliflor y vinagreta de fruta.

REFERENTES EN LEGUMBRES. Las legumbres de Castilla y León cuentan con variedades autóctonas amparadas por cinco indicaciones geográficas protegidas: IGP Judías del Barco de Ávila, IGP Alubia de la Bañeza de León, IGP Lenteja de la Armuña, IGP Lenteja de Tierra de Campos e IGP Garbanzo de Fuentesauco.

Todas ellas suponen casi la mitad de las once figuras de calidad españolas reconocidas en el ámbito de la Unión Europea. Junto a

ello, la Comunidad cuenta con otras tres marcas de garantía: Garbanzo de Pedrosillo, Garbanzo de Valseca y Judión de la Granja. Esta última está siendo valorada por la Comisión Europea para poder convertirse en IGP desde el pasado 11 de noviembre.

Su promoción se considera clave por parte de la Junta de Castilla y León, que destinó el año pasado 122.000 euros en ayudas directas a los consejos reguladores para dar a conocer sus diferentes productos.

En total, la producción de legumbre de calidad se sitúa en más de 1.300 toneladas anuales obtenidas en más de 7.100 hectáreas, de las que el 70% corresponde a la IGP Lenteja de Tierra de Campos.

Además, Castilla y León es referente en el cultivo de leguminosas en general, con el 40% de la superficie de España. Alubias, lentejas y garbanzos, junto a otras leguminosas como habas, guisantes o vicias, destacan por su contribución a la mejora de los suelos agrícolas, gracias a su capacidad para la fijación de nitrógeno, y por su destacado papel en la seguridad alimentaria debido a su alto valor nutritivo al ser ricas en fibra, hierro y proteínas vegetales.

De hecho, las legumbres han sido reconocidas por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO como un alimento clave para la sostenibilidad y la nutrición.

El garbanzo de Labajos, un producto de máxima garantía

EL ADELANTADO

Desde que en el año 2020 el garbanzo de Labajos obtuviera su reconocimiento bajo la figura de calidad de Marca Colectiva, se lleva produciendo en la localidad, de manera rigurosa, un producto de máxima garantía.

El ecotipo de garbanzo castellano cultivado en Labajos, corresponde a un tipo 'kabuli', cuyas señas de identidad son el tamaño medio, aparte de una forma y color crema muy representativos de la zona, con unas características organolépticas que llegan otorgadas por las excelentes cualidades físicas del suelo franco arcilloso sobre el que se asienta la zona de suelos profundos de Labajos. Está legumbre tiene una textura muy agradable, con alta mantecosis y piel muy fina.

El inicio de la temporada comienza a finales del mes de marzo, con la preparación de la tierra

y posterior semencera del garbanzo, finalizando el ciclo del mismo, con la cosecha, la cual, se produce aproximadamente en la primera quincena de agosto. Después, a partir del mes de septiembre, llega todo un trabajo meticuloso de limpieza, cribado, selección y envasado, antes de su puesta a la venta.

La marca local 'La Cruz de Hierro', creada por los Hnos. García Sanz, cuida con esmero la imagen de Marca Colectiva de garantía del garbanzo de Labajos, municipio que les vio crecer, y el cual conocen a la perfección. Por ello, cada año, preparan y seleccionan a conciencia entre 20 y 25 hectáreas de su explotación, idóneas para la producción del garbanzo castellano, para así poder atender la exigente y creciente demanda del producto que tienen en la actualidad, por parte de consumidores exigentes de legumbre de proximidad de alta calidad".



Explotaciones idóneas para la producción del garbanzo castellano.



La salud, eje principal del consumo de pescado

LA DEMANDA DE PRODUCTOS CON MENOR IMPACTO AMBIENTAL Y LAS OPCIONES PREMIUM, CON ALTO VALOR GASTRONÓMICO SIGUEN EN AUMENTO, IMPULSANDO LA INNOVACIÓN EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

EL ADELANTADO

Las tendencias de consumo de salmón en 2025 están impulsadas por el creciente interés de los consumidores en llevar una alimentación saludable, sostenible y de alta calidad. Este pescado se ha convertido en una de las opciones más valoradas en la mesa de los españoles gracias a su versatilidad en la cocina, su alto valor nutricional y su capacidad de adaptarse a diversas tendencias gastronómicas.

Cada vez más consumidores buscan opciones que contribuyan a una alimentación equilibrada y nutritiva. El salmón es una excelente fuente de ácidos grasos omega-3, proteínas y vitaminas esenciales, lo que lo convierte en un aliado fundamental para el bienestar.

Además, cada vez más consumidores buscan opciones premium que ofrecen una experiencia gastronómica superior. La demanda de opciones gourmet ha impulsado la preferencia por productos elaborados con procesos cuidados y con ingredientes seleccionados.

Y, por supuesto, la sostenibilidad es un pilar fundamental, ya que se ha convertido en una de las principales preocupaciones de los consumidores, que cada vez más buscan productos respetuosos con el medioambiente y que garanticen un menor impacto ambiental. En el sector de la alimentación, esta tendencia se traduce en una preferencia por marcas que implementen prácticas responsables a lo largo de toda su cadena de producción y distribu-



Incrementa el consumo de salmón, perfecto aliado del bienestar. FREEPIK

ción. Los avances en acuicultura han permitido desarrollar técnicas de producción más sostenibles y eficientes. Mowi,

compañía especializada en la cría de salmón, está comprometida con la protección del medioambiente, implementa estrictas medidas de sostenibilidad en cada etapa de su proceso productivo, desde la cría del salmón hasta su distribución y ofrece su salmón natural, una opción fresca y de alta calidad, ideal para quienes desean incorporar a su dieta un producto saludable y versátil, perfecto para preparar recetas variadas y equilibradas.

Las croquetas, una 'comida reconfortante'

EL ADELANTADO

Dentro de nuestra afamada dieta mediterránea, las croquetas son, sin lugar a dudas, una comida reconfortante, independientemente de la edad, preferencias y gustos. Son esos bocados que no sólo deleitan el paladar, sino que también abrazan el alma, evocando memorias felices con su textura cremosa, su inconfundible aroma y su sabor casero.

Según un reciente estudio elaborado por croquetasricas.com, una tienda online de croquetas gourmet, las de jamón ibérico siguen siendo las más demandadas en bares, restaurantes y compras en supermercados. En concreto, el 65% del consumo fue de esta variedad en España.

En segundo lugar son las de setas, principalmente de boletus y en tercer lugar de pescado, en concreto de bacalao. Pollo, queso, gambas o chipirones son el resto de sabores más demandados.



¡Huevos frescos!
Directos de la **granja**
a su **casa**

Venta directa
en nuestra tienda de Segovia

Calle Badajoz, 3 Barrio de La Albuera
(Junto al mercado municipal)




Producción y
distribución de huevos
de **nuestra granja**

Carretera de Escalona, km 3. (Aguilafuente) Segovia
www.granjaavicolamontarelo.es
615 20 55 68

La espirulina, aliada del deporte, apuesta por el comercio de proximidad y la nutrición preventiva

ES UN PRODUCTO ECORRESPONSABLE Y DISTRIBUIDO CON LA COMPLICIDAD DEL PROGRAMA ALIMENTOS DE SEGOVIA & A NIVEL EUROPEO
UNA INVESTIGACIÓN COLABORATIVA CON EL BANCO ESPAÑOL DE ALGAS.

EL ADELANTADO

La espirulina es uno de los micro-organismos más antiguos que aparecen en la tierra —hace ya más de tres millones de años—. Estas pequeñas micro-algas supieron transformar los gases volcánicos en oxígeno.

La espirulina es en realidad una ciano-bacteria fotosintética, es decir que produce oxígeno como resultado de la fotosíntesis. Vive en un medio natural en altitud, en aguas alcalinas en lagos de origen basáltico en regiones desérticas. Los habitantes de estas zonas la consumen regularmente desde hace milenios y forma parte indispensable de su alimentación.

Hoy se cultiva en piscinas de agua dulce en Segovia. Por su composición y sus propiedades naturales, con sus virtudes y sus limitaciones, es uno de los alimentos más completos que podemos encontrar. No es un medicamento pero tiene su lugar de honor en el marco de la nutrición preventiva, en el deporte de resistencia, postparto y post operatorio, en el control de peso, muy apreciada por los vegetarianos, participa en el mantenimiento de una nutrición equilibrada de calidad y en la protección del sistema inmunitario.

La espirulina es un alimento extremadamente completo, y un condimento que merece la pena descubrir para desarrollar una cocina creativa para compartir.

Es una gran desconocida que llega a nuestra mesa y a nuestros hogares de la mano de algunos productores convencidos en Europa. La calidad y la cuidada selección de los alimentos que tomamos, los productores que elegimos, son hoy un asunto de interés general.



En el Valle de Valsain, cultivo de espirulina, un alimento de excepción.

FOTOS: PABLO PASCUAL

El objetivo es renovar nuestras convicciones para un mejor equilibrio nutricional y apostar por mejorar nuestra salud, nuestro entorno y nuestros ecosistemas con soluciones fáciles. Esta iniciativa aporta un humilde granito de arena a estos temas de actualidad, cultivando este alimento tan particular, convocando regularmente a especialistas y profesionales de la nutrición, la biología, la gastronomía, y la gestión agroalimentaria.

La producción de espirulina en este valle del Eresma, está hoy en día ligada con el programa de 'Talleres y encuentros saludables' que se realiza desde hace cinco años a iniciativa de la asociación 'Spira' a solo 13 km. de Segovia, 3 km. de la Granja y 80 km. de Madrid.

Con la ayuda del Ayuntamiento de La Granja-Valsain, estos encuentros convocan a un público cada vez más amplio y curioso de todos aquellos temas que preocupan: reforzar el organismo, las modificaciones alimentarias paso a paso, el acceso a los productores locales y km 0, ha-



Receta del Chef Luis Arijón: tagliateles de apio y nabo con espirulina.

cer de la cocina tu mejor farmacia, conocer esas bacterias que nos quieren bien...en definitiva apuntarse a un cambio consciente y eficaz.

La espirulina artesana, es fuente de sabor y vitalidad sin pérdida de nutrientes, vitami-

nas, minerales, y proteína vegetal. El resultado es un alimento sin transformación y sin ninguna alteración. Se presenta en forma de granulado altamente biodisponible. La lista de aportes nutritivos de la espirulina es extensa, siendo una de sus mayores

cualidades junto al hierro, vitaminas y minerales la presencia de aminoácidos al 60%.

En Espirulina Valsain producen espirulina en rama, y especias en un marco excepcional a 1200 m. de altitud, "Nuestro pequeño equipo interdisciplinar está constituido por mujeres a cargo de la gestión y programación, biología e investigación de cepas, nutrición y control de calidad, asistencia técnica y comunicación. Juntos recibimos a grupos y familias para visitas y degustaciones de mayo a septiembre. En este recorrido tratamos de explicar cómo este cultivo es un ejemplo de respeto a los principios básicos de la economía circular y regenerativa" explica Pierre Ruffin responsable de producción al pie de las piscinas.

Esta espirulina Segoviana es un producto español 100%. Gracias a la colaboración con el Banco Español de Algas en Gran Canaria, esta pequeña empresa puede presumir hoy en día: de utilizar una cepa con trazabilidad y denominación de origen 'arthrospira platensis' procedente de Canarias, única cepa cultivada de origen europeo. De las felicitaciones de nuestro astronauta nacional y antiguo ministro de ciencia e innovación Pedro Duque, que la considera el 'alimento del futuro' ya integrada en la dieta de los viajeros del espacio. De defender la venta directa del productor al consumidor en los mercados, iniciativa de Alimentos de Segovia, Vallaeolid y la cooperativa agrícola UCCL. Y de la complicidad de nuestros chefs de cercanía que inspiran recetas cada temporada, y que aprecian su sabor y su textura crocante, como Zacarías Peinador, Diego Isabel Gallego, Charo Domínguez o Luis Arijón.



WWW.LACRUZDEHIERRO.ES
699 890 018

La Cruz de Hierro

GARBANZO CALIDAD GOURMET

f i



Garbanzo de Labajos



Alimentos de Segovia

Llegan las primeras fresas con precios que doblan a su valor en origen

LAS ÚLTIMAS SEMANAS DE FEBRERO HAN DEJADO YA EN LAS TIENDAS LAS PRIMERAS FRESAS DE LAS CAMPAÑAS, CON UNOS PRECIOS QUE RONDAN LOS 4 EUROS EL KILO, PERO QUE SEGÚN LAS ORGANIZACIONES AGRARIAS SU COSTE PARA LOS CONSUMIDORES LLEGA A DUPLICARSE

EL ADELANTADO/EFEAGRO

Según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, MAPA, las primeras semanas de la campaña han mantenido unos precios en origen similares a los del arranque de la campaña anterior. Por ejemplo, el precio de la fresa en el mercado de origen durante las últimas semanas de enero se situó entre los 4 euros/kilo y los 3,2 euros/kilo, mientras que el mes de febrero arrancó con valores entre los 4,2 euros/kilo y los 3,7 euros/kilo.

No obstante, tanto UPA, Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos, como COAG, Coordinadora de Organizaciones de Agricultura y Ganaderos, han advertido de que el precio en destino puede doblar a su valor en origen.

Según el último informe del Índice de Precios en Origen y Destino, IPOD, de los alimentos de la organización agraria COAG, adelantado a Efeagro, el precio de la fresa en



El consumo de fresas es de 2,32 kilos per cápita en el último año. FREEPIK

destino es de 7,44 euros/kilo en febrero, mientras que en enero fue de 8,63 euros/kilo. Para COAG, la campaña ha comenzado, en general, con precios algo más elevados que en años anteriores, aunque han advertido de que "ahora parece producirse una bajada". Se trata de una tendencia "normal" en los cultivos, han explicado, ya que "cuando entran en el mercado los precios obtenidos son mejores que cuando se normaliza la producción".

A juicio del secretario general de

UPA en Huelva, Manuel Piedra, existe "mucho diferencia" entre el precio que pagan los consumidores por este artículo en los lineales de los supermercados y el que reciben los productores.

Según los datos del Ministerio de Agricultura cifran el consumo de fresas en 2,32 kilos/per cápita en el último año (desde diciembre de 2023 hasta noviembre de 2024), mientras que, en el mismo periodo del año anterior, se situó en 2,14 kilos/per cápita.

Los alimentos básicos más encarecidos en febrero: ajos, patatas y naranjas

EL ADELANTADO

Del reciente estudio realizado por FACUA- Consumidores en Acción, en el que se analiza la evolución de los precios entre principios de enero y febrero de 2025 se obtiene la conclusión de que las patatas, las naranjas y los ajos son los tres alimentos básicos que más se han encarecido.

Durante el último mes, la malla de patatas de cinco kilos ha experimentado de media un incremento del 14,2%; mientras que las naranjas se han encarecido un 12% y los ajos un 10%. Durante el mismo periodo también han incrementado los precios de las manzanas golden, un 9,2%; el aceite de girasol, un 3%, las uvas blancas un 1,4% y el arroz redondo, un 0,6%.

Entre los alimentos que cuestan de media este mes menos que en enero de 2025 hay que resaltar las lentejas pardinas, un 0,4% menos; los champiñones laminados, -0,4%, los huevos medianos, -0,7%; el kilo de cebollas, -1,4%; el kilo de zanahorias, -2,2% el birch de leche entera, -2,8%; el kilo de limones -3%; el paquete de maca-

rrones, -3,6%, la harina de trigo -4%; las lechugas iceberg -5,9%; las peras de conferencia -8,1% y el aceite de oliva -10,4%.

Tras las denuncias de FACUA, el 21 de febrero de 2024 el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030 envió un requerimiento a las principales cadenas de supermercados e hipermercados para solicitarles que acreditasen que las subidas que habían aplicado desde enero de 2023 a los precios de numerosos alimentos básicos no han implicado aumentos en sus márgenes de beneficio, una práctica prohibida mientras los productos estuvieron afectados por la rebaja del IVA. Un año después, Consumo todavía no ha aclarado si las cadenas han dado respuesta.

Desde el 1 de enero de 2025, los alimentos básicos que tenían el IVA al 2% pasaron al 4%. Estos son los aceites de oliva, las leches, el pan, los huevos, el queso, las frutas, las verduras, las legumbres, los tubérculos, los cereales y las harinas. Por su parte, el IVA de las pastas alimenticias y los aceites de semillas ha subido del 7,5 al 10%.



En el último mes la malla de 5 kilos de patatas ha encarecido un 14,2%. FREEPIK

Las 0,0 y sin alcohol ganan relevancia dentro del consumo de cerveza

EL ADELANTADO/EFEAGRO

En España se consume más cerveza sin alcohol que en toda Latinoamérica, una bebida que supone el 14 % del consumo total cervecero per cápita y que ha convertido esta variante en un nicho de innovación que mueve, sólo en el supermercado, casi 229 millones de

euros al año. Es más, la última edición del informe socioeconómico del sector de la cerveza en España en 2023 señala que el porcentaje de consumo de las variedades sin alcohol en relación con el total de cerveza es el más alto del mundo occidental, con un 14 % del consumo per cápita.



Cervezas sin alcohol, todo un éxito.

En Huevos Velasco somos de dar siempre un poco más de lo que nos piden



Huevos Velasco

Calidad y pico

Villacastín (SEGOVIA) www.huevosvelasco.com 921 028 200



El sector cárnico, motor económico en Castilla y León

NUESTRA REGIÓN ES UN REFERENTE EN CALIDAD CÁRNICA, CON 19 FIGURAS DE CALIDAD DIFERENCIADA, CERTIFICANDO EL 50% DE LOS PRODUCTOS IBÉRICOS DEL PAÍS Y CON UNA FUERTE PRESENCIA EN LA MARCA TIERRA DE SABOR



La Junta de Castilla y León refuerza su compromiso con este sector estratégico.

EL ADELANTADO

EL ADELANTADO

En el año 2024 la industria alimentaria en la Comunidad Autónoma de Castilla y León aumentó sus exportaciones un 3,14%, alcanzando los 3.485 millones de euros. Un crecimiento que consolida el sector como el segundo mayor exportador de la Comunidad.

Castilla y León cuenta con 800 empresas cárnicas que generan 11.000 empleos, representando el 22 % del total de empresas del sector en España y aportando el 12 % del negocio cárnico nacional.

Además, la región es un referente en calidad, con 19 figuras de calidad diferenciada, certificando el 50 % de los productos ibéricos del país y con una fuerte presencia en la marca Tierra de Sabor.

LA MEAT ATTRACTION es la feria

internacional más importante del sector cárnico y se acaba de celebrar del 25 al 27 de febrero en Madrid. Debido a su relevancia, la Junta de Castilla y León ha llevado a cabo una fuerte apuesta, destinando más de 400.000 euros para respaldar la participación de 35 empresas cárnicas de nuestra región en este evento clave para la expansión y la promoción del sector, a través del Instituto para la Competitividad Empresarial de Castilla y León, ICECYL, y el Instituto Tecnológico Agrario de Castilla y León, ITACyL.

En la presente edición la Meat Attraction ha reunido a más de trescientas empresas de cincuenta países. Es una plataforma clave en la que las empresas de Castilla y León participantes han aprovechado dicho evento para establecer

relaciones comerciales con más de cien compradores nacionales e internacionales, con reuniones confirmadas con importadores de diversos países.

Además, con la finalidad de atraer aún más la atención sobre los productos de nuestra Comunidad se habilitó un espacio de *show-cooking* con capacidad para veinte personas, en el que se realizaron tres demostraciones culinarias diarias, con innovadoras creaciones gastronómicas elaboradas con carnes de Castilla y León.

Con esta inversión y la presencia en el Meat Attraction la Junta de Castilla y León refuerza su compromiso con un sector estratégico, impulsando la expansión internacional y la proyección de la carne de calidad de nuestra Comunidad Autónoma.

Crecimiento en producción y rentabilidad durante 2024

EL ADELANTADO/EFE

Las empresas productoras y distribuidoras del sector cárnico español confirman un nuevo crecimiento en producción y rentabilidad durante el año 2024 y muestran su optimismo para continuar con la misma tendencia durante este año 2025.

Así lo manifestó Bárbara Calvarresi, responsable del Sector Carnes de la AECOC, la asociación multisectorial de empresas españolas, a partir de un informe que concluye que siete de cada diez empresas cárnicas de España han logrado crecer en volumen con respecto a 2023 y, además, dos de cada diez prevén crecer más de un 5% este año.

El informe confirma también que las empresas del sector comienzan a recuperar parte de la rentabilidad perdida y que la mitad ha mejorado su rentabilidad en 2024, mientras que un 40% la ha mantenido estable, mientras que sólo un 7% declara haber sufrido una disminución en sus beneficios.

El informe también revela que los formatos que han tenido mejor desempeño han sido el libre servicio, con el 72% de las ventas, seguido de la compra a granel, que representa el 28%.

En cuanto a las categorías, los productos cárnicos elaborados frescos lideran las ventas, alcanzando el 68%, mientras que la carne fresca representa el 32%.

Por su parte, Josep Solé, presi-

dente del Comité de Carnes de AECOC, ha señalado que el 54% de los directivos encuestados confían en incrementar sus ventas en 2025, mientras que un 40% anticipa un posible estancamiento.

Las previsiones en términos de ventas son mayoritariamente optimistas: el 74% de las empresas esperan registrar un crecimiento en sus ventas, un 23% prevé mantener resultados similares a los de 2024, y solo un 3% teme una caída de su facturación.

Por otra parte, la AECOC reconoce que el reciente acuerdo de asociación entre la Unión Europea y Mercosur genera preocupación entre las empresas españolas, ante "la posible competencia desleal" y "una posible falta de seguridad alimentaria". Asimismo, el regreso de Donald Trump como presidente de los Estados Unidos suscita incertidumbre sobre las exportaciones cárnicas españolas.

En otro frente, un 65% de las empresas teme que el gobierno chino decida aplicar nuevos aranceles, lo que podría afectar de manera significativa a las exportaciones de porcino al país asiático.

En cuanto a las nuevas legislaciones europeas, las normativas relacionadas con el bienestar animal, FFTF, son las que más inquietan al sector, así como la necesidad de que exista un mayor diálogo entre administraciones y empresas.



Los productos cárnicos frescos lideran las ventas.

FOTO FREEPIK



VENTA DIRECTA ON LINE
Producción ecológica responsable
Secado a baja temperatura
En finbras crujientes
Trazabilidad del producto
TALLERES DE COCINA VEGETAL
VISITAS Y DEGUSTACIÓN CON CITA PREVIA



USOS Y APLICACIONES
Nutrición preventiva
Deporte de resistencia
Recuperación de estrés
Pérdida de peso
Complemento para vegan@s
Condimento para tu cocina

Calle Acacias, 24
(Valsain)

Telf. 616 08 26 26
636 36 33 97

www.espirulinavalsain.com
info@espirulinavalsain.com





Aumenta un 2,4% el consumo de carne fresca

EL ADELANTADO/EFEAGRO

El consumo de carne fresca creció un 2,4 % en España en 2024, con el pollo y el cerdo como los productos con mayor incremento, según datos presentados recientemente por la firma de análisis y consultoría Kantar.

Las opciones cárnicas más económicas son las que más han avanzado, con incrementos del 32 % en la pechuga de pollo entera, el 27 % en la costilla de cerdo y el 12 % en la cabeza de lomo. Mientras que productos como el pollo, el beicon, el chorizo y el fuet son los únicos que mantienen una tendencia al alza tanto a corto como a largo plazo.

En 2024, la alimentación en el hogar ha experimentado un incremento del 1,8 % en valor, mientras que el consumo fuera del hogar ha mostrado comportamientos mixtos, con caídas del 2,7 % en el sector de hoteles, restaurantes y cafeterías, Horeca, independiente, pero aumentos del 4,9 % en Horeca organi-

LAS OPCIONES MÁS ECONÓMICAS SON LAS QUE MÁS HAN INCREMENTADO:

PECHUGA DE POLLO ENTERA 32%, COSTILLA DE CERDO 27% Y CABEZA DE LOMO 12%. MIENTRAS QUE BEICON, CHORIZO Y FUET MANTIENEN SU TENDENCIA AL ALZA

zado y un notable 7 % en comida rápida.

De cara a 2025, las previsiones apuntan a que el mercado de gran consumo en el hogar se mantendrá prácticamente estable en volumen, con un crecimiento del 0,2 %.

Factores como el incremento de la población, la evolución de los afiliados a la Seguridad Social, la confianza del consumidor y las tendencias de gasto seguirán siendo determinantes en la configuración del mercado.

Un año de oportunidades para crecer y consolidar el liderazgo de la industria cárnica

LA ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS DE LA CARNE EN ESPAÑA, ANICE, CONSIDERA EL AÑO 2025 CLAVE PARA EL SECTOR

EL ADELANTADO

Para la Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España, ANICE, este 2025 será un año clave para el sector. Los desafíos, tanto regulatorios como comerciales, exigirán que los productores y exportadores se adapten de manera ágil a un panorama global cada vez más complejo y cambiante, para evitar perder competitividad y posiciones en el ranking mundial de países exportadores que lidera.

Para mantener ese liderazgo, uno de los principales desafíos será la apertura de nuevos mercados y consolidar la penetración en otros de reciente apertura. El sector cuenta con la ventaja que otorga la experiencia, así como su enorme capacidad de adaptación y resiliencia. A ello se suma la excelente imagen que se proyecta fuera de nuestras fronteras por la calidad de los productos que se exportan.

Un binomio que le ha permitido consolidar una presencia internacional destacada a lo largo de los años, exportando actualmente a más de 120 países.

DATOS DE EXPORTACIÓN. En los últimos cinco años — de 2019 a 2024, de enero a noviembre — prácticamente todos los grandes capítulos de las exportaciones han reportado resultados de absoluto liderazgo. Así ha sido en el sector de la carne de porcino,



El sector vacuno también ha cosechado cifras positivas.

EL ADELANTADO

donde las exportaciones en los primeros once meses de 2024 alcanzaron las 2.326.258 toneladas, con un valor de 6.518,5 millones de euros. En comparación con el mismo período del quinquenio de referencia (2019-2024), el crecimiento en valor ha sido del 39,2 %.

También el sector del vacuno ha cosechado cifras positivas. En los primeros once meses del año 2024, suma exportaciones por 251.209 toneladas por un valor de 1.345 millones de euros. Esto significa un crecimiento del 82,5 % de enero a noviembre correspondiente al período 2019-2024.

Crecimiento también para el ovino. Las exportaciones en los primeros once meses de 2024 al-

canzaron en volumen las 47.041 toneladas, con un valor de 348,1 millones de euros. Un + 69,1 % en comparación con el período analizado.

Y finalmente, buenas noticias igualmente para los elaborados. De enero a noviembre de 2024, las exportaciones alcanzaron las 199.685 toneladas, con un valor de 1.623,5 millones de euros. Lo que supone un incremento del 60,9 % respecto al mismo período de los últimos cinco años.

En 2025, el sector continuará trabajando activamente para consolidar estas magnitudes, fortalecer su posición en los mercados globales y afianzar la presencia de empresas españolas en los destinos donde ya operan.



El consumo de carne en el hogar se mantendrá estable en 2025.

FREEPIK

TRES DÉCADAS

El Campo

IMPULSANDO UNA ALIMENTACIÓN SANA, SEGURA Y SOSTENIBLE

HIJOS DE TEODORO MUÑOZ S.L. - Ctra. Segovia 44 - 40297 SANCHONUÑO (Segovia) - www.elcampocontigo.com

España, el país de la Unión Europea con más superficie de producción ecológica

A NIVEL MUNDIAL SOMOS EL PAÍS CON MAYOR SUPERFICIE ECOLÓGICA DE OLIVAR Y VIÑAS, EL TERCERO EN CÍTRICOS Y EL SEXTO EN HORTALIZAS

EL ADELANTADO/EFEAGRO

España saca músculo en producción agrícola ecológica y vuelve a ocupar el primer puesto de la Unión Europea en número de hectáreas tras superar de nuevo a Francia, que le arrebató el primer puesto en 2020. Así lo indica el informe 2025 de Infoam/FIBL sobre la comparativa internacional del sector, que recopila los datos de producción ecológica u orgánica de 188 países.

Los de España corresponden a los difundidos por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en octubre de 2024, que otorgan a los cultivos ecológicos una superficie de 2.991.881 hectáreas en 2023, 316.550 hectáreas más que en 2022 (+11,8 %). Francia desciende al segundo puesto, con 2.767.447 hectáreas, e Italia continúa en tercer lugar, con 2.455.586 hectáreas, según los datos compilados por el Instituto de Investigación de Agricultura Orgánica (FIBL) y la organización Infoam Organics Interna-



La superficie dedicada a la producción orgánica creció un 2,1%. FOTO FREEPIK

tional. A nivel mundial, los datos constatan que España es una potencia en producción ecológica a nivel mundial, ya que ocupa el sexto puesto de una lista encabezada por Australia, India, Argentina, Uruguay y China.

Es, además, la tercera que más creció en 2023, después de Uruguay (+831.287 hectáreas) y China (+522.267 ha). Y es el país del mundo con mayor superficie ecológica de olivar

(292.868 ha) y viñas (166.286 ha) y es el tercero en cítricos (25.775 ha) y el sexto en hortalizas (30.226 ha). Los productos ecológicos más vendidos en el mundo son las bananas, el azúcar y las tortas de soja, que en conjunto suponen el 41 % del valor de las ventas.

Respecto a la superficie del planeta dedicada a la producción orgánica creció un 2,1 % en 2023 respecto al año anterior.

El aguacate, un gran aliado nutricional y para la salud hormonal

EL ADELANTADO

El aguacate sigue ganando terreno en nuestra agricultura, sobre todo por los grandes beneficios de este producto, ya que gracias a su versatilidad única en la cocina y su perfil nutricional excepcional enriquece nuestras recetas y también contribuye al equilibrio hormonal, apoyando la salud reproductiva y fomentando el bienestar general.

Los aguacates pueden contribuir a reducir los procesos inflamatorios y tienen un papel pro-



Un producto cada vez más demandado.

ductor a nivel cardiovascular. También son unos alimentos con un papel muy importante en el equilibrio hormonal y en la prevención de problemas relacionados con las hormonas, ya que los aguacates son ricos en grasas saludables, vitamina E y fitosteroles, compuestos que pueden ayudar a regular nuestros niveles de estrógenos. Por todo ello, los aguacates se han convertido en un producto ideal, versátil y nutritivo para añadir y mejorar cualquier plato como ensaladas y tostadas.

1,4 Mt de aceite de oliva en la campaña 2024-25

EL ADELANTADO

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha actualizado su balance del mercado oleícola del pasado mes de febrero, elevando la previsión inicial de octubre de la producción de aceite de oliva de la actual campaña 2024/25 en torno a un 7% y en unas 10.000 toneladas, hasta un volumen total de 1.380.000 toneladas, lo que supondría un 61,6% y 526.000 toneladas más que la floja campaña pasada —854.000 t—.

En su balance, la oferta disponible en esta campaña suma, además unas 190.389 toneladas de stocks a 1 de octubre, así como una estimación de importaciones de unas 210.000 toneladas. En total, unos recursos de algo más de 1,78 millones de toneladas.

En cuanto a la demanda, eleva esta 1.485.000 toneladas, de las cuales casi un 68% y 990.000 toneladas se destinarían a la exportación y el 32% restante y 495.000 t irían a cubrir las necesidades de consumo interno.

Las existencias finales esperadas para el próximo 30 de septiembre quedarían en unas 295.389 toneladas, un 55,15% y 105.000 t más con las que inicio la presente campaña.

ACEITE DE ORUJO. En cuanto al aceite de orujo de oliva, las previsiones del MAPA son de una producción de 125.000 toneladas, un

9,75% y 11.100 t más que en la campaña precedente 2023/25.

Esta producción partió el pasado 1 de octubre con un stock de 48.200 toneladas, que sumado a unas importaciones estimadas de 75.000 t, darían lugar a una oferta total disponible en la campaña 2024/25 de 248.200 toneladas, apenas un 1,3 y algo más de 3.000 t más que en la campaña anterior.

De esta oferta, unas 129.000 t, prácticamente un 52% del total se destinarían a la exportación y el 48% restante y 63.000 t a atender la demanda de consumo interno, con lo que a 30 de septiembre el stock quedarían en 56.200 toneladas, un 16,5% y 8.000 t más que al inicio de 2024/25.

ACEITUNA DE MESA. Por último, en el balance del mercado oleícola, el MAPA prevé una producción de aceituna de mesa de 532.715 toneladas, un 30,8% y 125.314 t más que en la floja campaña anterior, muy afectada por la sequía.

La campaña de aceituna para entamado se inició el pasado 1 de septiembre con un stock de 272.117 toneladas, casi un 16% y 51.313 t menos que al inicio de la campaña anterior 2023/24. Si se suma esta cantidad a la previsión de importaciones (55.000 t), la oferta disponible en este subsector oleícola llegaría a 859.831 toneladas, que es un 6,4% y 51.780 t más que entonces.



La previsión es más aceite de orujo y de oliva que la campaña anterior. FREEPIK

El Verdejo de Segovia

herrerobodega.com