

INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR Mercacei MAGAZINE

ESPECIAL EXPOLIVA

Especial Expoliva & Jaén

- La oleicultura jiennense en 2022: contexto internacional, nacional y regional
- ¿Cómo venderías el Jaén del siglo XXI al resto del mundo?
- Formación en Jaén: todo lo que necesitas aprender sobre el olivar y el AOVE
 - De tapas y tiendas (de AOVE) por Jaén

La Entrevista

Antonio Gallego Jurado,
director general de Migasa

Encuentros Mercacei

Un escenario inédito en la oleicultura internacional: efectos en el campo, la industria, el consumo y los precios

Agromercacei

- La solución para la sequía en el cultivo del olivo: el Dispositivo Infiltrador
- ¿De verdad necesitamos las nuevas variedades de olivo?



 **HERPASUR SA**
CALDERERÍA INOX

**LA CALIDAD
NUESTRA RAZÓN
DE SER LÍDER**

 **SECOVISA
GRUPO**

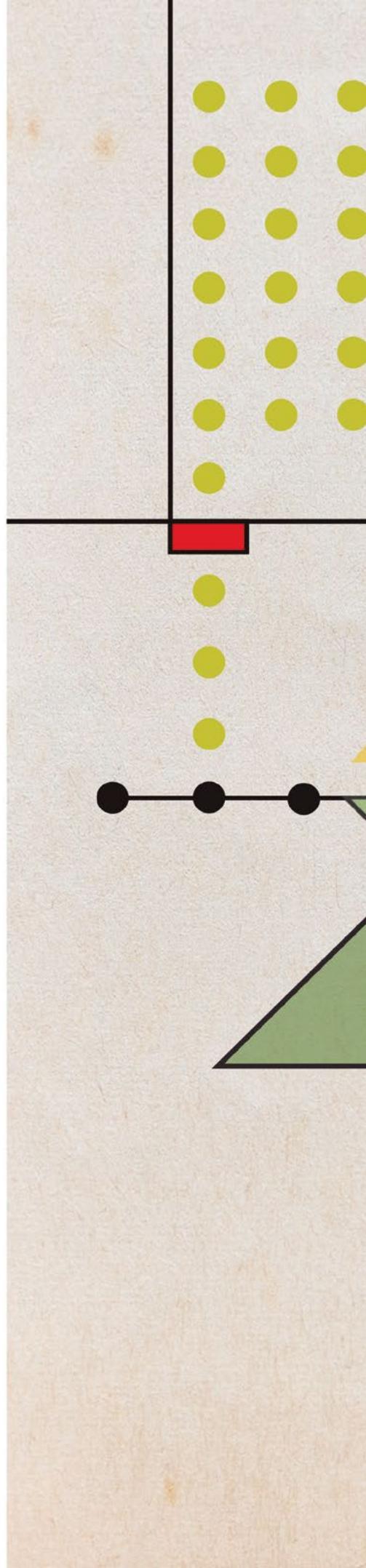
Polígono Industrial El Portal / C. Sudáfrica, Parcela 83 / 11408 Jerez de la Frontera (Cádiz)
Tlf: + 34 956 14 32 71 / Fax: + 34 956 14 36 27
Email: info@herpasur.com / www.herpasur.com

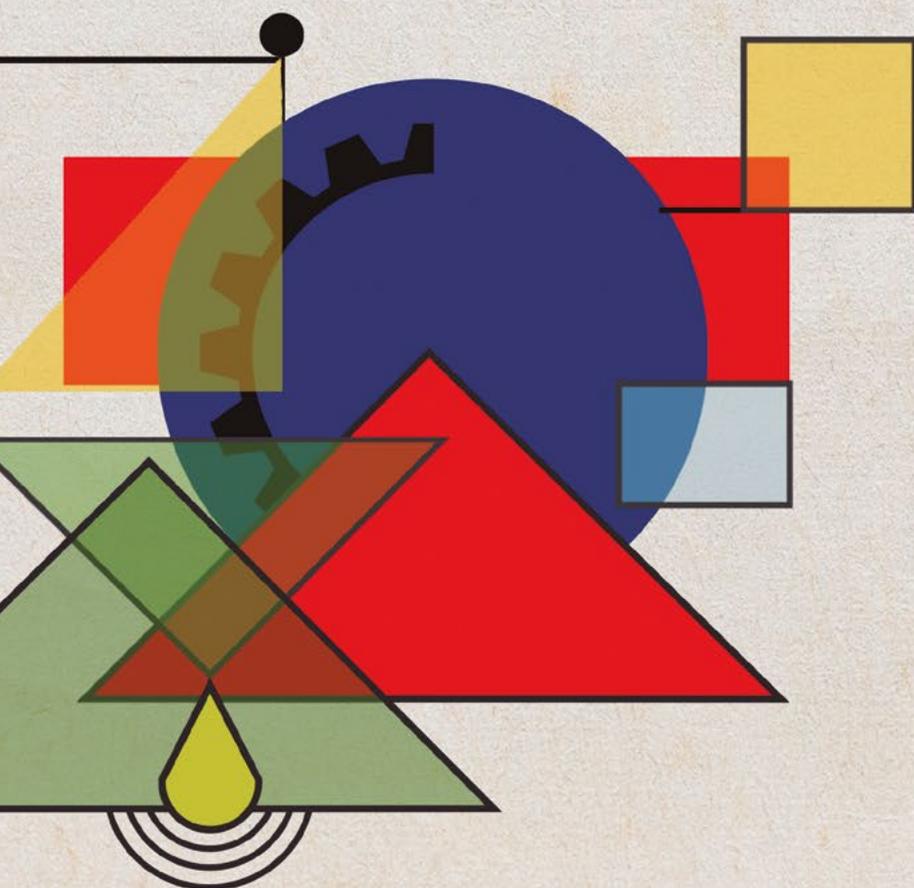




Pol. Ind. Los Olivares
Ronda de los Olivares, 51-53
23009 - J  en - España
+34 953 281 584

www.centrifugacionalemana.com





La extracción
convertida en arte.



**ESPECIALISTAS
EN
ALMAZARAS**



IA

**NOS ENCONTRARÁ EN
EL PABELLÓN INTERIOR**

E- 15-16-17

Fundadora

M. Dolores Peñafiel Fernández

Corresponsales y colaboradores

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

Directora

Pandora Peñamil Peñafiel

Redacción

Alfredo Briega Martín,
Cristina Revenga Palacios
redaccion@mercacei.com

Edita



CEO & Editor

Juan A. Peñamil Alba

Redacción, Administración y Publicidad

Andrés Mellado, 72, Bajo izqda.
28015 MADRID
Tfno.: 915 444 007 • Fax: 915 432 049
www.mercacei.com

Coordinación de Redacción y Publicidad

Estrella de la Lama Alcaide
suscripcion@mercacei.com
publicidad@mercacei.com

Administración

Cristina Álvarez Llorente
admin@mercacei.com

Publicidad

José Manuel Hernández, Natalia de las Heras

Corresponsal Italia

Daniela Capogna

Corresponsal América del Sur

Leonardo Moral

Suscripción

MERCACEI Semanal (46 nºs al año) con
MERCACEI MAGAZINE (Trimestral)
Anual: 236 € (Extranjero: 290 €)

Sólo MERCACEI MAGAZINE (4 nºs)

Anual: 130 € (Extranjero: 150 €)

Maquetación

Primer Paso

Producción

Jomagar

Depósito Legal

M-38185-1994

ISSN

1134-7104

Sumario

4 EDITORIAL

9 ANÁLISIS DE MERCADO

Aceite de oliva • Aceites de semillas oleaginosas • Aceituna de mesa • Estudio comparativo de precios al consumo

16 LA ENTREVISTA

Antonio Gallego Jurado, director general de Migasa: "España ya no es ese país que parecía acomplejado y hoy se ha convertido en el líder mundial indiscutible del aceite de oliva"

24 EL MUNDO DE LAS MARCAS

¿Qué se oculta tras El Mundo de las Marcas? • Novedades y Lanzamientos

34 PROMOCIÓN

Una vuelta al mundo de la mano de los Aceites de Oliva de España

42 LOS ENCUENTROS MERCACEI-EXPOLINA

Un escenario inédito en la olivicultura internacional: efectos en el campo, la industria, el consumo y los precios

52 CALIDAD

La apuesta por la calidad y la valorización de variedades autóctonas llega a las almazaras de Badajoz

72 ESPECIAL EXPOLINA

Entrevista con Eduard Eschrich, doctor y editor de "Aceites de oliva y salud" • Entrevista con José Vico, ingeniero agrónomo y autor de "Cómo gestionar una almazara paso a paso" • La oleicultura jiennense en 2022: contexto internacional, nacional y regional • De tapas por Jaén • ¿Cómo venderías el Jaén del siglo XXI al resto del mundo? • Formación en Jaén: todo lo que necesitas aprender sobre el olivar y el AOVE • De tiendas (de AOVE) por Jaén • Entrevista a Enrique Acisclo Medina, director general de Caja Rural de Jaén, Barcelona y Madrid • Entrevista a M^a Dolores Peña, directora del laboratorio Olivarium • OleotourJaén, único en el mundo • PAG, al servicio de los agricultores y ganaderos de la provincia de Jaén

140 AOVE & CULTURA

Exposición "Oleum", la belleza del olivo a través de sugerentes imágenes

144 INTERNACIONAL

ARTOLIO, la plataforma para el pequeño productor de AOVE

150 OLIVAR ECOLÓGICO

"Informe Anual de la Producción Ecológica en España 2023", de Ecovalia • Biofach y Vivaness

154 AGROMERCACEI

¿De verdad necesitamos las nuevas variedades de olivo? • La solución para la sequía en el cultivo del olivo: el Dispositivo Infiltrador

166 ALMENDRICULTURA

La amenaza de la sequía sobre las plantaciones de almendro en regadío

172 DELICATESSEN

OLI OLA, saboreando el auténtico alma de Puglia

176 SOSTENIBILIDAD

G.O. Subalma: estrategias sostenibles para el sector del olivar

180 SALUD

Estudio de las propiedades en salud del aceite de orujo de oliva

184 ACEITUNA DE MESA

Nuevos procesos de elaboración de aceitunas de mesa para el aprovechamiento integral de sus vertidos

188 ENTREVISTA

Felipe Medina, secretario general técnico de ASEDAS: "Distribuidores y envasadores de aceite deberán colaborar estrechamente para responder a los cambios en las necesidades y demandas de los consumidores"

192 IN MEMORIAM

Adiós a Alfredo Barral, el pionero de los AOVes de pago

194 ACTUALIDAD

World Olive Oil Exhibition (WOOE) • Oleomaq-Oleotec • Agroexpo • Madrid Fusión • Winter Fancy Food Show • Conde de Benalúa impulsa la excelencia del sector del olivar • Presentación del libro "El secreto del cambio. Naciones sobre el olivo y su aceite" • Foodex Japan

234 PUBLICREPORTAJES

Amenduni • IMS Pesaje • TREICO • Pieralisi • AUTELEC Tecnología • Centrifugación Alemana • Verallia • BALAM Agriculture • GEA • JAR • PROCISA • HAUS • ANSOTEC • Prosur • Automatismos ITEA • Talleres Olvesa • Secaderos de la Loma • IMATEC31

296 AGENDA

297 ÍNDICE DE ANUNCIANTES

La extracción convertida en arte.

centrifugación alemana

www.centrifugacionalemana.com



Que llueva, que llueva...

Pandora Peñamil Peñafiel

Nos enfrentamos a las consecuencias de la peor sequía en los últimos 45 años en nuestro país, y el sector no ha tardado en reaccionar. Las organizaciones agrarias aseguran que el campo en general, y el olivar en particular, atraviesan una situación “dramática”. Podían haber empleado cualquier otro término, pero no se habría ajustado tanto a la realidad.

A principios de esta campaña, los productores de aceite de oliva intentaban mirar “*on the bright side of life*”, tal y como tararean los pobres protagonistas de la famosa sátira de los Monty Python, y aseguraban que, a pesar de la merma en la producción, la calidad de la aceituna no debería verse afectada... salvo que continuase la sequía. Y, de cumplirse las últimas previsiones de la Aemet -una primavera seca y con elevadísimas temperaturas-, estos miedos podrían hacerse realidad en la próxima cosecha. Esta es, probablemente, una de las razones por las que los profesionales del sector esperan como agua de mayo -¡nunca hubo un dicho tan acertado como este!- la celebración de una nueva edición de Expoliva, a la que dedicamos buena parte de esta publicación. Comenzamos con un informe de la oleicultura en Jaén -con interesantísimos datos como la presencia y evolución de las empresas jiennenses en los mercados de aceites envasados, tanto en el nacional como en los internacionales-, para poner en valor a la primera región productora del mundo; al que sigue un divertido artículo acerca de los mejores restaurantes para irnos de tapas y de compras -por supuesto de buenos AOVES- por la ciudad que acoge del 10 al 13 de mayo la Feria Internacional del Aceite de Oliva e Industrias Afines. Completan este *Especial* reportajes acerca de las rutas y experiencias de oleoturismo más sorprendentes de Jaén, los centros de formación especializados en olivicultura y elaiotecnia más punteros y un debate a 11 -¡nada más y nada menos!- entre las personalidades más relevantes de la provincia acerca de cómo venderían, desde su perspectiva y ámbito de actuación, el Jaén del siglo XXI al resto del mundo. ¿Alguien da más?

En este número estamos en racha y seguimos derrochando jugosos contenidos como una nueva entrega de *Los Encuentros Mercacei* -patrocinados por Expoliva- celebrados bajo el título “*Un escenario inédito en la olivicultura internacional: efectos en el campo, la industria, el consumo y los precios*” en el que nuestros invitados analizan el escenario inédito en el que nos encontramos y que afecta a toda la cadena de valor motivado por el vertiginoso incremento de costes, la limitación en la disponibilidad de dinero y la subida de los tipos de interés, así como una caída de ingresos en un contexto en el que la mayoría de las compañías están apalancadas a nivel estratégico en el volumen. ¡Un contenido que, sin duda, no va a defraudar! Por estacionalidad volvemos con una sección de *Actualidad* repleta de ferias y eventos del sector: WOOE -no se pierdan las conclusiones de la mesa redonda “*Las mujeres del AOVE toman la palabra*” que moderé en este encuentro-, Winter Fancy Food Show, Oleomaq-Oleotec -celebramos una cata con algunos de los AOVES más singulares del TOP100 de EVOOLEUM-, Agroexpo, Madrid Fusión o Foodex Japan, entre otras.

En *Agromercacei* nos adentramos en la carrera de fondo de las nuevas variedades de olivo de la mano de los expertos de Agromillora; y seguimos buscando soluciones para la sequía en este cultivo con el innovador dispositivo infiltrador.

La Entrevista de este número está dedicada a Antonio Gallego Jurado, director general de Migasa, que derrocha optimismo y asegura que “España ya no es ese país que parecía acomplejado y hoy se ha convertido en el líder mundial indiscutible del aceite de oliva”.

Con este *mantra* podemos ir con la cabeza bien alta y seguir trabajando, como hemos hecho hasta la fecha, para vernos y seguir celebrando los éxitos en los eventos y ferias del sector. Nosotros os esperamos, una edición más, en nuestro stand de Expoliva -ya sabéis, en la esquina de la salida a la cafetería exterior- y en el Salón Expoliva Virgen Extra, donde también tendremos una importante participación. ¡Hasta pronto y sigamos cantando “*que llueva, que llueva... la virgen de la cueva*”! 🍷

El nuevo estándar para seguridad alimentaria: SCHÜTZ FOODCERT.

Con certificación de
idoneidad alimentaria
conforme a FSSC 22000



BAUCH & MÜLLER WERBEGENTUR



4 - 10 DE MAYO 2023
DÜSSELDORF
PABELLÓN 10
ESTAND D22 | E34

Descubra el nuevo plus de seguridad para sus alimentos, materias primas y concentrados alimentarios líquidos. La industria alimentaria exige continuamente cada vez más requisitos a los envases. Por eso, concentrarse en la certificación de materiales –p. ej. conforme a la FDA– se ha vuelto con el tiempo totalmente insuficiente. El estándar FOODCERT de SCHÜTZ garantiza más allá del material una completa seguridad del producto y de los procesos, con lo que cumple con creces los actuales requisitos de seguridad de la industria alimentaria en toda la cadena de suministro.

¿Desea saber más acerca de SCHÜTZ FOODCERT? ¡Contacte con nosotros!



SCHÜTZ Ibérica, S.L.
Autovía A7, km 1148,4
Polígono Camí Mas de Ramon
ES-43480 Vila-seca (Tarragona)
Tel.: +34 977 39 10 23
info1spain@schuetz.net
www.schuetz.net/iberica



www.treico.com



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.



FÁBRICA
Ctra. a-318 Km 20
14500 Puente Genil (Córdoba)
Tel. 957600150
cintas_treico@treico.com

MADRID
c/Sagunto, 11 Local Derecha
28010 Madrid (Madrid)
Tel. 914488172
treico@treico.com



TREICO MEDIOAMBIENTE
c/Barrio Socobio, 36 A
39660 Castañeda (Cantabria)
Tel. 942598373
treico_medioambiente@treico.com

Granàliva[®]

ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification



TREiCO[®]

PREMIUM



REMASA

LIMPIADORAS Y LAVADORAS DE ACEITUNA
DE GRAN CAPACIDAD



VIRGEN EXTRA. ASÍ SOMOS. HECHO EN ESPAÑA

La calidad es importante. Mejorando cada día. 40 AÑOS JUNTOS. 1983-2023. 40 YEARS TOGETHER. Quality is important. Improving every day

Dosificadores Volumétricos para talco y cualquier otro producto pulverulento.

La ayuda que necesitas para sacar todo lo bueno de tu tierra.

Nuestros clientes, los mejores fabricantes de aceite de oliva virgen extra del mundo.



- FÁBRICA DE MAQUINARIA -
- MACHINERY FACTORY -

DOSIFICADORES[®]
garcía fernández

www.dosificadoresgf.com • clientes@dosificadoresgf.com • export@dosificadoresgf.com
T. (+00 34) 952 411 670 • Alhaurín de la Torre (MÁLAGA) • ESPAÑA

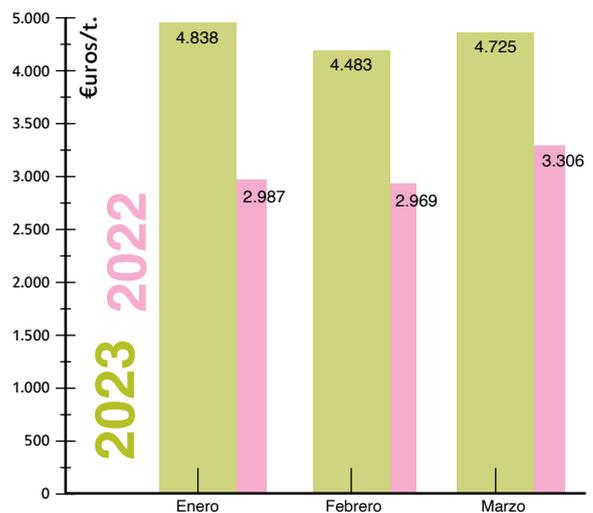


Apatía en los mercados ante la ausencia de oferta y demanda

- **Aceite de oliva:** Algo de estabilidad tras los desorbitados incrementos de precios del trimestre anterior.
- **Aceite de orujo:** Calma en los mercados y corrección en todas las cotizaciones.
- **Aceite de semillas oleaginosas:** Continúan las pronunciadas caídas de precios.
- **Aceites y grasas para uso industrial:** Escaso movimiento en los mercados ante la ausencia de oferta.

Aceite de Oliva Lampante, base 1º

Precios ponderados



Aceite de oliva

Algo de estabilidad tras los desorbitados incrementos de precios del trimestre anterior. Comenzaba el año y se notaban los días festivos, ya que los mercados se veían afectados por la ausencia de operatividad y la calma absoluta en cuanto a las cotizaciones. Así, la mirada se detenía en los mercados exteriores, donde había mayor oferta y mejores precios, mientras las plazas nacionales colgaban el cartel de “cerrado por vacaciones”. Los esperados datos de producción y salidas de diciembre confirmaban los peores pronósticos: “la comercialización de casi 82.520 toneladas de aceite de oliva -incluyendo las importaciones- y la producción de 232.391 t. en diciembre demuestran que estamos ante la peor campaña del siglo”, sentenciaba UPA-Andalucía. Ante esta noticia, los mercados se mostraban a la expectativa y con precios meramente orientativos, con el lampante a

4.850/4.900 euros/t.; el virgen y el refinado, a 5.000 euros/t.; y el virgen extra, a 5.200/5.400 euros/t.

A principios de febrero los mercados colgaban otro cartel, en este caso el de “sin operaciones” debido a la ausencia total de movimiento. La oferta pretendía otros precios a los actuales y el envasador no conseguía vender tampoco a esos niveles. Esta situación provocaba un tira y afloja que dejaba unas semanas insulsas, con las principales provincias productoras sin mostrar cotizaciones y marcadas por la pesadez de los mercados. Se acentuaba el creciente interés por que tanto la distribución como los consumidores asumiesen los precios que se encontraban en el lineal que, en muchos casos, doblaban los niveles del año anterior, por esas mismas fechas.

Todo ello en un contexto en el que no había rastro del comprador italiano, que acudía a países como Grecia o Turquía, con precios más asequibles, a pesar de que

las cotizaciones nacionales cedían con respecto a las mostradas a final de año. En este sentido, el lampante cotizaba a 4.400 euros/t.; el virgen, a 4.600/4.800 euros/t.; el virgen extra, a 5.200/5.400 euros/t.; y el refinado, a 4.600 euros/t.

A finales del trimestre, la celebración de la World Olive Oil Exhibition (WOOE) -que reunía en Madrid los días 7 y 8 de marzo a los principales operadores del sector-, junto a la inminente salida de los datos provisionales de campaña, favorecían la situación de parálisis en la que se encontraba sumido el mercado. Esta ausencia de operatividad mantenía prácticamente todos los precios a los mismos niveles que en las semanas precedentes, si bien en algunas regiones cedían ligeramente. Con un ligero repunte en las cotizaciones de las calidades inferiores, el lampante finalizaba el trimestre cotizando a 4.750 euros/t.; el virgen, a 4.850/4.950 euros/t.; el refinado, a 4.800/4.850 euros/t.; y el virgen extra, a 5.200/5.500 euros/t.

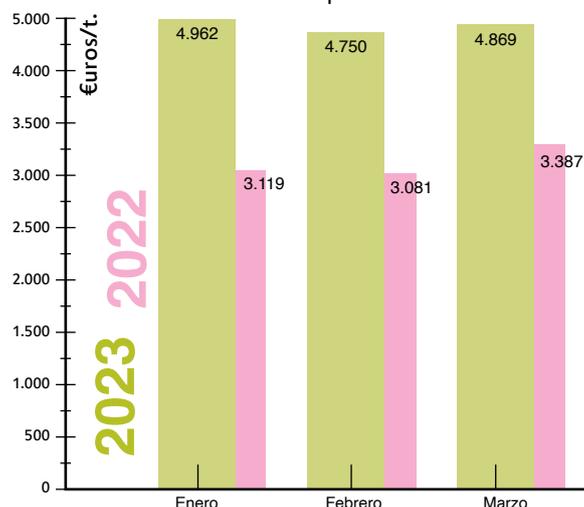


ACEITE DE OLIVA - Primer trimestre de 2023 (euros/t.)

		1ª sem. Ene.	4ª sem. Mar.
ANDALUCÍA			
JAÉN	Lampante, base 1º	5.000	4.700
	Virgen	5.100	4.800/4.900
	Virgen extra	5.150/5.300	5.200/5.500
	Refinado	5.050	4.800
CÓRDOBA			
CÓRDOBA	Lampante, base 1º	5.000	4.700
	Virgen	5.100/5.150	4.850/4.900
	Virgen extra	5.200/5.250	5.150/5.500
	Refinado	5.150	4.750/4.800
SEVILLA			
SEVILLA	Lampante, base 1º	Sin oper.	4.700
	Virgen	5.100	5.000/5.100
	Virgen extra	5.200/5.500	5.350/5.750
	Refinado	Sin oper.	4.800
GRANADA			
GRANADA	Lampante, base 1º	5.000	4.700
	Virgen	5.100	4.800/4.900
MÁLAGA			
MÁLAGA	Lampante, base 1º	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra	Sin oper.	Sin oper.
CATALUÑA			
LÉRIDA	Virgen extra (DOP Garrigues)	5.400/5.500	5.500
TARRAGONA	Virgen extra (DOP Siurana)	5.400/5.500	5.500
CASTILLA-LA MANCHA			
TOLEDO	Virgen	5.000/5.100	4.900/5.200
	Virgen extra	5.250/5.300	5.200/5.600
COMUNIDAD VALENCIANA			
ALICANTE	Lampante, base 1º	5.000	4.700
	Virgen	5.100	4.900
	Virgen extra	5.200	5.150
	Refinado	5.100	4.750
EXTREMADURA			
BADAJOZ	Lampante, base 1º	4.950/5.000	4.600/4.700
	Virgen	5.050/5.100	4.900/5.000
	Virgen extra	5.200/5.500	5.200/5.600

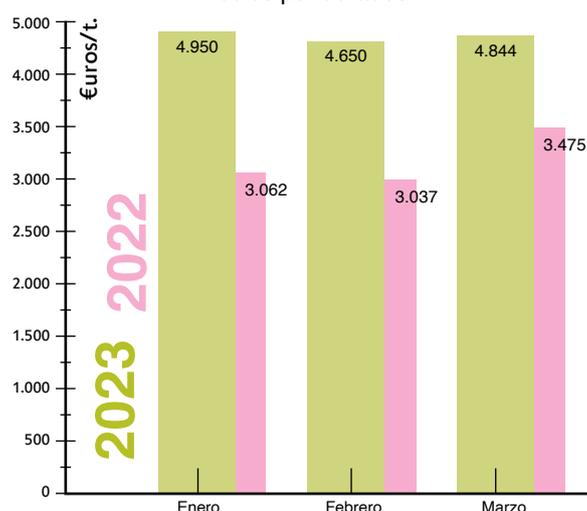
Aceite de Oliva virgen

Precios ponderados



Aceite de Oliva refinado

Precios ponderados



Aceite de orujo

Calma en los mercados y corrección en todas las cotizaciones. Una vez superado el desabastecimiento provocado por la guerra entre Ucrania y Rusia, los precios volvían a estabilizarse con ligerísimas caídas. En este sentido, el refinado se ofertaba en marzo a 2.950/3.000 euros/t., habiendo cotizado en enero a 3.050 euros/t. El refinable, por su parte, descendía hasta situarse a 2.150/2.200 euros/t. a finales de marzo tras haber cotizado a 2.200/2.250 euros/t. tres meses antes.

Aceite de semillas oleaginosas

Continúan las pronunciadas caídas de precios. Los precios de los aceites de semillas permanecieron en caída libre durante el primer trimestre del año con marcados descensos,

ACEITE DE ORUJO Primer trimestre de 2023 (euros/t.)

		1ª sem. Ene.	4ª sem. Mar.
ANDALUCÍA			
	Refinable, base 10º	2.200/2.250	2.150/2.200
	Refinado, winterizado, a granel, sobre origen	3.050	2.950/3.000

ACEITES DE SEMILLAS - Primer trimestre de 2023 (euros/t.)

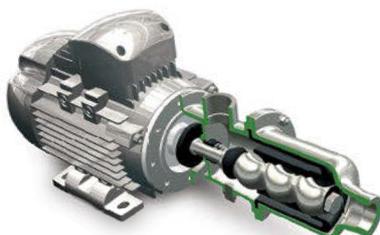
		1ª sem. Ene.	4ª sem. Mar.
ANDALUCÍA			
ACEITE DE GIRASOL (Sobre origen a granel)			
	Crudo	Sin oper.	Sin oper.
	Refinado	1.500	1.200
ACEITE DE SOJA (Sobre origen cisternas)			
	Crudo	1.450	1.180
	Refinado	1.500	1.220
ACEITE DE SEMILLAS Refinado			
		1.500	1.200

Bombas TecamySer®



Bombas TecamySer® IBER

Inyección de Masa de Aceituna



Bombas TecamySer® HIDRA

AOVE, tamices, centrífuga



Bombas TecamySer® sobre carretilla

Trasiegos en bodegas



Estatores TecamySer®

- ✓ Normas Alemanas LFGB y BRF
- ✓ Migración testada
- ✓ Regulación (CE) nº 1935/2004
- ✓ Buenas prácticas de fabricación
- ✓ Regulación (CE) N° 2023/2006
- ✓ Características Organolépticas

Rotores TecamySer®

- ✓ Materiales de fabricación: AISI304L, AISI316L, Dúplex
- ✓ Recubrimientos Alimentarios: cerámico y cromado



STOCK PARA ENTREGA INMEDIATA
ESTATORES | ROTORES | BOMBAS PARA MASA Y ACEITE





Campaña 2022/23

Informe de la CE: baja producción, precios altos y descenso del consumo

La Comisión Europea (CE) ha publicado su último informe sobre perspectivas agrícolas en la Unión Europea (UE) en el que destaca la baja producción de aceite de oliva de esta campaña, los precios históricamente elevados y la previsión de un descenso del consumo. En su informe, el Ejecutivo comunitario ha señalado que las primeras estimaciones de una cosecha récord a la baja debido a las condiciones climáticas -calor y sequía- se confirman, por lo que la producción podría alcanzar sólo 1,4 millones de toneladas (-39% interanual). Esto se debe, a su juicio, a los menores rendimientos de la aceituna (2,53 t./ha. en 2021 y 1,67 t./ha. en 2022).

Entre los principales países productores de la UE, sólo Grecia registró un aumento de producción (+42%), que no ha compensado los descensos de otros países productores. En Italia y Portugal se ha registrado cierta disminución atribuida a la alternancia de producción, mientras que España fue el país que más sufrió por la falta de lluvias durante la floración y la consiguiente disponibilidad de agua para riego.

En España, según sus datos, el precio medio del aceite de oliva virgen extra se ha situado un 85% por encima de la media de los últimos cinco años a finales del mes de febrero (más de 520 euros/100 kg.), mientras que en el caso del lampante ha sido un 90% superior (470 euros/100 kg.).

como el del aceite de girasol refinado, que cedió hasta los 1.200 euros/t., tras haber cotizado a 1.500 euros/t. en enero. El aceite de soja sufrió el mismo destino con bruscas caídas cercanas al 18% en el precio del refinado -pasó de los 1.500 euros/t. a los 1.220 euros/t. en tres meses- y del crudo -en enero cotizaba a 1.450 euros/t. y finalizó el trimestre a 1.220 euros/t.-.

MERCADO INTERNACIONAL - Primer trimestre de 2023

(Euros/kg.)

ITALIA

1º sem. Ene. 4º sem. Mar.

SUR DE PUGLIA & CALABRIA	
ACEITE DE OLIVA virgen extra	6,00/6,10
ACEITE DE OLIVA refinado	5,00
ACEITE DE ORUJO refinado	3,15
ACEITE DE GIRASOL refinado	1,51
ACEITE DE MAÍZ refinado	2,30
ACEITE DE SOJA refinado	1,58
ACEITE DE CACAHUETE refinado	2,58
NORTE DE PUGLIA & CALABRIA	
ACEITE DE OLIVA virgen extra	6,10
ACEITE DE OLIVA virgen	s/c
ACEITE DE OLIVA refinado	4,35/4,40

TÚNEZ

ACEITE DE OLIVA virgen extra 4,90/5,10 5,05/5,20

MARRUECOS

ACEITE DE OLIVA virgen extra 6,50/7,50 5,80/6,20

TURQUÍA

ACEITE DE OLIVA refinado 4,70/4,80 4,50/4,60

GRECIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra 5,15/5,25 5,05/5,20

ACEITES Y GRASAS INDUSTRIALES (euros/t.)

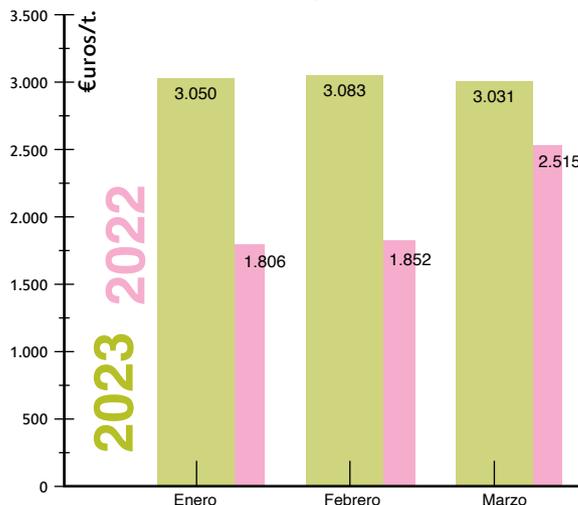
Primer trimestre de 2023

1ª sem. Ene. 4ª sem. Mar.

Sebo fundido	s/c	s/c
Sebo fundido, Extra-fancy	s/c	s/c
Sebo fundido, Fancy	s/c	s/c
Aceite de coco	2.400	1.670
Aceite de linaza	s/c	s/c
Aceite de madera	4.020	3.080
Aceite de ricino	s/c	984
Aceite de pata de buey	s/c	s/c
Aceite de pescado tipo hígado de bacalao	3.150	5.170
Glicerina bidestilada	s/c	s/c

Aceite de Orujo refinado

Precios ponderados



Aceite de Girasol refinado

Precios ponderados



Aceites y grasas para uso industrial

Escaso movimiento en los mercados ante la ausencia de oferta. Una vez más, y debido al desabastecimiento mundial de materias primas, sólo mostraban cotización algunas grasas como el aceite de coco, el aceite de pescado o el de madera; descendiendo el primero (-30%) y el segundo (-23%) e incrementándose bruscamente el tercero (+64%). Cabe destacar la presencia del aceite de ricino, que volvió a cotizar en el mercado a 984 euros/t. tras meses en blanco.

Las cooperativas andaluzas reclaman al Gobierno una hoja de ruta para velar por la competitividad de la aceituna de mesa

Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía ha solicitado al ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, su colaboración para garantizar la sostenibilidad económica de la aceituna de mesa. Según esta organización, la caída de un 36% de la producción como consecuencia de la sequía y la ausencia de una red hídrica eficiente, junto al impacto del incremento de los costes de producción a raíz de la guerra en Ucrania, ha restado rentabilidad a los aceituneros andaluces. Este sector, según ha señalado, sigue trabajando paralelamente para recuperar su posición en el mercado estadounidense, todavía resentido por los efectos de los aranceles a la aceituna negra, impuestos en el año 2017; así como para ganar nuevas plazas y afrontar los retos medioambientales y sociales. Por ello, ante el riesgo de seguir perdiendo competitividad, el presidente de Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía, Juan Rafael Leal, y el presidente del Consejo Sectorial de Aceituna de Mesa de la Federación, Gabriel Cabello, han solicitado a Luis Planas diseñar conjuntamente una hoja de ruta para fortalecer un cultivo estratégico para Andalucía por su valor económico y social.

En concreto, la organización ha propuesto a Luis Planas varios ejes de trabajo: reforzar la estrategia hídrica, impulsar medidas fiscales para aliviar la inflación en el campo y la industria e incrementar el presupuesto de promoción en el exterior.



SIERRA
PRIETA

Arbequina

SIERRA
PRIETA

ACEITE DE OLIVA
VIRGEN EXTRA
EXTRA VIRGIN OLIVE OIL



Producto de España
Product of Spain

A BRAND THAT HAS REVOLUTIONIZED
THE WORLD OF EVOO

COLIVAL
S.C.O. de Valdepeñas

T. +34 926 320 055 | www.colival.com | info@colival.com

COLIVAL

S.C.O. de Valdepeñas

T. +34 926 320 055 | www.colival.com | info@colival.com

*Valden
vero*





Estudio comparativo de los precios al consumo de aceites en el trimestre (Enero/Marzo 2023)

Aceite de oliva virgen extra

ENVASES	Ene. 2023	Mar. 2023	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Lata 5 l.	36,4	34,9	-1,5	-5,4
Envase 5 l.	32,1	31,9	-0,2	-0,6
Lata 3 l.	20,2	20,8	0,6	2,9
Botella 1 l.	7,4	7,2	-0,2	-2,7
Cristal 3/4 l.	8,0	7,9	-0,1	-1,2

El presente estudio se ha realizado comparando el precio de venta al público de los diferentes aceites en establecimientos de Madrid. Para ello, se ha realizado un control de precios en grandes superficies, supermercados y pequeños comercios de esta ciudad. Una vez obtenidas las cotizaciones de las diferentes clases de aceites, se ha realizado una media ponderada de los mismos. A continuación, se compara el precio medio de los diferentes aceites durante la primera semana de enero de 2023 y la cuarta semana de marzo del mismo año. Los resultados obtenidos aparecen reflejados en los cuadros adjuntos. Seguidamente, se pueden observar las diferentes tendencias entre los movimientos de precios de los aceites de oliva vírgenes extra, así como los del aceite de oliva, orujo y girasol.

Aceite de oliva

ENVASES	Ene. 2023	Mar. 2023	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Lata 5 l.	29,9	30,3	0,4	1,3
Envase 5 l.	25,3	27,2	1,9	7,5
Envase 3 l.	15,3	17,8	2,5	16,3
Botella 1 l.	6,2	6,8	0,6	9,6

Aceite de oliva virgen extra

Tras los notables incrementos experimentados durante todo el año 2022, por fin la estabilidad dominó las cotizaciones del primer trimestre de 2023. Así, la lata de 5 l. sufrió un descenso del 5% hasta cotizar a 34,9 euros; mientras que la botella de 1 l. cayó un 2,7% hasta los 7,2 euros; y el cristal de 3/4 hizo lo propio cediendo un 1,2% hasta los 7,9 euros. Por el contrario, aumentó la lata de 3 l. (2,9%), mientras que el envase de 5 l. se mantuvo prácticamente en los mismos niveles (-0,6%) de los meses anteriores.

Aceite de orujo de oliva

ENVASES	Ene. 2023	Mar. 2023	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Envase 5 l.	19,7	19,5	-0,2	-1,0
Botella 1 l.	3,8	3,7	-0,1	-2,6

Aceite de oliva

Los precios del aceite de oliva siguieron sin tocar techo y volvieron a experimentar incrementos desorbitados. Si bien el envase de 3 l. se encareció un más que notable 16,3%, estableciéndose en 17,8 euros, la botella de 1 l. sufrió un incremento del 9,6%, hasta los 6,8 euros; y el envase de 5 l., de un 7,5%, alcanzando los 27,2 euros. Menos pronunciado fue el incremento de la lata de 5 l. (+1,3%), que finalizó el trimestre a 30,3 euros.

Aceite de orujo de oliva

Después de unos meses cotizando al alza, los precios del orujo se enfrentaron a ligeros descensos. Si bien el precio de la botella de 1 l. cayó un 2,6% en el último trimestre hasta situarse a 3,7 euros; el envase de 5 l. siguió la misma tendencia con una caída del 1%, hasta los 19,5 euros.

Aceite de girasol refinado

ENVASES	Ene. 2023	Mar. 2023	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Envase 5 l.	18,5	18,9	0,4	2,1
Botella 1 l.	3,6	3,7	0,1	2,7

Aceite de girasol refinado

Se mantuvieron los incrementos en el precio del girasol, con una botella de 1 l. que se encareció un 2,7% hasta los 3,7 euros y un envase de 5 l. que rondaba los 18,9 euros tras alzarse un 2,1%.

* Las medias incluyen también los aceites de orujo enriquecidos.

* Las medias incluyen también los aceites de girasol enriquecidos.



“España ya no es ese país que parecía acomplejado y hoy se ha convertido en el líder mundial indiscutible del aceite de oliva”



Antonio Gallego Jurado

Director General de Migasa

Migasa es la primera empresa agroalimentaria de Andalucía por volumen de facturación y el principal exportador de aceite de España, con presencia global en más de 120 países. Este grupo agroalimentario, con sede principal en Dos Hermanas (Sevilla), fue fundado por Miguel Gallego Núñez recogiendo la tradición familiar del comercio de aceites que se remonta a principios del siglo pasado. En la actualidad, comercializa en torno al 10% de la cuota mundial de aceites de oliva, siendo también relevante en otras gamas de producto. Desde sus orígenes, la compañía mantiene el mismo espíritu competitivo y dinámico, sin perder sus señas de identidad como empresa familiar. De ello hablamos con su director general, Antonio Gallego Jurado, con quien repasamos, a su vez, la situación actual del mercado del aceite de oliva y cómo se ha adaptado su compañía a estos tiempos inciertos.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

Migasa es la primera empresa agroalimentaria de Andalucía por volumen de facturación y el principal exportador de aceite de España, con presencia global en más de 120 países. ¿Cuál es la clave de este éxito? Migasa es un grupo agroalimentario andaluz de origen familiar con 90 años de historia que empezó desde cero, con el impulso emprendedor y la determinación de mi padre, Miguel Gallego Núñez.

A lo largo de nuestra historia, hemos apostado por la profesionalización, la innovación, el compromiso y la excelencia, y por preguntarnos todos los días qué podemos hacer mejor y cómo vamos a hacerlo.

Desde hace años, la estrategia de Migasa está dirigida a generar un mayor valor a todos los agentes que intervienen en la cadena de nuestro negocio: desde los agricultores a los consumidores, pasando por sus clientes y distribuidores.

En este proceso, hemos apostado por cuidar las materias primas y a las personas que las generan, las más de 80.000 familias de agricultores que confían en nosotros, para generar un negocio sostenible en todos los sentidos: la propia rentabilidad de su trabajo y el cuidado del entorno que lo posibilita.

Para ello, hace más de 30 años que empezamos a buscar nuevos mercados que nos permitieran crecer y generar ese valor. Hoy somos la principal compañía exportadora de aceites del mundo

y prácticamente el 50% de nuestro negocio está basado en mercados internacionales, estando presentes en más de 120 países de los cinco continentes.

Nuestro compromiso con agricultores, proveedores, distribuidores, clientes y consumidores, la visión a largo plazo como empresa familiar y el cuidado de las personas y el entorno, son las claves que nos han traído hasta aquí.

El Grupo ha crecido dentro del sector construyendo industrias y adquiriendo empresas. ¿Qué persigue la compañía con este tipo de operaciones?

Desde sus inicios, Migasa ha estado muy unida al agricultor y al sector productor olivarero y siempre ha buscado nuevas oportunidades de crecimiento, incorporando nuevas marcas a su entorno o poniendo en marcha alianzas estratégicas con otras empresas familiares o cooperativas. Buscamos diversificar y crecer para poder generar y desarrollar las oportunidades de un mercado cada vez más globalizado y competitivo en el que los aceites españoles son cada vez mejor valorados.

Para nosotros es muy importante que las marcas que se incorporen a nuestro entorno sigan manteniendo su esencia y las características que las hacen únicas y relevantes para sus mercados y consumidores. Nuestro objetivo es contribuir a que se hagan más grandes aportando diversos recursos y estructuras.

Migasa realiza un alto volumen de transacciones comerciales y compras de diferentes tipos de aceite. ¿Existen tanto en España como a nivel internacional mecanismos o herramientas adecuadas para realizar estas transacciones?

Afortunadamente, el mundo ha avanzado mucho. Cuando Migasa empezó a abrir nuevos mercados para el aceite era complejo. Poco a poco, la globalización ha permitido que se mejoren estos mecanismos y herramientas y pensamos que es muy positiva la velocidad a la que los mercados y organismos han implementado estas herramientas para que las transacciones internacionales funcionen bien.

Aunque, sin duda, hay cosas que mejorar, se ha avanzado mucho y podemos decir que el escenario actual garantiza la seguridad y fiabilidad de las operaciones internacionales, algo muy positivo para todos los que nos dedicamos a este sector.

¿Cómo definiría la actual situación del mercado de aceite de oliva? ¿Qué está pasando con los precios de los aceites de oliva?

Estamos en un año de mucha incertidumbre y muy marcado por las condiciones climáticas. En el aceite, nos enfrentamos a estas situaciones de forma cíclica y si algo hemos aprendido en base a la experiencia es que en años como este, los que formamos parte de este sector tenemos que poner lo me-



mejor de nosotros mismos para que las subidas afecten lo menos posible al consumo de aceite de oliva. Aunque en nuestro país tenemos una fuerte cultura del aceite, un descenso del consumo tiene un impacto a corto y largo plazo. De ahí la importancia de esforzarnos más y mejor por buscar soluciones, herramientas e implementar medidas que nos ayuden a mejorar nuestra productividad, la eficacia y eficiencia de los procesos y repercutir el ahorro que buscamos en todos los departamentos de la empresa en el precio final.

Desde Migasa trabajamos desde hace años y de forma permanente en la mejora de nuestros procesos y operaciones, en la eficiencia de nuestros equipos y departamentos, para que en momentos como éste el aceite de oliva siga siendo competitivo con la mejor calidad.

Primero la pandemia, posteriormente la guerra en Ucrania, el incremento de los costes de producción y de materias primas... ¿Cómo se ha ido adaptando Migasa a estas difíciles situaciones?

Empresas como la nuestra -que son familiares, tan pegadas a la tierra y al trabajo de los agricultores- tenemos en el ADN la capacidad de adaptación, la cultura del esfuerzo y una visión a lar-

[“En años como este, los que formamos parte de este sector tenemos que poner lo mejor de nosotros mismos para que las subidas afecten lo menos posible al consumo de aceite de oliva”]

go plazo que nos permite disponer de perspectiva y saber que para perdurar hay que evolucionar, innovando y mejorando procesos y productos con el fin de dar respuesta a nuevas necesidades y situaciones.

Para ello, hemos apostado por cuidar las materias primas y a las personas que las generan para consolidar un negocio sostenible en todos los sentidos. Esa ha sido y seguirá siendo nuestra hoja de ruta, que nos permite evolucionar con los cambios de los mercados sin perder nuestros valores y, lo más valioso, a las personas que forman parte de nuestros equipos y que con su talento y trabajo hacen posible el día a día de Migasa.

¿Cómo valora la evolución del aceite de oliva español en el exterior y cómo se puede afianzar su liderazgo?

El aceite de oliva tiene un reconocimiento cada vez mayor como producto saludable y de altísima calidad en todo el mundo. Por ello, cada vez más países conocen el producto y se interesan por él. Esto está repercutiendo en un incremento del consumo a nivel mundial que beneficia y beneficiará al conjunto del sector. La apuesta por la promoción del aceite de oliva, que estamos haciendo tanto el sector privado como el público, es clave para favorecer este crecimiento y ayuda a que seamos optimistas, ya que afianza ese liderazgo.

En Migasa seguiremos trabajando por el desarrollo del sector del olivar y apoyando a nuestros agricultores, ayudando a visibilizar el valor de su trabajo y del producto. Uno de los proyectos que hemos puesto en marcha con este fin es “Olivar Tradicional”. Se trata de un sello con el que queremos dar valor a los agricultores que trabajan en campos de olivos que, por sus características -como la inclinación del terreno que impide el uso de maquinaria-, implican unos mayores costes de producción, pero producen aceites muy diferenciados del resto y con un valor añadido. Todo ello a la vez que garantizamos un precio justo para los agricultores. El objetivo último es preservar un modo de vida y una forma de trabajar la tierra que permite obtener una materia prima de altísima calidad y que redunda en el



*Más de 80.000 familias de agricultores
confiándonos su trabajo.*

migasa.com



beneficio de la salud de las personas y del planeta.

Además de este proyecto, estamos trabajando en otras iniciativas con las que queremos acercar el valor del aceite de oliva como ingrediente principal de muchos productos a los consumidores del siglo XXI.

Es parte de nuestra apuesta por la calidad y la mejora continua, así como por la promoción del aceite de oliva y nuestro compromiso con agricultores, distribuidores y consumidores.

¿Considera que el mercado internacional tiene la percepción de que España lidera el sector del aceite de oliva o sigue siendo Italia la que nos lleva la delantera?

Desde mi percepción, creo que internacionalmente se reconoce ya a España y a los aceites españoles como productos de alta calidad.

En las últimas décadas, el sector ha cambiado a mejor, ha crecido la unión entre los actores del mercado, donde todos tenemos claro que lo único que importa es vender más aceite de oliva y a mejor precio.

El mercado mundial de aceites es enorme y hay sitio para todos. El aceite de oliva es aún un pequeño porcentaje y en España ya tenemos claro que juntos tenemos mucho margen de crecimiento.

Creo que, afortunadamente, España ya no es ese país que parecía “acomplejado” respecto a otros países productores y hoy se ha convertido en el líder mundial indiscutible del aceite de oliva.

Y cuando hablo de España me refiero a nuestras empresas aceiteras y a sus agricultores. Las empresas españolas se han convertido en la punta de lanza del sector en el ámbito mundial y los agricultores y almazaras están produciendo a un nivel de calidad difícil de igualar.

Somos líderes en exportación a granel pero todavía tenemos pendiente la tarea de las ventas al exterior del envasado en algunos países clave. ¿Cómo se pueden potenciar aún más estas ventas?

La propia marca España es un activo muy importante para la venta de marcas

[“Las empresas españolas se han convertido en la punta de lanza del sector en el ámbito mundial y los agricultores y almazaras están produciendo a un nivel de calidad difícil de igualar”]

españolas, especialmente en el sector agroalimentario.

Estamos viendo cómo hay una clara conciencia respecto a la necesidad de invertir más en promoción de nuestros productos, de nuestra gastronomía y de nuestros aceites. Sin duda, todo suma para generar una percepción de valor

del origen de un producto tan identificado con nuestro país.

En el caso de Migasa, combinamos granel y aceite envasado en nuestras exportaciones en una ratio aproximada del 50% y 50%. Esto no sería posible sin unos acuerdos labrados durante años con socios en el exterior o alianzas con importadores y distribuidores que se han cuajado a lo largo del tiempo.

Hoy somos líderes marquisitas en muchos países, especialmente en los nuevos mercados que ha abierto el aceite español, destacando los países asiáticos y Oriente Medio. Esto se ha conseguido a través de un conocimiento muy profundo de los mercados y el gusto de sus consumidores, apoyados por una gran promoción realizada por todo el sector que ha hecho crecer el consumo en estos países.

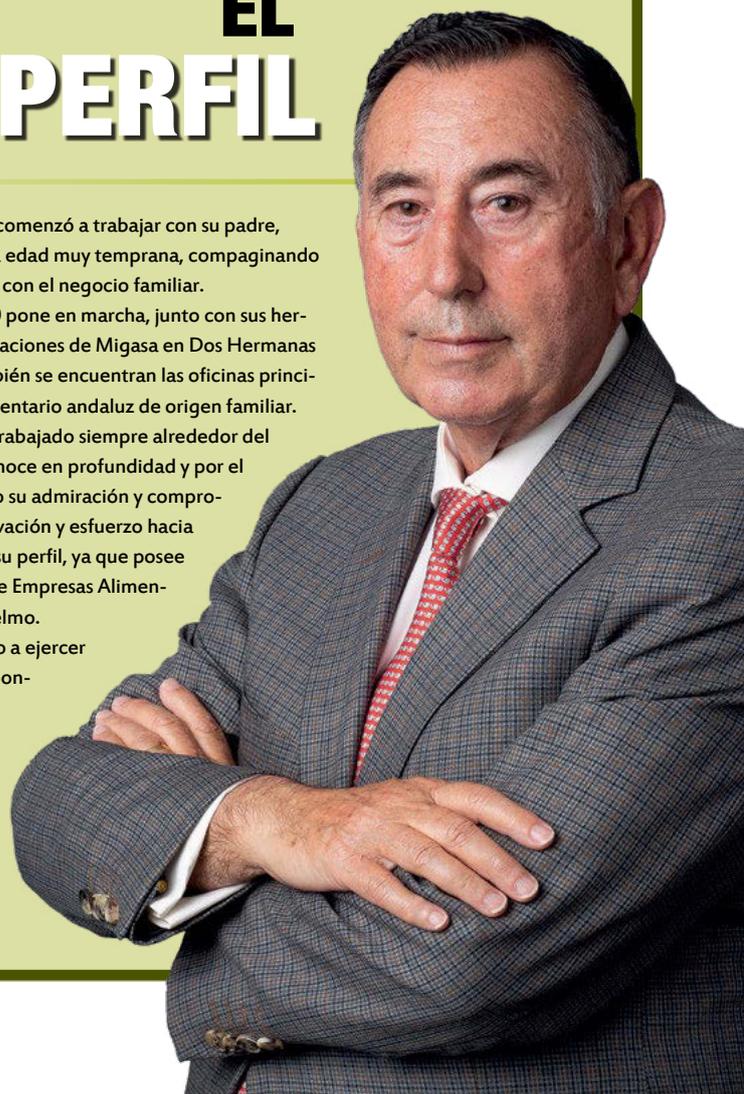
EL PERFIL

Antonio Gallego Jurado comenzó a trabajar con su padre, Miguel Gallego Núñez, a edad muy temprana, compaginando el avance en sus estudios con el negocio familiar.

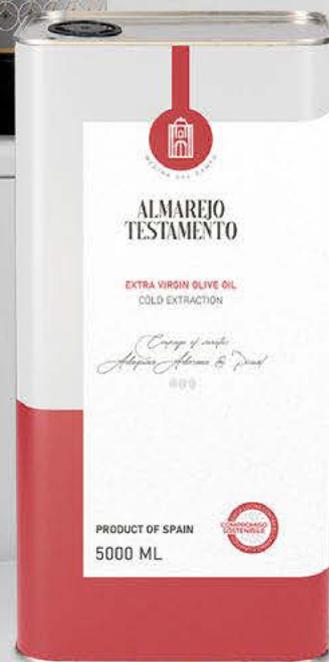
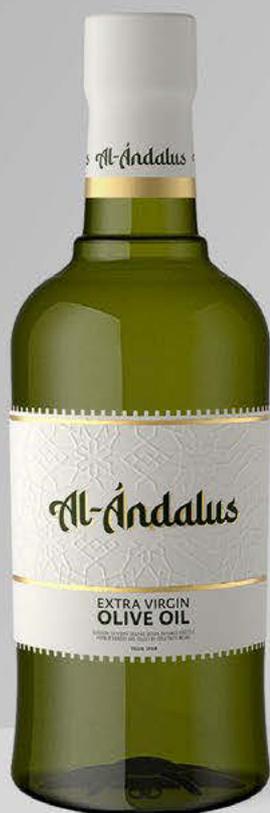
En la década de los 80 pone en marcha, junto con sus hermanos, las actuales instalaciones de Migasa en Dos Hermanas (Sevilla), donde hoy también se encuentran las oficinas principales del grupo agroalimentario andaluz de origen familiar.

Desde sus inicios, ha trabajado siempre alrededor del sector del aceite, que conoce en profundidad y por el que siempre ha mostrado su admiración y compromiso, demostrando motivación y esfuerzo hacia la profesionalización de su perfil, ya que posee el Máster de Dirección de Empresas Alimentarias del Instituto San Telmo.

Todo ello le ha llevado a ejercer varios cargos de alta responsabilidad en su grupo de empresas, siendo en la actualidad presidente de Grupo Ybarra Alimentación, así como consejero delegado y director general del Grupo Migasa.



Berlin Packaging es el mayor proveedor de vidrio, plástico, metal y cierres



Servicio integral de packaging que reúne los mejores elementos de diseño e innovación, servicios de fabricación, y soluciones para los clientes de la industria del packaging.





¿Cree que los actuales cambios de tendencias y hábitos podrían favorecer el consumo de aceite de oliva?

Sin duda lo están haciendo. Existe una creciente concienciación de la necesidad de una alimentación más saludable y el aceite de oliva ha demostrado ser un producto idóneo para un estilo de vida saludable, lo que se traduce en un mayor consumo.

Más allá de los usos en crudo que todos podemos pensar (desayunos, aliños, etc.) la tendencia es incorporar este aceite como ingrediente en la industria de elaboración de productos en sustitución de otros aceites con menos cualidades saludables, como por ejemplo en gazpachos y salmorejos que encontramos en los supermercados o en otro tipo de buenos procesados. Es el caso de los productos *Realfooding*, una de las últimas apuestas de Migasa: una línea de productos elaborados de alta calidad nutricional con perfecto sabor y con los

mejores valores nutricionales, listos para el consumo.

Con la actual situación de mercado y elevados precios, ¿cómo se pueden atraer nuevos consumidores y mantener la fidelidad de los habituales?

Hay un hecho indiscutible y es que las cualidades del aceite de oliva son únicas desde el punto de vista organoléptico y nutricional. A pesar de los vaivenes del mercado, hay una cultura muy asentada en nuestro país de consumo de aceite de oliva en toda su gama, desde el aceite de orujo de oliva hasta el aceite de oliva virgen extra.

Cada ocasión de consumo tiene un aceite de oliva y eso es algo que podemos ayudar a que el consumidor conozca para que pueda optimizar su cesta de la compra y mantener la fidelidad.

Respecto a atraer a nuevos consumidores, tanto en nuestro mercado como en otros internacionales, la receta sigue siendo la calidad y la promoción, la puesta en valor del producto, del origen, de una tradición milenaria y de un modo de vida saludable que representa a la

perfección nuestra querida y reconocida Dieta Mediterránea.

Precisamente, pensamos que ese es un elemento muy interesante para los nuevos consumidores. Hemos pasado una pandemia que ha puesto de manifiesto la importancia de la salud y ha puesto el foco en la necesidad de una vida más saludable. Nuestros aceites de oliva son una manera excelente de aportar salud a la cesta de la compra.

Hablaba anteriormente del proyecto “Olivar Tradicional”, cuyo objetivo es aportar transparencia y valor a la cadena de producción del AOVE procedente de olivar tradicional. ¿Cómo contribuyen este tipo de iniciativas a garantizar la rentabilidad del olivar tradicional frente a las nuevas plantaciones?

Nuestra admiración y pasión por el aceite, el campo y las personas es lo que nos motiva a trabajar en la obtención de aceites de la mejor calidad cuidando el campo, los recursos naturales y comprometiéndonos con el futuro del sector.

Para ello, en 2021 pusimos en marcha el proyecto “Olivar Tradicional”, me-

MÁS PERSONAL

» El mejor desayuno del mundo.

El de mi casa, con un buen pan y un buen aceite.

» ¿Con quién descorcharía una buena botella de AOVE?

Con mis nietos.

» ¿El paisaje de olivos más bello del mundo?

De la vega de Antequera a Jaén.

» ¿Su mejor viaje a un entorno de olivos?

De Córdoba a Jaén.

» Un deseo profundo para el sector del AOVE.

Que se promocióne más.

» ¿A qué sabe una croqueta frita en un maravilloso AOVE de cosecha temprana (aparte de a gloria)?

A aceite de oliva fuerte.

» Su primer recuerdo con AOVE es...

Una tostada mojada con aceite de oliva en una tinaja abierta al lado de la caldera de agua caliente en un antiguo molino.

» ¿Qué le diría a quién no conoce el AOVE o no lo ha probado?

Que lo pruebe y repetirá.

» Aparte de AOVE, ¿qué tres cosas no faltan nunca en su despensa?

Aceitunas, mayonesa y un buen vino.

» La vida sin AOVE es...

El AOVE es importante para la salud, así que un poco menos saludable.



diante un acuerdo firmado junto a UPA y Lidl, para contribuir a poner en valor la tradición milenaria y sostenible de cultivo del olivar a la vez que garantizar un precio justo para los agricultores.

Este proyecto promueve entre las empresas productoras, envasadoras y comercializadoras de aceite de oliva la certificación "Olivar Tradicional", auditada por el comercio ético SMETA que garantiza la subsistencia de explotaciones de olivar tradicional, asegurando un precio mínimo por kilogramo de aceite, independientemente de si existe o no excedente de cosecha.

A partir de esta iniciativa, se ha puesto en marcha recientemente el Grupo Operativo AOVE Tradicional, coordinado por la Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos (UPA), en el que participamos como socios junto a Wealize y en el que también colaboran la Universidad de Jaén y Lidl.

Así seguimos contribuyendo a poner en valor para el consumidor final el olivar tradicional que aporta aproximadamente el 70% de la producción total del país. De esta manera podemos mejorar en rentabilidad del producto, diferenciándolo de otros orígenes y lo estamos haciendo trabajando en la trazabilidad del origen del virgen extra que proviene de olivar tradicional haciendo uso de tecnologías innovadoras como el *blockchain*.

¿Qué retos o estrategias de futuro a corto plazo destacaría ante la actual situación de mercado y consumo?

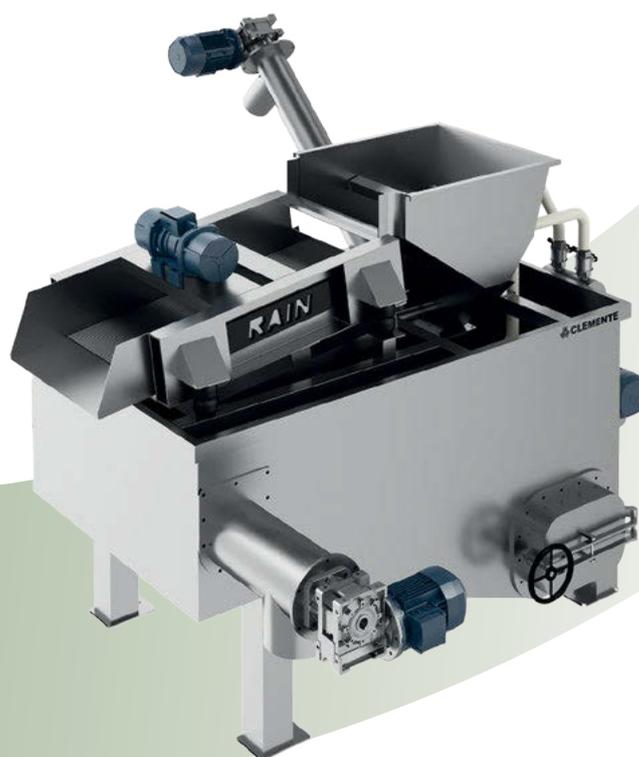
Para Migasa es muy importante trabajar constantemente en la mejora de la eficiencia de nuestros procesos para ser más sostenibles y competitivos, alcanzar los estándares de calidad más altos y facilitar la labor de nuestros equipos. Todo ello con el objetivo claro de generar un mayor valor a todos los agentes que intervienen en la cadena de nuestro negocio: desde los agricultores a los consumidores, pasando por sus clientes y distribuidores.

Estamos muy comprometidos con el desarrollo sostenible, ya que nuestros orígenes como empresa familiar nos dan una visión a largo plazo: trabajamos en el presente para que las personas, el campo y el olivar tengan un futuro.

A lo largo de nuestra historia, hemos pasado por muchas crisis y por momentos de bonanza y mantener nuestros valores y nuestra hoja de ruta es lo que nos ha permitido salir adelante, crecer, equivocarnos para aprender y consolidar nuestro negocio. Nuestra estrategia a largo plazo se basa en esto, en ser siempre flexibles, en saber entender y conocer las necesidades de todos aquellos con los que nos relacionamos, en adaptarnos y en tener un compromiso real con todos ellos. 🍋



Un paso adelante LA INDUSTRIA 4.0



RAIN //lavadora
Procesa hasta 4t/h de olivas.

Fabricamos máquinas y sistemas de extracción para el sector del aceite de oliva. Nuestros servicios incluyen diseño, alta eficiencia energética, montaje, adecuación, asesoramiento técnico, instalación, mantenimiento y control garantizados.

Nuestro departamento de investigación y desarrollo mejora el rendimiento y la tecnología de automatización.

info@clementeindustry.com

(+39) 0835.30.77.33

www.clementeindustry.com



¿Qué se oculta tras El **MUNDO** de las **MARCAS**?

Rapa origin, la esencia de lo efímero

Como su propio nombre indica, *Rapa origin* es mucho más que un aceite de oliva virgen extra de alta calidad, es todo un concepto basado en el origen del olivo. Esta empresa familiar, dirigida en la actualidad por Lázaro Cardenete Ramos -arquitecto y gran amante de la naturaleza y la cultura japonesa- y dedicada desde hace varias generaciones a la agricultura, ha sabido conjugar sabiamente tradición y experiencia -se remonta a 1750- con la innovación tecnológica y el respeto al medio ambiente, todo ello en aras de lograr un producto de la mayor calidad. Las explotaciones se localizan en los términos municipales de Peal de Becerro, Larva y Cabra del Santo Cristo, en las comarcas de Sierra de Cazorra y Sierra Mágina. El AOVE Premium *Rapa origin* es un monovarietal picual de cosecha temprana obtenido de aceitunas verdes que son recogidas por la noche entre principios de octubre y finales de noviembre, antes de la temporada de heladas. Mención aparte merece el diseño de packaging, desarrollado por la agencia ubetense Cabello x Mure. Por una parte, el de la gama retail juega con la escuela Bauhaus como concepto artístico cercano y accesible que re-

“Una gota de aceite no es sólo aceite, no es sólo gota, es magia, es gozo, es historia”

(Elvira Sastre)

presenta la unión de disciplinas y los parajes únicos y singulares de Mágina y Cazorra como concepto natural, optando por los colores primarios y la geometrización de las principales formas orgánicas. Por otra, el diseño de la gama gourmet está inspirado en el momento mágico donde nubes de un amarillo intenso se desplazan por los campos de olivares para llevar a cabo la ansiada polinización que dará el mejor fruto cada año. Un momento volátil y efímero, lleno de partículas y de semillas, como principio de la vida, donde el color amarillo intenso que cubre el envase recuerda al polen de la flor (energía y vida), mientras el blanco (pureza y luminosidad) evoca a las pequeñas hojas que lo acompañan en ese baile. Finalmente, el *eau de parfum* del mismo nombre es un perfume de autor basado en la flor del olivo que cuenta con tapón de madera natural de olivo y etiqueta de papel de algodón con relieve serigráfico en brillo.





© Coreti 2022

SOLO UNA COSA POR ENCIMA DE NUESTROS CLIENTES,
SU PRODUCTO

Fabricamos etiquetas adhesivas desde 1991.

www.coreti.com

e-mail: coreti@coreti.com Teléfono: +34 981 795 622

CORETi
ETIQUETAS ADHESIVAS

asteria
LABELS & PACKAGING GROUP

**GARANTIZAMOS
TUS ETIQUETAS CON
NORMATIVAS ALIMENTARIAS**

BRCS
Packaging Materials
CERTIFICATED

IFS
SECURE

Radix Nostra, tradición milenaria y calidad Premium

El proyecto de Oli de Sant Jordi, S.L. surge en 2020 fruto de la inquietud de tres emprendedores por poner en valor la agricultura tradicional de la comarca del Baix Maestrat, al norte de la provincia de Castellón. Su marca *Radix Nostra* -“nuestras raíces” en latín- homenajea a los agricultores que generación tras generación han trabajado y cuidado estas fértiles tierras.

En las fincas y parcelas de Sant Jordi, localizadas muchas de ellas en pequeñas laderas y soportadas por los tradicionales márgenes de piedra seca, se cultivan diversas variedades locales (farga milenaria, nana, morrut, llumeta...) y monumentales algarrobos, autóctonos de la zona. La empresa ha apostado por dos de ellas, la farga milenaria y la nana, por su gran potencial y para revalorizar su cultivo. Los frutos se recogen a principios (farga) y finales (nana) de octubre y son molturados en menos de 10 horas para conservar toda su riqueza sensorial y organoléptica. *Radix Nostra Nana* -integrante del TOP10 de AOVES de Producción Limitada de EVOOLEUM Awards 2023- está disponible en botella de vidrio de 250 y 500 ml., al igual que *Radix Nostra Milenaria*, que además se presenta en un estuche Premium tipo libro de edición limitada con información sobre los olivos milenarios -en la comarca del Maestrat se halla la mayor concentración de olivos milenarios del mundo- y un singular posavasos de olivera. Ambos se pueden adquirir a través de la web www.radixnostra.com y en tiendas gourmet de toda la Comunidad Valenciana, al igual que el licor de algarroba *Radix Nostra*, pionero en España y disponible en formato de cristal transparente de 700 ml.

“El futuro tiene muchos nombres. Para los débiles es lo inalcanzable. Para los temerosos, lo desconocido. Para los valientes es la oportunidad”
(Victor Hugo)



Peña Luna, un AOVE de leyenda

Peña Luna (Segura y Mancha, S.L.) tiene su origen en una finca situada a los pies de la “Peña de los enamorados”, un emblemático lugar situado en el centro de Andalucía que ha dado lugar a múltiples y antiguas leyendas. Este AOVE gourmet de producción limitada procedente de olivares localizados entre la campiña sevillana y malagueña, en los municipios de Osuna, Pedrera, La Puebla y Antequera, cuyos frutos son recolectados a principios de octubre y molturados en una almazara portátil ecológica, perpetúa la historia y el legado de la familia Segura Mancha, dedicada al cultivo del olivar y la elaboración de aceite de oliva virgen extra desde 1980. A partir de 2014, la segunda y tercera generación, representadas por Manuel Ramón Segura y su hija Marina, deciden compartir un zumo que en principio estuvo destinado únicamente a familiares y amigos. El catálogo de productos de la firma incluye una gama de monovarietales de hojiblanca -convencional y ecológico-, arbequina y koroneiki; un coupage de todos ellos cuya composición varía cada campaña (*Ancestral*); una colección de aceites aromatizados (mandarina, lima, albahaca y ajo); y una línea de jabones naturales artesanales de fórmula propia elaborados con su AOVE. El precioso diseño de packaging de la colección de monovarietales -premiado con un Pentaward de Bronce en 2021- es obra de Isabel Cabello (Cabello x Mure), encargada de crear una historia visual mediante ilustraciones originales a modo de leyenda inventada que conectara a los agricultores con su olivar.

“La mejor ciencia no se aprende en los libros; el sabio más grande y mejor maestro es la naturaleza”
(Galileo Galilei)





vidrala

GLASS
MADE
GOOD





NOVEDADES Y LANZAMIENTOS

Serendipia, botellas que son joyas

Con el lanzamiento de la colección *Serendipia*, Oil Love You, en colaboración con el joven diseñador andaluz Alejandro Carrero, pretende fusionar joyería y AOVE, dos elementos fundamentales en la cultura cordobesa. El artista -dueño de la firma de joyas del mismo nombre- ha elaborado los diseños en pedrería y esmalte sobre base de metal formando rejillas y hojas abiertas, características de su marca. Las técnicas que aportan su sello artesanal incluyen el modelado del metal, la fundición a la cera perdida, el sacado a fuego, el engastado y el esmaltado. El resultado son cuatro modelos distintos hechos a mano -dos en tamaño de 500 ml. y dos en formato mikado de 100 ml.- en los que Carrero se inspira en las buganvillas que decoran jardines y casas para representar una alegoría a la primavera cordobesa a través de la poética floral donde predominan los fucsias combinados con el verde y el dorado. Las botellas de la colección -que contienen un excelente monovarietal picual procedente de olivos centenarios- pueden adquirirse en tiendas gourmet seleccionadas de Córdoba, Sevilla, Marbella, Madrid y Barcelona, así como a través de la web www.oilloveyou.es.



decobo, naturalmente sano

Decobo es el nuevo proyecto de la ex actriz y modelo Eva Cobo -fue chica Almodóvar en los 80's-, en colaboración con la empresa cordobesa Sánchez Fernández de Rute, S.L. (*LivesOlives*). Procedente de aceitunas recolectadas manualmente en olivares tradicionales de montaña ubicados en Rute (Córdoba) y Salinas (Málaga), la gama de AOVEs *decobo* incluye monovarietales ecológicos de picual, arbequina, hojiblanca y cornicabra presentados en botella dórica de cristal de 250 y 500 ml. -cuyo packaging transmite una imagen moderna y resalta su origen español-; aceite de oliva virgen extra convencional disponible en monodosis de 15 y 20 ml., botella de 20 ml. y PET de 5 l.; y AOVE gourmet de cosecha temprana en vidrio de 500 ml.



La Española amplía su gama de AOVEs gourmet con el lanzamiento de La Española Gourmet by Martín Berasategui

De la mano de su flamante embajador, el cocinero vasco Martín Berasategui -12 estrellas Michelin-, *La Española* ha lanzado al mercado *La Española Gourmet by Martín Berasategui*, un coupage elaborado bajo la supervisión del chef de Lasarte que completa la gama gourmet de la marca de Acesur uniéndose a los monovarietales de manzanilla y hojiblanca. Obtenido en su almazara situada en La Roda de Andalucía (Sevilla), este nuevo AOVE destaca por su equilibrio gracias a la sabia combinación de las variedades manzanilla, arbequina y hojiblanca: si la primera aporta estabilidad, un frutado verde intenso y un amargo y picante considerables, la hojiblanca ofrece armonía en boca y la arbequina un perceptible aroma y sabor a hierba y hoja.

Presentado en una elegante y cómoda botella de cristal de 500 ml. con tapón irrellenable, *La Española Gourmet by Martín Berasategui* resulta ideal para usar en crudo, acompañar ensaladas y tostadas o terminar cremas y pescados.



SERIJEREZ

DECORACIÓN EN VIDRIO



MÁXIMO CUIDADO PARA UN ACABADO PERFECTO

SERIGRAFÍA VITRIFICABLE Y ORGÁNICA, PINTADO TOTAL Y PARCIAL, HOT STAMPING

MÁS DE 35 AÑOS DE EXPERIENCIA

EL MEJOR ASESORAMIENTO TÉCNICO PARA DAR UNA CORRECTA SOLUCIÓN A SUS NECESIDADES MODERNAS INSTALACIONES. GRAN CAPACIDAD PRODUCTIVA Y LOGÍSTICA

Parque Empresarial. C/ De las Ciencias nº 24 · 11407 Jerez de la Frontera (Cádiz) · T. (34) 956 317 613 · comercialweb@serijerez.com

www.serijerez.com



Salzysalz, nuevo AOVE gourmet 100% empeltre

Los orígenes de *Salzysalz* se remontan a 1870, cuando la familia Medina empezó a cultivar sus olivos de la variedad empeltre en Agón, un pequeño pueblo aragonés situado a las faldas de la sierra del Moncayo. Tras residir en Barcelona y Londres trabajando para diversas marcas de lujo, Salz Medina Fortacín -cuarta generación- decidió volver a España y crear la marca -Salz es un nombre aragonés- como homenaje al esfuerzo de su familia y a su tierra, manteniendo el cultivo de esta variedad autóctona de color negro azabache -la más característica de Aragón, también denominada "aragonesa"-, una de las más antiguas del mundo, que ya fue cultivada por fenicios y romanos en este territorio, y así perpetuar el legado familiar apostando por un futuro basado en el respeto a la naturaleza y la sostenibilidad rural. Para obtener un litro de este AOVE gourmet de recolección temprana, presentado en botella de vidrio oscuro de 250 y 500 ml. -y gotero de muestra de 20 ml.-, son necesarios 9 kilos de olivas, que son molturados el mismo día de la recogida. De color oro intenso, cuenta con una elevada cantidad de polifenoles y es rico en vitaminas A y E, pudiéndose adquirir en la web salzysalz.com, en establecimientos de Aragón y en tiendas como Oro Líquido o Terra de Sabors en Barcelona. 🍯



Legado de la Blanca, AOVE ecológico de Sierra Mágina

Dedicada a la agricultura durante cinco generaciones, en la familia De la Blanca se ha inculcado de padres a hijos el arte del cuidado del olivo, desde la poda del árbol hasta la recolección del fruto, siempre con la mirada puesta en el respeto al medio ambiente. Su AOVE de variedad picual y cultivo ecológico *Legado de la Blanca* -lanzado al mercado en 2021-, procedente de olivares tradicionales de Sierra Mágina, destaca por su frutado intenso con matices a tomate, manzana, plátano y alcachofa, con un perfecto equilibrio entre picante y amargo. Presentado en botella de cristal serigrafada de 500 ml. con etiqueta totalmente reciclable, este virgen extra de producción limitada se puede adquirir a través de la web <https://legadodelablanca.com>. 🍯

Señorío de Camarasa renueva su imagen



La SCA Santa Isabel de Torres ha renovado la imagen de marca de *Señorío de Camarasa*, adoptando como nuevo logotipo la turbina Pelton -responsable de la generación de energía eléctrica gracias al aprovechamiento del movimiento del agua-, que representa la fuerza y empuje del movimiento cooperativo que encuentra sus orígenes en la central hidroeléctrica del río Torres. El nuevo packaging de este AOVE de montaña con DOP procedente de olivares situados en pleno Parque Natural de Sierra Mágina, a cargo de Cabello x Mure, juega con otros elementos como las dos tonalidades de las hojas del olivar, la presencia de Torres como símbolo del arraigo con el pueblo o la inclusión del cerezo, otro de los emblemas de la localidad. Junto a estos nuevos diseños, la SCA Santa Isabel también ha estrenado un envase *bag in box* de 5 litros que, además de preservar al máximo la calidad del producto, permite incluir información promocional en el envase. 🍯



Aceites Hermida lanza *Finca Trascabeza*, su nueva marca de AOVE

En noviembre de 2020 Aceites Hermida plantó 9.000 olivos de lecciana en su finca de ocho hectáreas destinada al cultivo de esta variedad situada en la localidad de Esquivias (Toledo), en la comarca de La Sagra, para obtener en octubre de este año la primera cosecha de *Finca Trascabeza*, su nuevo AOVE. El nombre de la marca posee reminiscencias históricas que remiten a tiempos del autor de *El Quijote*. Y es que el 9 de agosto de 1586, Don Miguel de Cervantes Saavedra aceptaba en Esquivias la escritura de dote y arras a favor de Doña Catalina de Palacios y Salazar, su mujer. Entre los bienes que recibe figuraba la Finca Trascabeza, "valorada en 14.000 maravedís", como plasmó el escribano público D. Alonso de Aguilera. El logotipo de la nueva enseña está compuesto por cuatro T's que forman las aspas de un molino de viento, típico de La Mancha; al tiempo que la elección del tono añil de la botella *kolio* de 500 ml. no es baladí, ya que se trata del color típico con el que se pintaban los zócalos de las casas manchegas. 🍯



CENTURY Dop. Para los grandes aceites virgen extra.



Una botella con carácter particular, para dar valor a los Virgen Extra más exclusivos.
La **CENTURY DOP** tiene un hombro plano que deja espacio a un cuerpo cilíndrico y generoso, conectado a la base con un amplio radio. **CENTURY DOP** está disponible en tres capacidades, con tapón irrellenable para proteger la inviolabilidad del producto y en el característico color Verdetrusco®.

*An exclusive bottle of great and outstanding character, which gives value to the most sought after extra virgin olive oils.
In **CENTURY DOP** the flat shoulder leaves room for a generous cylindrical body, connected to the gently curved base.
CENTURY DOP is available in three capacities and with a neck finish for a non-refillable cap to protect the inviolability of the content and in the characteristic Verdetrusco® colour.*



VETRERIA ETRUSCA S.p.A. Montelupo Fiorentino (Firenze - Italia) Tel. (+39) 0571 7551
www.vetrieriaetrusca.it info@vetrieriaetrusca.it



Lordán, una apuesta por valorizar la agricultura y el virgen extra oscense

En las sierras del Somontano de Barbastro, en pleno prepirineo aragonés, se encuentran los olivos centenarios de los que se obtiene *Lordán*, un AOVE elaborado a partir de aceitunas de la variedad autóctona verdeña que destaca por su sabor frutado. El olivar, situado en Estadilla y rodeado de plantas aromáticas como el romero y el tomillo, ha sido elegido por la organización SEO BirdLife como ejemplo de biodiversidad y en él se practica una poda muy peculiar que permite rejuvenecer los árboles, facilitar su recolección y obtener un fruto de calidad. Al frente del proyecto se encuentra la joven empresaria Ana Lordán, de 25 años -hace cuatro que lanzó la marca-, hija de agricultores y apasionada del AOVE desde niña quien, tras estudiar Administración y Dirección de Empresas en la Facultad de Huesca de la Universidad de Zaragoza, decidió apostar por la agricultura y el virgen extra de Huesca con el objetivo de que sus paisanos “puedan seguir disfrutando del aceite de oliva tradicional que consumían sus abuelos”. Al tratarse de una producción limitada de una variedad autóctona, la marca está enfocada en los consumidores de proximidad, “aunque nos encanta que descubran nuestro aceite en otros puntos de España o del mundo”, reconoce Ana. *Lordán* se puede adquirir en la cadena Supermercados AltoAragón, Jamones Arnal de Barbastro o en la tienda *on line* www.compraenhuesca.com.



De las Hoyas, la versión del AOVE de la familia Castillo Ochotorena

Nacido a comienzos de 2021, Las Hoyas AOVE, S.L. es un proyecto de producción, envasado y comercialización de aceite de oliva virgen extra Premium dirigido al canal Horeca y tiendas gourmet especializadas. Sus olivares tradicionales se localizan, por una parte, en el Cortijo de las Hoyas, en la Sierra de los Filabres (Almería), donde la aceituna arbequina crece a 1.500 metros de altitud y posee una cantidad de polifenoles más elevada de lo habitual en esta variedad gracias a la amplia oscilación térmica, el clima semidesértico y el suelo pizarroso. Por otro lado, los olivos picuales de la finca Dehesa de la Posadilla, situados en Villanueva de la Reina -donde la empresa tiene su bodega y planta de envasado-, entre la Sierra de Andújar (Jaén) y el río Guadalquivir, ofrecen un fruto de excelente calidad que es molturado en frío apenas tres horas después de su recogida. En ambas fincas -en plena transición hacia el cultivo ecológico- se emplea el riego por goteo y los caballos pastan libremente en el olivar para mantener controlada la hierba. Bajo la marca *De las Hoyas* se comercializa un monovarietal arbequino obtenido de aceitunas en enero, dulce y aromático, presentado en botella bordelesa de 375, 500 y 750 ml.; y sendos picuales intensos y equilibrados -*Envero* y *Verde*-, disponibles también en lata de 3 l. El diseño de packaging, obra de Fernando Castillo Ochotorena, socio y responsable de marca de la empresa, apuesta por una línea sencilla, limpia y sostenible.



Romances de Moral, legado de Calatrava

Desde la tierra volcánica de Campos de Calatrava, Hacienda de Cañadas es una empresa familiar dedicada a la elaboración y comercialización de AOVE, vino y frutos secos cultivados en sus fincas situadas en la localidad de Moral de Calatrava, combinando una tradición de más de 100 años con la sostenibilidad -el objetivo último es lograr la huella de carbono cero- y los últimos avances en agricultura ecológica y de precisión (sensórica, automatización, Inteligencia Artificial, modelos predictivos o captación espectral). Un proyecto de marcado carácter social y cultural que trabaja impulsando y apoyando a los artistas y artesanos locales, así como a los colectivos en riesgo de exclusión social. Su gama de AOVEs *Romances de Moral* -*Olivia*, *Lorenzo*, *María* y *Andrés*-, los nombres de los abuelos de los actuales propietarios- consta de sendos monovarietales de picual y arbequina y otros dos coupages de picual y cornicabra -convencional y ecológico- que homenajean a las sucesivas generaciones de la familia Cañadas y su esfuerzo, dedicación y pasión por obtener un producto natural de la más alta calidad, así como a los pueblos de la España profunda. Presentada en botella de vidrio oscuro de 500 ml. y *bag in tube* de 3 l., la gama está disponible en haciendadecanadas.es y aceitedelcampo.com, Amazon, restaurantes, tiendas y establecimientos gourmet de Ciudad Real.



Soluciones con total precisión y seguridad



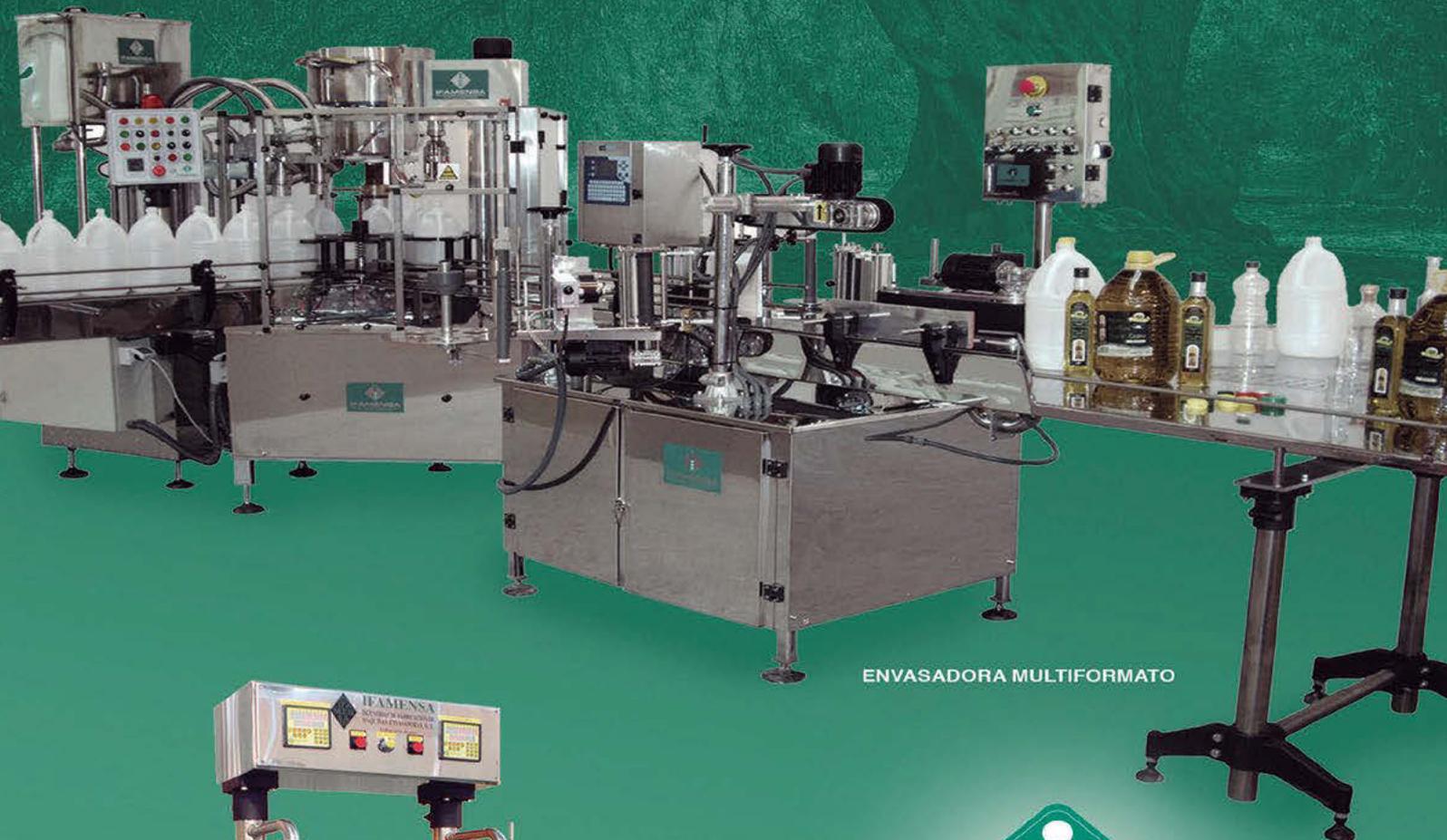
ENVASADO



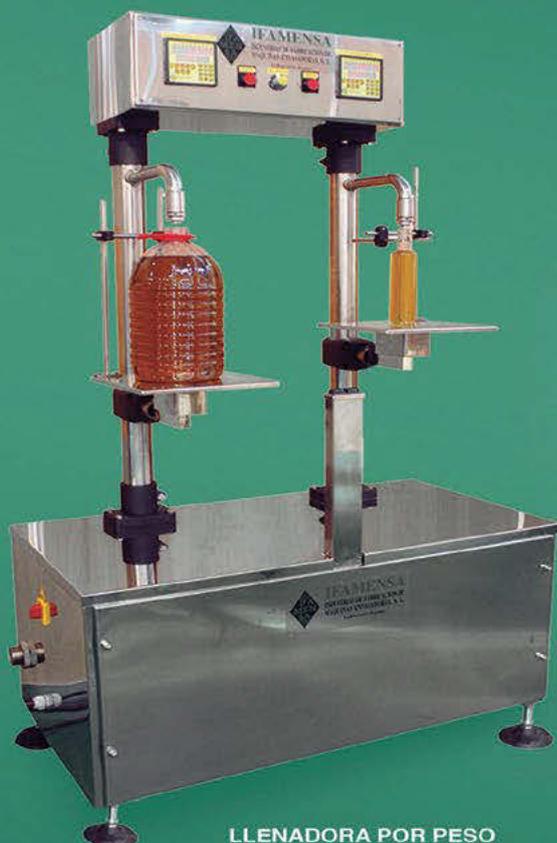
ETIQUETADO



CIERRE



ENVASADORA MULTIFORMATO



LLENADORA POR PESO



ifamensa

INDUSTRIAS DE FABRICACIÓN DE MÁQUINAS ENVASADORAS, S.L.

¡Calidad de principio a fin!



Tel. +34 976 186 311 • Fax +34 976 185 846
ifamensa@ifamensa.com
Políg. Industrial San Miguel, Sector 4A
Galileo Galilei, 23
50830 VILLANUEVA DE GALLEGO
(ZARAGOZA) • ESPAÑA / SPAIN

www.ifamensa.com



Una vuelta al mundo de la mano de los *Aceites de Oliva de España*



La Interprofesional del Aceite de Oliva Español, a través de su marca *Aceites de Oliva de España*, lleva más de una década desarrollando campañas de promoción de los aceites de oliva a consumidores de los cinco continentes. Estas campañas están trabajando fundamentalmente en la identificación del origen España, como líder indiscutible en calidad y cantidad de los aceites de oliva producidos y comercializados.

La actual campaña está poniendo a prueba a todos los eslabones de la cadena de los aceites de oliva: producción muy corta, precio de los insumos altos, baja pluviometría, desaceleración del consumo... Uno de los años más complicados de los que tenemos memoria. “Pero, si algo nos ha enseñado la historia, es que este sector es cíclico”, advierte Pedro Barato, presidente de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español. “Seguro que pronto nos tendremos que enfrentar al problema contrario, gestionar la venta en los mercados mundiales de producciones por encima del millón y medio de toneladas. Y la única forma de lograrlo es posicionando nuestros aceites de oliva en la mente del consumidor

mundial mediante campañas de promoción”, añade. En ese sentido, la labor de promoción se ha beneficiado de la vuelta a la normalidad de casi la totalidad de los principales mercados mundiales tras el paréntesis de la pandemia.

Eso se notó especialmente en China, país en el que se tuvo que suspender cualquier tipo de acción hasta finales del verano pasado. El 15 de septiembre se lanzó la campaña “*Aceites de Oliva de España. La nueva moda*” que hasta el momento ha reportado más de 500 millones de impactos, con acciones tan espectaculares como la proyección de los spots en las fachadas de algunos de los rascacielos más emblemáticos de Pekín (Wangfujing y Lafayette) y de Shanghái (Puerto Global, White Magnolia Plaza o el Metro City). Destaca, por



su singularidad, la proyección del spot sobre las Global Harbour Towers de la capital económica del país, dos torres

expoiva
PABELLÓN INTERIOR
CAJA RURAL
STAND
C-9



M ANZANO
Flottweg

LIVE Up
INDUSTRIA 4.0 **M** ANZANO
Flottweg

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



gemelas de casi 250 metros de altura; o el webinar dirigido por el chef Li Dong, del restaurante pequinés Jing Yaa Tang, poseedor de una estrella Michelin, que sumó una audiencia de más de 200.000 usuarios de la plataforma digital *Great Chef*. Una campaña que dio un empujón a un mercado que volvió a marcar un nuevo récord de ventas, con unas exportaciones de 45.571 toneladas por un valor de 182 millones de euros, lo que supone un 6,15% más en volumen y un 30,74% en valor frente a los datos de 2021. En la actualidad, el 92% de todos los aceites de oliva que importa China proceden de España.

Japón es el otro gran mercado objetivo en esa parte del mundo para *Aceites de Oliva de España*. Allí la campaña se inició a finales de noviembre bajo el lema “*Exprime el sol de España. Aceites de Oliva para todos los días*” y se está desarrollando en medios tradicionales como la televisión y acciones en redes sociales. Pero también está sirviendo de campo de ensayo para un nuevo enfoque de las campañas, gracias al apoyo directo a las marcas españolas presentes en el mercado objetivo. Sin lugar a dudas, la acción más exitosa de la campaña hasta el momento ha sido la colaboración con Rakuten, la tienda *on line* más grande de Japón, con más de 50 millones de usuarios. Durante un mes, esta tienda ha promocionado las marcas españolas entre sus clientes, con el envío de información en formato *newsletter* a 255.000 consumidores; la creación de una *landing* específica para estas marcas; la inclusión de *banners*; y la distribución de cupones de 500 yenes (3,5 euros) para la compra de aceites españoles disponibles en la plataforma. Con estas acciones se han generado tres millones de impresiones y, lo más importante, las ventas se han incrementado un 165%. Tanto es así que se va a repetir una segunda oleada de activación el próximo mes. No ha sido la única acción de apoyo directo a las marcas. La Interprofesional también ha mostrado en Foodex Japan, la primera feria de alimentación profesional de Asia, el poderío de nuestros aceites de oliva virge-



nes extra. En concreto, un total de 38 empresas han mostrado las numerosas referencias que comercializan en ese mercado.

Aceites de Oliva de España en América

Al otro lado del Pacífico encontramos la campaña “*Saborea la vida*”, realizada en colaboración con la Unión Europea. Lanzada en verano de 2021, el objetivo de esta iniciativa es potenciar la presencia de los aceites de oliva en un país en el que, a pesar de la cercanía cultural, tienen un consumo per cápita muy bajo. De hecho, se está trabajando especialmente en acciones en las que se pone de manifiesto que los aceites de oliva dan un extra de sabor y aroma a una cocina que es precisamente famosa en el mundo por su intensidad. Allí, se ha patrocinado el Abierto de Tenis de Acapulco, la Ruta de las Tapas en Ciudad de México y se han realizado campañas en televisión y puntos de venta. Tampoco se ha descuidado el aspecto

saludable de este alimento, con la celebración de seminarios en las principales universidades del país para alumnos de las ramas sanitarias.

Un poco más al norte destaca Estados Unidos, primer mercado fuera de Europa para los *Aceites de Oliva de España*. Con casi 170.000 toneladas, España vuelve a liderar ese mercado, con una cuota del 41,46% y 11 puntos por encima de su más inmediato competidor. Una vez apartada la barrera de los aranceles, la Interprofesional lanzó el año pasado una nueva campaña digital bajo el lema “*Aceites de Oliva de España, el sabor de la máxima calidad*”, haciendo hincapié en el diferencial que hace únicos a nuestros aceites.

Para terminar con América, hay que referirse a Brasil, otro de los grandes mercados emergentes para los aceites

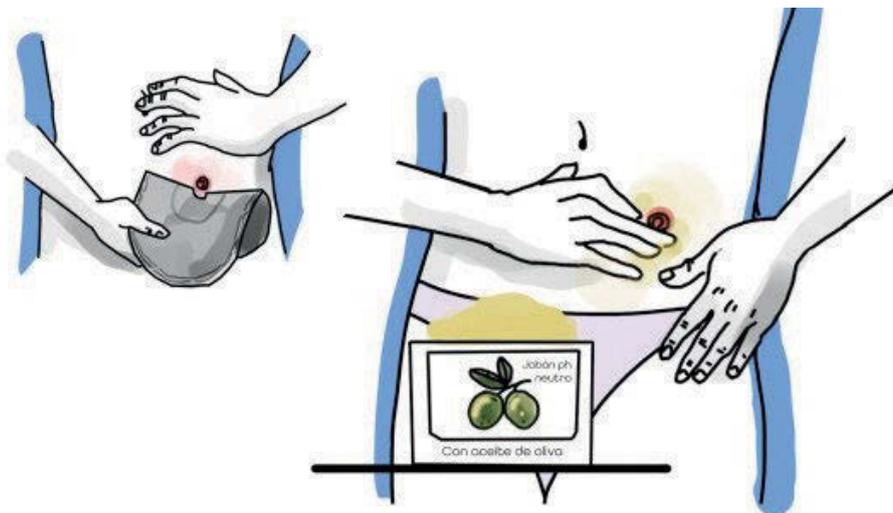


gAOVEstoma

Ensayo clínico

con el **gel natural de AOVE** de Notaliv en pacientes con ostomía digestiva del Hospital San Cecilio y Hospital Virgen de las Nieves de Granada para aplicación en la higiene de la piel periestomal.

MÁS INFORMACIÓN





de oliva en el mundo, dominado ahora mismo por Portugal. En breve se pondrá en marcha una ambiciosa campaña de promoción que pivotará en torno a liderazgo mundial de los *Aceites de Oliva de España*, especialmente en la obtención de premios internacionales a la calidad.

Calidad, como elemento diferenciador

Como vemos, la calidad como elemento diferenciador gana posiciones en las campañas de promoción y, de hecho, también va a ser el eje sobre el que pivote la iniciativa promocional que vamos a lanzar también en Alemania. Se da la circunstancia de que, en este país, coinciden a la vez dos campañas impulsadas por la Interprofesional del Aceite de Oliva

Español, por una parte, se encuentra la dirigida a potenciar la imagen de España y su liderazgo en calidad, producción y sostenibilidad; y, por otra, la iniciativa "*Olive Oil World Tour Alemania*", que se inició en octubre de 2021 bajo el lema "*¡Cocinemos juntos! Con el aceite de oliva europeo todo es mejor*", realizada en colaboración con la Unión Europea. La campaña quiere ayudar a los consumidores a identificar y diferenciar los tipos de aceites de oliva que existen en el mercado, así como mostrar sus múltiples aplicaciones en la cocina, animándoles a unirse al estilo de vida europeo saludable, natural y sostenible con los aceites de oliva. Una campaña que ha trabajado en medios tradicionales como televisión, publicidad exterior como la realizada en estaciones de transporte en Berlín o puntos de venta en las principales ciudades del país.

Y, como no podía ser de otra forma, cerramos en nuestro país esta vuelta al mundo de la mano de *Aceites de Oliva de España*, en donde está en marcha desde octubre del año pasado la campaña "*Para toda una vida*" que cuenta de nuevo con el actor José Coronado como prescriptor, junto con su hijo Nicolás. Una iniciativa que incide especialmente en el papel que los aceites de oliva juegan en una alimentación equilibrada. Asimismo, busca también rejuvenecer el perfil del consumidor español. Todo ello gracias una a intensa campaña en televisión, apoyada también en medios digitales y que ha tenido reflejo en el punto de venta. Además, la imagen de la campaña ha estado presente en 25.571 soportes publicitarios de 1.728 centros comerciales de todo el país. Nada como empezar en casa a impulsar entre los consumidores la valorización de los *Aceites de Oliva de España*. 🍯

Interprofesional del Aceite de Oliva Español
info@aceitesdeolivadeespana.com
www.aceitesdeolivadeespana.com

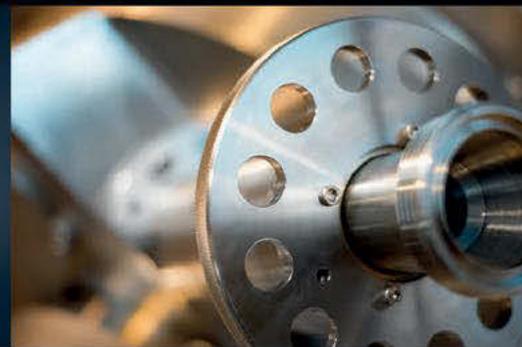


PALACÍN

Durante más de 150 años, ANDRITZ SEPARATION se ha especializado en el desarrollo de tecnologías y conocimientos claves en el sector de la separación. Con más de 15.000 decantadoras centrífugas instaladas en todo el mundo, ANDRITZ SEPARATION es uno de los líderes mundiales en el suministro de centrifugadoras.

Los decantadores **F-type** están diseñados específicamente para la industria alimentaria y en especial para el sector oleícola, cumpliendo con los requisitos más exigentes.

PALACÍN incorpora en su línea de extracción continua esta gran marca y se convierte en el distribuidor exclusivo de ANDRITZ SEPARATION para España y Portugal.



Distribuidor exclusivo para España y Portugal de

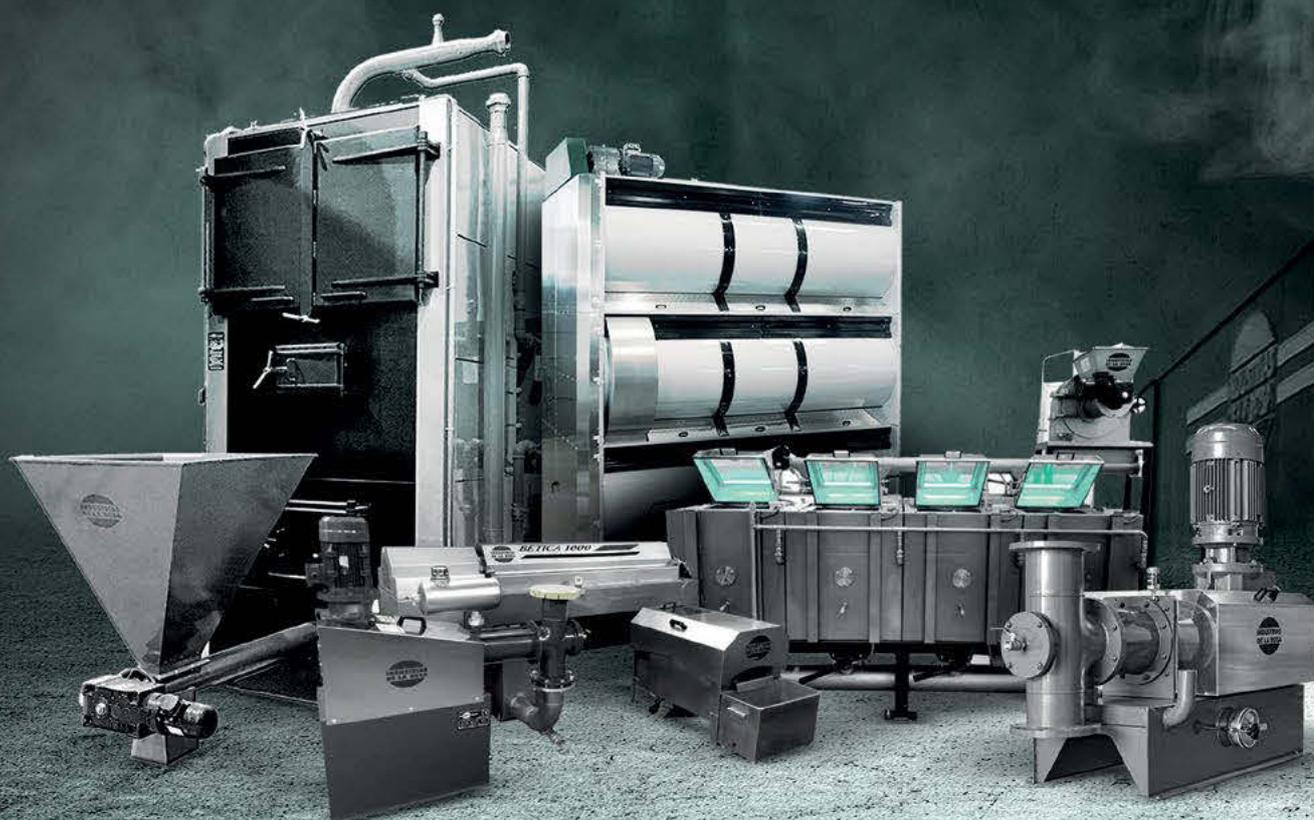
ANDRITZ
Separation



**INDUSTRIAS
DE LA ROSA**

**40 AÑOS A LA VANGUARDIA
DEL SECTOR OLEÍCOLA**

**MICROALMAZARA
BOMBA MECÁNICA
TERMOBATIDORA
MOLINO TRITURADOR
CALDERA DE BIOMASA
ALMAZARA MÓVIL**



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

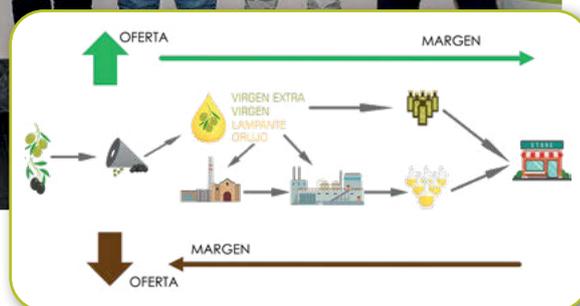
industriasdelarosa@industriasdelarosa.com



WWW.INDUSTRIASDELAROSA.COM



Un escenario inédito en la olivicultura internacional: efectos en el campo, la industria, el consumo y los precios



Nos hallamos en la actualidad ante un escenario inédito hasta la fecha que afecta a toda la cadena de valor motivado por dos razones fundamentales: el vertiginoso incremento de costes, sobre todo en insumos tales como los fertilizantes, combustibles, energía eléctrica, agua, etc.; y la limitación en la disponibilidad de dinero, así como la subida de los tipos de interés. Si a todo ello le añadimos una caída de ingresos en un contexto en el que la mayoría de las compañías están apalancadas a nivel estratégico en el volumen, el resultado es una situación harto complicada marcada por el aumento de las cotizaciones -tanto en origen como en el lineal- hasta alcanzar valores nunca vistos que incluso ha provocado la intervención del Gobierno español a través de la reducción del IVA, entre otras medidas. De ello debatimos en una nueva edición de *Los Encuentros de Mercacei* patrocinada por Expoliva 2023, la XXI Feria Internacional del Aceite de Oliva e Industrias Afines, y con la colaboración de Grupo Vidrala, empresa de referencia en el packaging de consumo y líder en el sector del aceite de oliva, que desde 1965 trabaja con el foco en la sostenibilidad y la innovación para hacer un mundo mejor a través del envase de vidrio.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

Desde vuestra posición dentro de la cadena de valor, ¿cómo os está afectando la actual coyuntura, marcada por el vertiginoso incremento de los costes productivos, de los insumos y de los tipos de interés?

Rubén Garzón: Para empresas como la mía que se dedican a la biomasa, este ejercicio 2022-23 está siendo bastante complicado y complejo, aunque no preveíamos semejante disparate en la inflación subyacente en términos de energía. Nos encontramos

en una situación inédita y atípica en la que el mercado no soporta este nivel de precios porque quien consume biomasa en general busca un abaratamiento de costes en su consumo, pero si la biomasa se equipara con los combustibles fósiles, entonces tenemos un problema. Muchos consumidores están "saltando" en el mercado de biomasa en biomasa, y te encuentras en la tesitura de que a la biomasa del olivar (hueso de aceituna de calidad, orujillo o incluso leña), que es lo

que defendemos principalmente, le están haciendo la propia competencia biomasa forestales como los pellets, bajando drásticamente su precio en la actualidad. La consecuencia es una sangría de consumo, por ejemplo en el caso de la leña, donde las empresas que se dedican a vender este producto tienen sus stocks repletos y el precio se ha desplomado.

Javier Olmedo: Desde la Fundación del Olivar hemos asistido a este complicado escenario a través del Pool-

NUESTRO PRESENTE ES EL FUTURO



Ponemos en marcha la almazara más moderna del mundo en el mismo lugar en el que hace más de 40 años comenzamos a trabajar. Los valores, la ilusión y el cariño son los mismos. Ahora, además, tenemos los medios para llevarlos al mundo entero.

oleicolajaen.es



GRUPO
oleícola **jaén**



Antonio Serrano,
director de Área de
Aceites Maeva



Álvaro Labella,
presidente de Olibest



Antonio Milena,
responsable de
Explotaciones de Molino
de las Torres



Juan Carlos Marín,
responsable de Ultramarinos
de Alcampo



Rubén Garzón,
CEO de Garzón Green
Energy



Remigio Morillo,
COO de Grupo
Oleícola Jaén



Eduardo Valverde,
director gerente de
Conde de Benalúa



Joaquín López,
director gerente de ANEO



Javier Olmedo,
gerente de la Fundación
del Olivar



Juan Vilar,
consultor estratégico y
analista agrícola
internacional

Red, del que somos titulares, y estamos contemplando todo lo que está ocurriendo en el sector en el programa de Expoliva 2023.

Antonio Milena: A nosotros el incremento de costes nos está perjudicando en gran medida al no verse refle-

jado en un aumento de la producción, aunque los precios del aceite hayan acompañado. Y en el caso de otros cultivos como el almendro, que también gestionamos, ni eso, pues los precios se están desplomando en muchos productos agrícolas. Por todo

ello, a muchos propietarios se les están quitando las ganas de invertir y están ralentizando las inversiones para centrarse en otros negocios porque el campo, ante semejante aumento de costes, no resulta atractivo.

Álvaro Labella: Nosotros gestionamos principalmente olivar en seto de regadío en Portugal, por lo que en cierta medida somos unos privilegiados dentro del entorno de la olivicultura. Es evidente que el incremento de costes ha sido significativo, en nuestro caso el aumento de costes productivos ronda el 30%, por lo que el impacto ha sido bastante grande. Pero también es cierto que, aunque haya sido un año con una producción inferior -ligeramente por debajo de un ejercicio medio-, de forma general no se ha tratado de un descenso tan considerable y se ha visto compensado con el incremento del precio del aceite, por lo que se puede decir que el olivar en seto en Portugal ha seguido ofreciendo una rentabilidad interesante a pesar del aumento de costes. Dicho aumento ha tenido un impacto muy importante en las nuevas plantaciones e instalaciones, y en ese sentido la subida de los tipos de interés sí nos hace mucho daño a nivel financiero. Y aunque el incremento del coste de la electricidad haya sido muy elevado, lo cierto es que se ha visto compensado con el valor de los subproductos de la almazara, que también ha aumentado mucho.

Juan Vilar: Se ha producido una situación casi envenenada. Por un lado, el aumento generalizado de los costes ha provocado que el punto de equilibrio de la mayor parte de la cadena de valor se eleve igualmente; y, por otra parte, la climatología limita los ingresos, agravando la situación y produciendo pérdidas en casi todos los eslabones. A ello se añade una situación inflacionista que reduce la liquidez y, por ende, las inversiones y el gasto, desembocando en un escenario inédito y muy complicado que exige actuar de forma gradual para poder salir adelante.

DESCUBRE LA ARMONÍA

en el Aceite de Oliva

Estamos a su disposición con todos los equipos necesarios para su proceso de producción de aceite de oliva y diseños modulares adecuados para aumentar la capacidad de producción.



Centrifuge & Extraction Technologies

● www.polatas.com.tr

● +90 850 255 1978





“La inversión no es ciega o irracional. Busca siempre la mejor opción de riesgo/rentabilidad y el campo, bien gestionado, ha sido y es una oportunidad de inversión muy atractiva”
(Antonio Serrano)



“En nuestro caso la producción no ha sufrido un descenso tan considerable y se ha visto compensado con el incremento del precio del aceite. Por ello se puede decir que el olivar en seto en Portugal ha seguido ofreciendo una rentabilidad interesante a pesar del significativo aumento de costes”
(Álvaro Labella)



“A muchos propietarios se les están quitando las ganas de invertir y están ralentizando las inversiones para centrarse en otros negocios porque el campo, ante semejante aumento de costes, no resulta atractivo”
(Antonio Milena)



Juan Carlos Marín: En la distribución llevamos unos cuantos años con situaciones inéditas, desde que comenzó la pandemia. El año ha sido muy complicado, a pesar de que los datos a veces parezcan indicar lo contrario. Existe mucha tensión por parte de los pro-

veedores, con constantes subidas de tarifas cada 15-30 días, la bajada del IVA... Esa inestabilidad a nivel interno ahora se está empezando a reflejar en el punto de venta.

Antonio Serrano: Al final todos somos parte de una misma cadena. Por

la propia casuística de nuestra actividad normalmente cerramos contratos a largo plazo con las cadenas de supermercados, y estos incrementos tan grandes en los costes a menudo nos pillan a contrapié. Hay que hacer mucha pedagogía -en España no tanto, pero sí a 3.000 kilómetros a distancia- para hacer ver que la situación actual -aumento del 20 al 40% en la materia prima, por no hablar del flete o los combustibles- es totalmente exógena a nuestra influencia, y repercutir estos incrementos al resto de la cadena de valor. Y dicho esto, en un escenario de precios históricamente altos, es una situación muy peligrosa para todos, porque a pesar de ello sigue siendo más fácil que bajen a que suban. En definitiva, se trata de una situación bastante complicada que estamos intentando solventar con llamadas muy frecuentes a los compradores para informarles del día a día.

Remigio Morillo: Desde el punto de vista de la almazara industrial, hay dos factores muy significativos en esta campaña como son la considerable caída de producción -en algunas zonas de hasta el 60%, motivada por la mala meteorología que tuvimos en 2022, con temperaturas muy elevadas durante las semanas de floración y un verano que se prolongó hasta finales de septiembre, a lo que hay que sumar la falta de precipitaciones- y, por ende, la caída de los ingresos por aceituna molturada; y el gran aumento de los costes de producción. El gasto más importante que puede tener una almazara es el coste energético, y éste se ha visto incrementado en más de un 100% respecto a años anteriores; además del incremento del precio del gas y el combustible, que han provocado que también se encarezca el resto de costes del proceso productivo: mantenimiento, materiales auxiliares, recambios, etc. La consecuencia de todo ello es una cuenta de explotación que en la mayoría de los casos no va a resultar nada halagüeña, por no decir mala.

Joaquín López: El sector orujero es el último eslabón de la cadena, pero no por ello deja de ser importante. Al



“Los datos demuestran que el cliente sigue apostando por la calidad; la grasa que menos ha disminuido su consumo es el virgen extra, que sigue aguantando estoicamente como un campeón. Por otra parte, nosotros contamos con una gran ventaja, que es la diversificación del negocio. Así que, en un momento de crisis como el actual, mis mensajes son dos: **calidad y diversificación**”
(Juan Carlos Marín)

que afecta especialmente al sector orujero, puesto que el precio final de nuestros productos es relativamente bajo, por lo que para poder sobrevivir necesitas muchos kilos, y este año kilos no hay. Si a todo ello le añadimos que este año la calidad del orujo es algo inferior, y que el precio de venta tanto del aceite como de la biomasa ha aumentado debido precisamente a la baja producción, la subida de precios no llega a compensar el aumento de costes registrado a lo largo de la cadena. Hay que tener cuidado con lo que pueda ocurrir de aquí en adelante; no puedes contrarrestar la bajada del IVA, que era una medida necesaria, con un nuevo impuesto al plástico: en el sector orujero casi todo se vende en PET, por lo tanto tenemos un problema serio. Sin duda, nos encontramos en un momento crítico con grandes problemas para todas las partes.

hablar del incremento de costes, conviene recordar, por ejemplo, que las orujeras consumen muchísima más electricidad que las almazaras, por lo que el impacto en este sector ha sido aún más importante. Todo se ha dis-

parado: la materia prima, el alpeorujo, todos los insumos, el exano -que proviene del petróleo-, los transportes... Nos hallamos en un momento de elevados costes en el que, además, el volumen de negocio ha bajado, lo

IMATEC
 INGENIERÍA, METROLOGÍA Y ASISTENCIA TÉCNICA

10 AÑOS DE COMPROMISO EN EL AVANCE TECNOLÓGICO DEL SECTOR OLEÍCOLA

AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS

PESAJE

ELECTRICIDAD

PESO TRAZABILIDAD EFICIENCIA ENERGÉTICA

SOFTWARE



Polígono Industrial “Los Olivares”
 C/ Huesa, 4, 23009 Jaén

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



“Nos encontramos en una situación inédita y atípica en la que el mercado no soporta este nivel de precios porque quien consume biomasa en general busca un abaratamiento de costes en su consumo, pero si la biomasa se equipara con los combustibles fósiles, entonces tenemos un problema. La consecuencia es una sangría de consumo”
(Rubén Garzón)

“Para combatir la incertidumbre por parte del consumidor hay que incidir en la promoción y la divulgación de las bondades -sobre todo saludables- del aceite de oliva, que siempre he dicho que es un bien de lujo a precios asequibles para cualquier familia media”
(Remigio Morillo)



Eduardo Valverde: Tenemos un problema porque generamos incertidumbre. Ahora mismo vivimos una situación de terrible debilidad en todos los eslabones de la cadena, en la que se destruye valor y todos salimos malparados, porque la distribución y la opinión pública imaginan que el agricultor, las almazaras y los envasadores se están hinchando a ganar dinero por el elevado precio del aceite. Y entonces empezamos a proyectar la idea de que los compradores se tranquilizarán cuando lleguen las lluvias. Yo creo que no es así, que aunque llueva la situación seguirá siendo muy difícil de gestionar. La única manera de ofrecer seguridad al mercado es mantener la tranquilidad por parte de la producción, las almazaras y los envasadores. Pero si lanzamos la idea de que esto se arregla si caen 50 litros, entonces

nos metemos en otro lío porque terminamos de arruinar y arrastrar al resto de los eslabones. Los costes son importantes, pero es más determinante transmitir certidumbre y seguridad; no se puede construir valor añadido vendiendo incertidumbre y problemas. A la opinión pública debe llegarle el mensaje de que el precio que está soportando el consumidor no está enriqueciendo a nadie.

Los precios en origen y en el lineal de los aceites de oliva han marcado registros históricos, obligando al Gobierno a adoptar medidas como la bajada del IVA para que esta situación no repercuta en el consumo. ¿En qué medida te has visto afectado por esta situación y cómo crees que evolucionarán las cotizaciones a corto y medio plazo?

Rubén Garzón: Coincido plenamente con Eduardo, hay que transmitir seguridad, solvencia y seriedad al mercado. Si ya es complicado conseguir un cliente y retenerlo, más complicado aún es convencerlo para que vuelva a confiar en ti y comprar tus productos, sea aceite de oliva o biomasa.

Javier Olmedo: PoolRed es el visor en el que se mira el sector y se han vivido momentos que no se habían dado desde 1990, cuando el PoolRed comenzó a funcionar, con precios que han alcanzado los 8 euros en el caso del virgen extra. Ahora mismo, por las operaciones que se vienen registrando -cada vez menores en cuanto a volumen- no creemos que se vaya a producir un desplome de precios. Desde la Fundación del Olivar estamos trabajando en trasladar todos esos factores que influyen en el precio al Simposium Científico-Técnico de Expoliva para estar preparados ante el futuro que se avecina.

Antonio Milena: Como agricultores, tenemos un gran problema con la cosecha de la próxima campaña si no llueve, dada la situación crítica de la Cuenca del Guadalquivir. La situación actual favorece que los precios del aceite de oliva sigan siendo elevados, porque las producciones no van a ser altas. Si los políticos nos tienen totalmente abandonados -o al menos así nos sentimos-, es difícil transmitir seguridad y estabilidad para que el público confíe en el sector, como dice Eduardo, que es muy necesaria para mantener este nivel de precios que permita al agricultor tener una economía saneada.

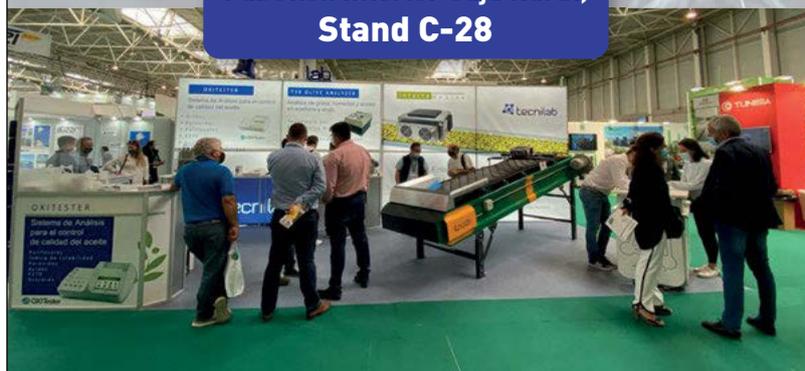
Álvaro Labella: Yo no sé si el aceite va a seguir subiendo, creo que es más lógico que se mantenga en estos valores y el precio llegue al lineal en su totalidad. Por otra parte, la del próximo año nunca va a poder ser una gran producción aunque llueva en la primavera y se garantice el riego, porque los árboles ya han sufrido mucho, por lo que el escenario va a ser de mantener precios altos. A mi lo que me da miedo es la destrucción de mercado

Un año más **Tecnilab**
estará presente en
Expoliva 2023

¡Como siempre..!

Además de nuestro sistema **INTACTA**,
presentaremos el **NUEVO ANALIZADOR**
de sobremesa para **ACEITUNA ENTERA**

Visítenos en:
**Pabellón Interior Caja Rural,
Stand C-28**



“Ahora mismo vivimos una situación de terrible debilidad en todos los eslabones de la cadena de valor. Los costes son importantes, pero es más determinante transmitir certidumbre, tranquilidad y seguridad; no se puede construir valor añadido vendiendo incertidumbre y problemas. Y aunque las lluvias son necesarias, no seamos tan ilusos de pensar que son el salvavidas del sector”
(Eduardo Valverde)

que ocasiona esta situación; el escenario actual es feo, pero puede ser todavía más feo si a esta escalada de precios le siguiera una gran producción en los próximos años.

Juan Vilar: La mejor manera de predecir el futuro -si ello es posible- es entendiendo y proyectando el pasado. Si retrocedemos en el tiempo 24 años, observamos que los ciclos de precios bajos son más largos que los de precios altos, y que a un momento de precios muy altos como el actual le ha seguido otra época de precios muy bajos. Ahora mismo sólo hay dos factores que pueden incidir en las cotizaciones: uno es a corto plazo, la climatología, que podría mejorar las expectativas de cosecha del próximo año -si lloviese abundantemente- y, por tanto, afectar a los precios; el otro es a largo plazo, el consumo, que se está deteriorando de manera gradual. En caso de lluvias muy copiosas, coincido con Álvaro en que el escenario con vistas a próximas campañas sería mucho peor que el actual y estaría marcado por la mala remuneración del producto, con un consumo bajo y un deterioro de la situación financiera. Hay que prepararse porque es muy probable que esto suceda.

Juan Carlos Marín: En el punto de venta ya se está notando la caída del consumo, que seguirá bajando a medida que siga subiendo el precio. Las previsiones de la próxima campaña dependerán mucho de cómo se comporte el año hidrológico, el agua lo dirá. Al hilo de lo que decía Eduardo, los mensajes que se están lanzando tampoco trasladan una

Intacta On·Line
La nueva era de la medición industrial

**Aceituna Entera sobre Cinta Transportadora
GRASA, HUMEDAD y ACIDEZ**

- Analiza toda la descarga
- 100% Automático
- Sin tomar muestras
- Sin molturación
- Sin atención humana



Soluciones Integrales de Laboratorio S.L

P.Ind La Llave, C/ Cereal, 34-36 Nave 1 19170 El Casar (Guadalajara)

Tel: +34 949 335 460

www.tecnilab.es



imagen muy positiva de la distribución, en el sentido de que parece que ganamos demasiado. Pero yo me pregunto: ¿cuánto es mucho y cuánto es poco? ¿y comparado con qué? Nosotros contamos con una gran ventaja, que es la diversificación del negocio, no dependemos sólo del aceite de oliva, aunque sea una parte importante. Os veo muy negativos y yo voy a lanzar un mensaje positivo: los datos demuestran que el cliente sigue apostando por la calidad, la grasa que menos ha disminuido su consumo es el virgen extra, el resto se han visto más afectadas por el aumento del precio. El virgen extra sigue aguantando estoicamente como un campeón, así que el mensaje es calidad, calidad y calidad. Por otra parte, nosotros lo que hacemos es intentar ser rentables, y os puedo garantizar que somos menos rentables que otros años porque tenemos que amortiguar múltiples subidas: de costes, de energía, de salarios... La gran distribución, aunque se nos acuse de muchas cosas, lleva a cabo una labor de servicio a la sociedad y mantiene muchos puestos de trabajo, pero, a pesar de los datos, también está sufriendo. Así que, en un momento de crisis como el actual, mis mensajes son dos: calidad y diversificación.

Antonio Serrano: Nosotros estamos asistiendo a la evolución de los precios con preocupación y, sobre todo, máxima prudencia. Es cierto que tiene que llover dos meses seguidos para poder revertir la situación y hasta ahora no lo estamos viendo. De seguir así, la campaña 2023/24 va a ser muy complicada. Por tanto, a corto plazo no veo un cambio de tendencia en los precios, que están muy firmes, no descartando que se mantengan e incluso suban, aunque teóricamente sea más fácil que bajen. Una situación muy peligrosa para el conjunto de los actores de la cadena de valor de la que sólo podremos salir si vamos todos de la mano.

Remigio Morillo: Nos encontramos en una situación inédita, con unos precios del aceite de oliva insospechados hace un año por estas mismas fechas debido sobre todo al desequilibrio existente entre la oferta y la demanda. Está claro

“Que no crea nadie que porque el aceite de oliva y los subproductos se vendan caros nos estamos forrando, porque no es así. Se está manteniendo un equilibrio muy frágil para poder sobrevivir esta campaña, y el que se equivoque lo va a pagar muy caro. Nos hallamos en un momento crítico de total incertidumbre y no sabemos qué va a pasar”

(Joaquín López)



“PoolRed es el visor en el que se mira el sector y se han vivido momentos que no se habían dado desde 1990, con precios que han alcanzado los 8 euros en el caso del virgen extra. Ahora mismo, por las operaciones que se vienen registrando, cada vez menores en cuanto a volumen, no creemos que se vaya a producir un desplome de precios”

(Javier Olmedo)



que el consumo va a caer, no porque el cliente no quiera o no pueda comprar aceite, sino simplemente porque no hay disponibilidad. Para combatir la incertidumbre por parte del consumidor de la que hablaba Eduardo hay que incidir en la promoción y la divulgación de las bondades -sobre todo saludables- del aceite de oliva, que siempre he dicho que es un bien de lujo a precios asequibles para cualquier familia media. Las lluvias, si llegan, contribuirán a tranquilizar el mercado, pero siempre con vistas a la próxima campaña. Las disponibilidades de aceite en España y a nivel mundial son las que son, y los consumidores serán quienes determinarán el precio final del producto en función de la demanda.

Joaquín López: Todo depende de que llueva o no, del verano que tengamos, de las sensaciones... y la sensación es que hay poco aceite. Se están cumplien-

do las reglas del mercado. Cuando la oferta baja y la demanda se mantiene, sube el precio, y al subir los precios en origen suben en los lineales. Ello puede provocar que terminen cayendo las ventas, como está sucediendo. Conviene recordar que, excepto los aceites de oliva, el resto de grasas vegetales han bajado, y se pueden abrir nuevos nichos de mercado. El aceite de oliva es muy importante en España y la Cuenca Mediterránea, pero en otros países no tienen ese apego al producto. Por otra parte, los precios han subido no sólo por la escasez de oferta, sino por los costes, que han aumentado muchísimo. Que no se crea nadie que porque el aceite de oliva y los subproductos se vendan caros nos estamos forrando, porque no es así. Se está manteniendo un equilibrio muy frágil para poder sobrevivir esta campaña, y el que se equivoque lo va a pagar muy caro. Nos hallamos en un



“Se ha producido una situación casi envenenada. Estamos ante un escenario inédito y muy complicado que exige actuar de forma gradual para poder salir adelante. Ahora mismo sólo hay dos factores que pueden incidir en las cotizaciones: uno a corto plazo, la climatología; y otro a largo plazo, el consumo”
(Juan Vilar)

un problema, pero también una oportunidad, y hay que estar preparado para saber leerla. Y esto no lo arregla la Administración reduciendo el IVA un 5%, es un brindis al sol, no es suficiente. En cuanto al precio del aceite de oliva, sería deseable que el incremento del mismo debido a la mala cosecha se quedase, al menos parcialmente, para darle rentabilidad al agricultor y a la cadena de valor. Porque el aceite de oliva no es caro; caros son los insumos, los fertilizantes, la electricidad... pero, si atendemos a la relación valor-precio, el aceite de oliva no es caro. Y por cierto, según los datos de Anierac se han caído los consumos de todos los aceites, también los de semillas y girasol, los baratos y los caros. ¿No será que el problema reside en la crisis económica? Las lluvias son necesarias, el agua es la vida, pero no seamos tan ilusos de pensar que son el salvavidas del sector. 🟢

momento de total incertidumbre y no sabemos qué va a pasar.

Eduardo Valverde: Este año, con la subida de costes se ha producido un fenómeno que no había visto nunca, como es el trasiego de agricultores de

cooperativas a industriales, y viceversa, en busca de eficiencia y liquidez. Nosotros hemos crecido en 200 agricultores esta campaña, y eso es anormal. Una situación de incertidumbre como esta evidentemente representa

INGENIERÍA AL SERVICIO DEL SECTOR AGROALIMENTARIO DESDE 1.992

Especializada en Energías Renovables. Colaboradora de la Agencia Andaluza de la Energía.



Almazaras y Plantas de Verdeo
Balsas y Depuración de Aguas
Biomasa y Fotovoltaica
Bodegas y Bebidas
Centrales Hortofrutícolas
Cogeneración y Renovables
Secaderos de Biomasa y Extractoras
Tramitación de Ayudas
Regadíos

IngerHidro S.L.

Urb. Pino Grande nº 100
41.410 Carmona (Sevilla)

954 68 74 65

639 30 28 14

ingerhidro@ingerhidro.com

www.ingerhidro.com



Almazaras Bioclimáticas



Aprovechamiento de Subproductos



Plantas e Instalaciones Fotovoltaicas



Almazaras 4.0.



Calderas de Vapor y de Biomasa



Reformas Integrales de Procesos





La apuesta por la calidad y la valorización de variedades autóctonas llega a las almazaras de Badajoz



Elaboración de AOVEs Premium de cosecha temprana. Reivindicación y puesta en valor de variedades autóctonas como la verdial de Badajoz -unas 30.000 hectáreas-. Cultivo ecológico y respeto al medio ambiente. Apuesta por la internacionalización. Así es la revolución que ha llegado a las almazaras de Badajoz y amenaza con instalarse en toda Extremadura.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

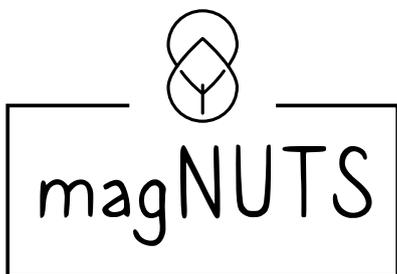
Agroavia, referente del AOVE temprano y de calidad en Badajoz



Situada en la localidad pacense de Lobón, Almazara Molero Maza (Agroavia, S.L.) es una pequeña almazara que nació con el propósito de mejorar la rentabilidad de los olivares familiares al abarcar tanto el proceso de cultivo y recolección como la transformación y venta del aceite obtenido. Su filosofía es clara: obtener un producto de la máxima calidad llevando a cabo el mejor manejo posible en todas las fases del proceso productivo -cultivo, recolección y elaboración- y poniendo en valor variedades autóctonas de olivares tradicionales de Badajoz, siempre desde el máximo respeto al medio ambiente. Un enfoque sostenible que se refleja en el escrupuloso cuidado de los procesos para generar una cantidad mínima de residuos aprovechando los subproductos derivados de su actividad.

Desde sus inicios, allá por 2014, Agroavia apostó por elaborar sus propios AOVEs Premium y ofrecer un servicio de aceite a maquila para ayudar a particulares y pequeños productores de la zona a lanzar sus aceites al mercado, actuando como ejemplo y catalizador y contribuyendo en gran medida a que apreciaran los vírgenes extra tempranos. Su maquinaria es convencional, no dispone de las mejores instalaciones ni de tecnología de última generación, pero “sí tenemos mejores aceitunas y más pasión que otras almazaras”, afirma su gerente, Laurentino Molero.

Pero, además de su inequívoca apuesta por la calidad, Agroavia ha fomentado la defensa y valorización de variedades autóctonas de la zona como la verdial de Badajoz -antaño denostada, pero con indudable potencial-, la pico limón, la carrasqueña o la morisca que le permiten obte-



PLANTAS RECEPTORAS DE FRUTOS SECOS

TRANSPORTADORES / DESPALILLADORAS

LIMPIADORAS / DESCAPOTADORAS

DESCHINADORAS



ALMENDRAS - PISTACHOS - NUECES



DISTRIBUCIÓN OFICIAL:

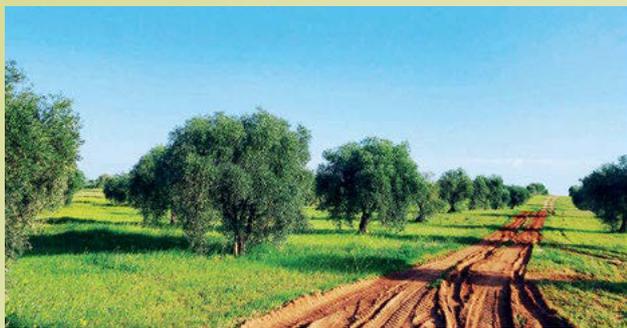


INGENIERÍA Y MONTAJE

Tlfn.: +34 661 539 791
bandascortes@bandascortes.com
www.bandascortes.com



www.bantrasur.com
Tlfn.: +34 633 512 053
bts@bantrasur.com
www.bantrasur.com



ner aceites diferenciales con características únicas, además de contribuir a la preservación de la biodiversidad. Variedades minoritarias que en muchos casos vegetan en olivares de difícil manejo que destacan por su rusticidad y tamaño, en ocasiones olivos centenarios de producción ecológica. No obstante, el grueso de su producción procede de olivares jóvenes de regadío que han ido ocupando las vegas bajas del Guadiana sustituyendo a otros cultivos como el maíz, el arroz, el tomate y los frutales.



Servicio de molturación a maquila

Al margen de elaborar y comercializar sus propios AOVEs Premium bajo las marcas *MM Gourmet*, *MM Ecológico* y *Carmina & Candela*, la almazara dispone de un servicio de molturación a maquila para pequeños productores, siempre con la vista puesta en la calidad, como muestran los distintos premios y reconocimientos obtenidos por sus clientes en diferentes concursos nacionales e internacionales. Sin miedo a la posible competencia, la almazara colabora incluso con ellos en ferias y eventos, así como en labores de comercialización.

La aceituna es recolectada a mano en su momento óptimo de maduración, aunque ello signifique la pérdida de rendimiento graso; mientras que la extracción se realiza en frío y los aceites son filtrados inmediatamente después de su molturación para evitar que partículas en suspensión puedan afectar a sus propiedades físico-químicas y organolépticas. José María Romano, el maestro de almazara, encargado de realizar entre 400 y 500 elaboraciones dife-



Desde sus inicios, **Agroavia** apostó por **elaborar** sus propios **AOVEs Premium** y **ofrecer un servicio de aceite a maquila** para ayudar a **particulares y pequeños productores** de la zona a **lanzar sus aceites al mercado**

rentes a maquila, señala que “en Agroavia creemos que una buena gestión de las explotaciones es necesaria para conservar el medio ambiente, y en este sentido el cultivo ecológico es una de las mejores maneras de conseguirlo”.



Zona de extracción de Almazara Molero Maza en Lobón (Badajoz).

Desde el momento de su creación, Almazara Molero Maza no sólo apostó por la calidad y la valorización de variedades autóctonas, sino también por la internacionalización. Lo explica su gerente: “Aunque España es el mayor productor mundial de aceite de oliva, la desinformación que ha habido durante muchos años en nuestro país ha hecho que la mayor parte de los consumidores españoles no sepan valorar la calidad de los aceites que se producen en las distintas zonas de España. Por eso no es extraño que en aquellos países donde no es habitual el consumo de AOVE las personas que se deciden a consumirlo se informen bien y prioricen la calidad al precio”. La almazara ya exporta sus AOVES Premium a países como Francia, Alemania, Reino Unido, Japón o incluso Emiratos Árabes Unidos.

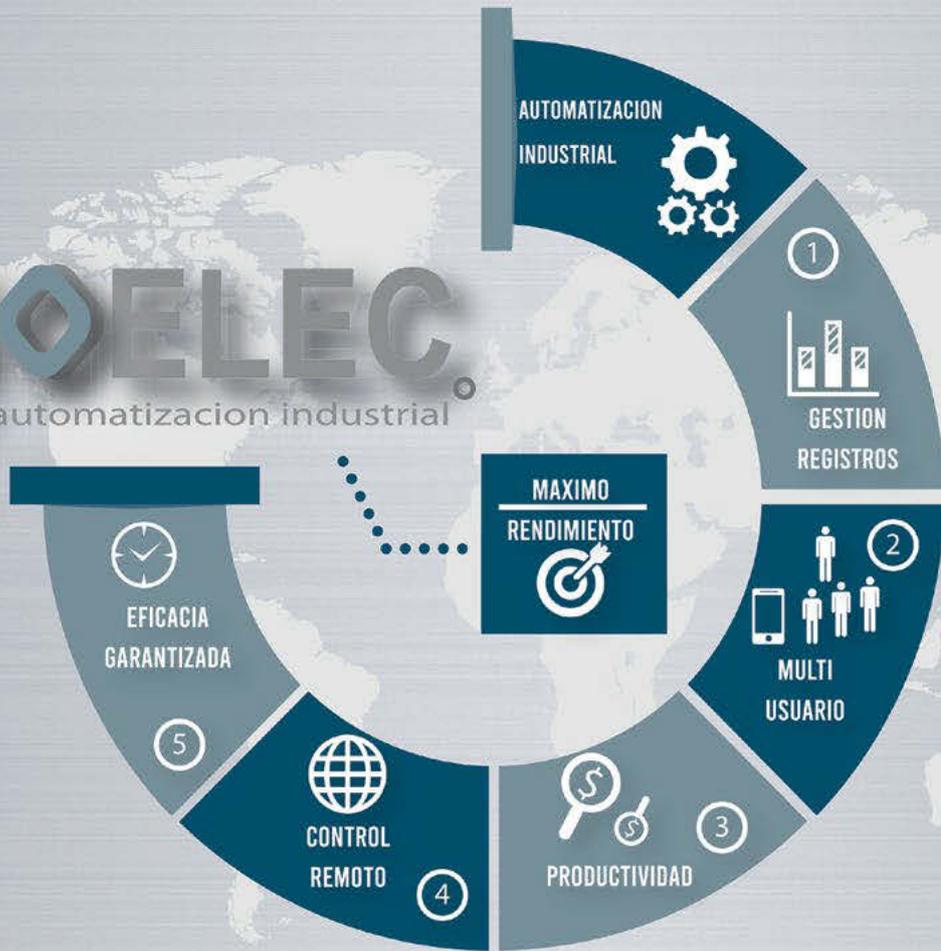
Finalmente, la empresa colabora con organismos e instituciones como el Centro Tecnológico Agroalimentario de Extremadura (CTAEX) en distintos proyectos de I+D+i. Un ejemplo de ello es un reciente estudio acerca de los efectos de la filtración en las características organolépticas de los aceites producidos. 💧





INOELEC

automatización industrial



Avd. Málaga nº37 bis
Montilla (Córdoba), España

+34 957664334 Oficinas

www.inoelec.com
info@inoelec.com

AUTOMATIZACION INDUSTRIAL - SOLUCIONES A SU ALCANCE



 **INDUSTRIA CONECTADA 4.0**
PIDE INFORMACION SIN COMPROMISO 



Aceite Emérita, herederos de un rico legado patrimonial

Francisco Manuel Curro Gómez, propietario de Secreto de Minerva, en su olivar junto a varios ejemplares centenarios de verdial de Badajoz.

Secreto de Minerva es una empresa familiar de productores -la actual es la cuarta generación- dedicada a la comercialización de AOVE y otros productos y servicios agrícolas. Radicada en un pequeño pueblo de la provincia de Badajoz, Esparragalejo, donde se elaboran aceites de oliva desde los tiempos de los romanos -como así lo constata un antiguo molino datado de aquella época-, la familia posee asimismo una tienda de ultramarinos, El Comercio.

“Amamos nuestro entorno rural y nuestras costumbres son parte de nuestro sello de identidad, nos esforzamos por mantener nuestro legado patrimonial”, afirma su gerente y propietario -junto a sus hermanos-, Francisco Manuel Gómez Jiménez, más conocido como Curro. “Buscamos la excelencia en todo el proceso -continúa-, la esencia de nuestros productos más allá de la teoría, con nuevos parámetros y fórmulas que mejoren cada fase del mismo, desde el campo hasta la mesa, contando con los mejores profesionales del sector. Se trata de mantener el sosiego en cada error, en cada dificultad o adversidad, y a partir de ahí aprender, desarrollar estrategias, compartir experiencias, analizar datos con expertos... Todo se resume en aportar valor añadido a nuestros productos, manteniendo nuestra identidad, nuestras variedades autóctonas, nuestra cultura... y así poder continuar desarrollando una agricultura sostenible y respetuosa con los espacios naturales, siempre con el objetivo común de obtener la máxima calidad posible en cada campaña”.

La explotación agrícola se encuentra repartida entre los términos municipales de Esparragalejo, Mérida y La Garrovilla y la empresa también ofrece sus servicios a terceros: laboreo, tratamientos fitosanitarios, poda, recolección, transporte... Además de vírgenes extra Premium y de cosecha

temprana, comercializados bajo la marca *Aceite Emérita*, el catálogo de productos se completa con mermeladas y untable de AOVE, esferificaciones en forma de perlas o caviar y condimentos aromatizados de AOVE, así como otros que verán la luz en el próximo año.

“Como pequeño productor -reconoce Curro- tenemos muchas dificultades para poder competir con márgenes de negocio aceptables debido a los costes de producción, amortización de maquinaria, fitosanitarios, portes, transformación, envasado, etiquetado, packaging, tapones... Al tratarse de pocas unidades, la escalada en los costes nos perjudica. Esta realidad que repercute en el precio final es compensada con horas y horas de trabajo no remuneradas, pero todo sea por la causa, que no es otra que ofrecer a nuestros clientes el mejor AOVE de calidad al mejor precio”.

Verdial de Badajoz: bella, fina y elegante

La principal variedad es la verdial de Badajoz -“muy bella, fina y elegante, por eso le gusta tanto a la mosca del olivo y debemos estar muy atentos en el campo para no comprometer la calidad de nuestro AOVE”, de piel delgada y gran elasticidad, que llega a alcanzar calibres que las despalladoras rechazan por considerar que son piedras. Unas características que también aumentan su valor como aceituna de aderezo, siendo una de las mejores variedades de doble aptitud en términos de calidad. Sus tonalidades en los diferentes estadios de maduración -verde intenso, verde primavera, verde pastel, amarillo pálido, anaranjado, rojo e incluso violeta y morado- ofrecen un abanico de colores ciertamente espectacular, apreciable tanto en el árbol como en los vaciados de las tolvas de recepción.

Son plantas con gran desarrollo vegetativo y brotes largos cada año, de ahí que deba realizarse una limpieza de



“Apostar por mantener y revalorizar nuestro patrimonio varietal supone preservar la biodiversidad y los ecosistemas, nuestras costumbres, tradiciones y cultura”, afirma Curro Gómez

aclareo anual y renovaciones controladas cada ciclo, en aras de evitar la proliferación de hongos y patógenos que afectan a la sanidad vegetal y al fruto, siendo especialmente sensibles al repilo, tuberculosis y mosca. El verdeo y la cosecha temprana reducen muchísimo la vejería en las plantaciones, permitiendo incluso obtener brotes en otoño renovando masa foliar. Su raíz no sólo busca y agradece suelos con mucho fondo, sino que esta variedad intenta llegar en superficie lo más lejos posible. Ello le aporta estabilidad, cercanía a la superficie y, por tanto, acceso a la humedad con poca pluviometría, así como a nutrientes en la capa normalmente más fértil

entre los diferentes estratos. Estas raíces no suelen competir con sus compañeras, respetando -en función del marco de plantación- los límites de copa o toques radiculares, factores a tener en cuenta a la hora de densificar las parcelas y que permiten a esta variedad adaptarse mejor que otras que presentan diferente crecimiento radicular.

En definitiva, hablamos de olivos muy rústicos y frondosos de vigor medio-alto, porte erecto, maduración tardía y alta productividad, con muy buena madera y cortezas irregulares, adaptables a cualquier marco de plantación -incluso a las nuevas plantaciones en superintensivo- tanto en riego como

Optimiza tu producción de aceite con nuestros equipos de extracción sencillos y eficientes

Ahorra tiempo y recursos con nuestras líneas de dos y tres fases, las cuales se caracterizan por su fácil mantenimiento y alto rendimiento.

Producciones entre 1.000 y 8.000 kg/h en continuo o por partidas.

TAOSA
TÉCNICAS ANDALUZAS DE CENTRIFUGACIÓN S.A.L.

Tu compañero de molienda

O seu parceiro na extração de azeite





Curro Gómez (a la dcha. de la imagen), junto a la pareja de empresarios estadounidenses que distribuye sus productos en Florida, rodeando y abrazando un olivo de la variedad cornicabra de Mérida que podría rondar los 500 años de edad.



en seco y a rangos amplios de temperaturas extremas. Superan el estrés hídrico con mayor celeridad al aprovechar de forma muy eficiente la humedad relativa del ambiente y sus grandes hojas y frutos constituyen reservorios para épocas estivales con baja pluviometría. “Un auténtico tesoro en nuestras manos que cada año aumenta su

valor en un espacio natural histórico, evolucionado y en continua adaptación a la zona en la que se desarrolla y a los tiempos que vivimos. Porque, para mi familia, el valor económico no prima sobre el valor ecológico e identitario”, sostiene con rotundidad Curro Gómez. En este sentido, Curro recuerda que “nuestras plantas han sido analizadas por parte del IFAPA para poder catalogarlas como verdial de Badajoz. De ellas se obtienen esquejes y continuamos sembrando, ampliando o renovando con nuestro patrón genético. Por tanto, de nuestros *mayores* nacen nuestros *pequeños*”.

En su apuesta por la agricultura sostenible, y tras implantar el sistema de Producción Integrada, la empresa lleva tres años consecutivos obteniendo la certificación ecológica para sus AOVEs y en la actualidad aspira a lograr el sello Olivos Vivos -la primera certificación agroalimentaria en la Unión Europea que garantiza recuperación efectiva de la biodiversidad-, “pues realizamos prácticas similares desde 1999 y estamos consiguiendo objetivos parecidos a los planteados por esta certificación”.

Con apenas cuatro años de vida, el proyecto familiar de Secreto de Minerva se encuentra en pleno proceso de expansión y crecimiento gracias sobre todo al boca a boca -“lo que más nos gusta y resulta más gratificante”- y a la participación en importantes concursos, ferias y eventos del sector

como Alimentaria Lisboa o el Salón de Gourmets de Madrid. A ello contribuye igualmente el impulso obtenido gracias a su colaboración con entidades como el mencionado CTAEX, la Diputación de Badajoz o las Cámaras de Comercio de Badajoz y Florida -de las que Secreto de Minerva es socio-. La empresa participa también en el proyecto REiNOVA, una iniciativa de cooperación transfronteriza entre Portugal y España que tiene como objetivo promover y potenciar la innovación en las microempresas del sector agroalimentario y facilitar su entrada en mercados externos. En este sentido, los primeros AOVEs de la firma ya han desembarcado en EEUU -en concreto en el estado de Florida- y pronto le seguirán el resto de sus productos.

Asimismo, la empresa colabora con Reseña Verde, Espacios Naturales S.L.L., una empresa de Badajoz que ofrece una selección exclusiva de productos gourmet, y ha introducido sus AOVEs en tiendas y establecimientos de delicatessen como Mamá Tierra (Almendralejo), La Despensa del Jampón (Badajoz) o La Oleoteca de Sevilla. Presente en la plataforma Badaccu -un proyecto orientado a digitalizar todo el sector empresarial y comercial de la provincia de Badajoz- desde el último trimestre del pasado año, *Aceite Emérita* inaugurará su nueva web -que alojará una tienda *on line*- durante la próxima primavera.

Curro concluye con un agradecimiento que extiende a todo el sector. “Me gustaría agradecer su esfuerzo a todos los agricultores, maestros de almazara, gestores y expertos que intervienen en cada proceso por emprender el camino de la búsqueda de la excelencia en un producto vivo tan delicado como es el AOVE, manteniendo variedades autóctonas y singulares de cada zona, modernizando y actualizando los sistemas productivos sin perder su esencia ni sus orígenes”. Y es que, en su opinión, “apostar por mantener y revalorizar nuestro patrimonio varietal supone preservar la biodiversidad y los ecosistemas, nuestras costumbres, tradiciones y cultura; es ser valiente a la hora de defender nuestras convicciones y desarrollar estrategias para mejorar los parámetros económicos que hagan atractivos nuestros campos”.





Río Lacarón o cómo cerrar el ciclo productivo hasta el consumidor final

Dedicado al cultivo del olivo y -desde 2018- a la producción y comercialización de su propio AOVE bajo la marca del mismo nombre, Río Lacarón, S.L. es otro de los pequeños productores de Badajoz que ha abrazado sin titubear la revolución de la calidad. Esta empresa familiar, localizada en el municipio de La Garrovilla, nació en 2007 tras la crisis de la burbuja inmobiliaria con el objetivo de explotar unas fincas que en su día se compraron para la extracción de áridos, decidiéndose por la plantación de olivos. En vista de que la explotación no era viable, a partir de 2017 se optó por darle un giro, adquiriendo nuevas fincas y maquinaria más moderna con un enfoque basado en la calidad, entendida como “el único camino para competir con otras empresas más grandes” -señala Diego Díaz, ingeniero agrónomo y director técnico de Río Lacarón, S.L.- y presente en todas las fases del proceso productivo. “Río Lacarón es un proyecto familiar que nace de la necesidad de explotar nuestras fincas de olivar y contribuir al mantenimiento del ecosistema, siempre desde el respeto al medio ambiente”.

“Nuestra privilegiada ubicación, en las fértiles Vegas del Guadiana, nos permite disfrutar de unas condiciones climáticas y geológicas perfectas para el cultivo del olivo. En primer lugar es primordial obtener un buen fruto -explica Diego-. Y eso se consigue cuidando del olivar en todas sus etapas: poda, abonado, riego y un exhaustivo control de plagas. Sin olvidar el esmero en la recolección -en su momento óptimo de maduración- y el transporte, para con-



Diego Díaz, ingeniero agrónomo y director técnico de Río Lacarón, S.L., junto a su hijo Daniel tras recoger el fruto de los olivos pico limón, una variedad autóctona de Badajoz.

seguir que la aceituna llegue a la almazara en las mejores condiciones y sin que sufra ningún daño. En segundo lugar está la experiencia y el buen hacer del maestro de almazara. El filtrado -con filtro de celulosa- y el almacenaje posterior resultan esenciales para conseguir la máxima calidad, envasando siempre bajo pedido. En nuestro caso el 90% de la producción se destina al cliente final, al que siempre ofrecemos un trato y atención personalizadas”.

En la explotación de Río Lacarón se cultivan diferentes variedades -aunque la más abundante es la picual-, entre ellas las autóctonas verdial de Badajoz -olivares centenarios- y pico limón -ejemplares de unos 15/20 años-. La primera de ellas se comporta muy bien en su doble vertiente de aceituna de aderezo y para almazara, mientras que la segunda es más valorada como aceituna de mesa, si bien su aceite -a pesar de tener un rendimiento muy bajo- es único. “El pico

DAMOS FORMA A TUS EMOCIONES

INGENIERÍA AGROALIMENTARIA

www.pastranaingenieria.com



Pastrana
Ingeniería y Servicios S.L.P.

Especialistas en el desarrollo de proyectos de almazaras

Redacción de Proyectos
Dirección facultativa de Obras
Tramitación de licencias administrativas
Gestión de ayudas y subvenciones
Gestión integrada de Proyectos





Distintas presentaciones y formatos de los monovarietales Río Lacarón.

El catálogo de productos de Río Lacarón incluye cinco AOVes de cosecha temprana procedentes de olivares tradicionales e intensivos manejados siguiendo las directrices del sistema de Producción Integrada



limón es un olivo muy resistente y poco vecero, aunque no ofrece producciones altas. El verdial sí es más productivo, pero tiene una vecería más marcada y hay que tener especial cuidado con el repilo y la mosca”, recuerda Diego Díaz.



A este respecto, Río Lacarón ha liderado un proyecto de I+D+i que ha contado con la participación del Área de Microbiología de la Universidad de León (ULE), el proyecto SAVEOLIVES (“Nuevas estrategias de gestión integral del olivo para el control de la verticilosis”), que plantea la definición de nuevas estrategias de gestión del olivo para prevenir la aparición de la enfermedad de la verticilosis y combatir el proceso infeccioso en plantaciones ya afectadas. Esta iniciativa también desarrollará técnicas de manejo de suelos mediante la aplicación de fertilizantes y enmiendas de éstos con el fin de provocar condiciones edáficas desfavorables para la propagación del hongo. Así, se pondrá en marcha la tecnología de los “suelos supresores” para contrarrestar la verticilosis del olivo a través de la aplicación en terreno de soluciones de actinobacterias del género *Streptomyces* antagonistas del hongo; al tiempo que se desarrollarán nuevos plantones de olivo resistentes a *V. dahliae* mediante la inoculación de las actinobacterias *Streptomyces* seleccionadas.

Próxima estación: agricultura ecológica

El catálogo de productos de Río Lacarón incluye cinco AOVes de cosecha temprana presentados en formato de vidrio de 250 y 500 ml., lata de 500 ml. y PET de 2 y 5 l.: los exclusivos monovarietales Premium de edición limitada de picual, arbequina,

verdial y pico limón; y el monovarietal picual de la gama retail, que destaca por su excelente relación calidad-precio. Todos ellos proceden de olivares tradicionales e intensivos manejados siguiendo las directrices del sistema de Producción Integrada y son filtrados a las 24 horas de su molturación.

“Tenemos la suerte de contar con la Almazara Molero Maza, que elabora nuestro AOVE a maquila. Grandes profesionales con los máximos estándares de calidad, como demuestra el hecho de que agotemos nuestras existencias cada año y nuestros aceites sean reconocidos desde 2018 con algún premio a la calidad”. El último, como ganador en la categoría Producción Limitada de la VI Cata-Concurso de Aceites de Oliva Vírgenes Extra “Provincia de Badajoz, Cosecha Temprana” de la campaña 2022/23, certamen organizado por el Área de Transformación Digital y Turismo de la Diputación de Badajoz en colaboración con el CTAEX y el Centro de Investigaciones Científicas y Tecnológicas de la Junta de Extremadura (CICYTEX).

Para Diego, dos son los factores que le hacen ser optimista en cuanto a sus perspectivas de crecimiento: la firme apuesta por la calidad y la diversidad de aceites que componen su oferta, algunos de ellos obtenidos de variedades autóctonas de Badajoz que de otro modo se verían abocadas a su extinción, “perdiendo un valiosísimo material genético que en el futuro puede servir para crear otras variedades”.

“El siguiente paso -prosigue- será pasarnos a la agricultura ecológica, de la que ya venimos adoptando prácticas como las cubiertas vegetales segadas, trampas para insectos, etc. Creemos que los productos ecológicos serán el futuro, de hecho en el centro y norte de Europa ya tienen muchísimo peso”.

El director técnico de Río Lacarón -íntimo amigo de Curro Gómez, por cierto- considera que “tal y como está el sector, la única forma de hacer viable la explotación es cerrar el ciclo productivo hasta el consumidor final. Desde aquí animamos a los pequeños productores a que se aventuren a crear su propio producto y ponerlo en valor”. Y no sólo dentro de España: su mercado objetivo es muy amplio, tanto a nivel europeo -sobre todo Alemania, Países Bajos, Francia y Bélgica, países donde la firma ya está introducida- como extracomunitario, con planes a medio-largo plazo para desembarcar en EEUU, México o China. 💧



Innovaciones Oleícolas, S.L.

FABRICACIÓN Y MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA OLEÍCOLA



innovamos para mejorar la producción de su almazara

No más vertidos

SISTEMA OLEOSIM[®] (PATENTADO)



PREMIO A LA INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA
de la XV Feria Internacional del Olivo de Montoro (Córdoba) 2010

Pol. Industrial Los Llanos, 6 - 14850 BAENA (Córdoba) - Telf. 957 69 23 89 - Fax 957 66 51 36

www.innovacionesoleicolas.com

Verdial de Badajoz, una variedad histórica y singular que renace por sus aromas

En Extremadura se pueden citar como principales variedades de olivos la cornicabra o corniche, manzanilla de Sevilla, morisca, pico limón y verdial de Badajoz. A ellas se suman las variedades picual y arbequina debido al gran crecimiento registrado en los últimos 15 años del olivar de regadío, sobre todo en las Vegas del Guadiana. Esta riqueza varietal crea un microcosmo sensorial de gran valor gastronómico, aunque poco conocido fuera de la comunidad extremeña. La verdial de Badajoz, más conocida a nivel internacional por su árbol y fruto que por la calidad de su aceite -su alto rendimiento graso y tardía maduración retrasaba en exceso su recogida, no permitiendo apreciar su potencial sensorial con una recolección más temprana-, es una variedad que está mostrando una intensidad y amplitud de descriptores aromáticos que le permiten auparse a los primeros puestos en los concursos a la calidad del AOVE.



Olivo centenario de la variedad verdial de Badajoz en Esparragalejo.

Por Alfonso Montaña¹, Sofía Redondo¹ y Fátima Chamizo²

Existe una obra maravillosa, el “*Libro de los Oficios del Monasterio de Guadalupe*”, que recoge los trabajos y labores que se realizaban en dicho monasterio entre finales del siglo XV e inicios del siglo XVI. Dado en 1509, en él se recogen -además de citas y cifras de aceitunas, aceites, variedades o su aptitud para un fin, así como su aderezo- importantes referencias que refrendan el valor del olivar y de una de sus variedades principales.

En la lámina nº138 se nombran dos de las principales variedades de sus olivares, la “manzanilla” -como referencia a la “manzanilla cacereña”- y “original o judiega”, siendo éstas homonimias de la “verdial de Badajoz”, implantada en muchas localidades extremeñas (Figura 1). De hecho, *Barranco et al.* (2005) la localizan en Castañar de Ibor y Guadalupe. A día de hoy se sigue denominando “judiega” a la verdial de Badajoz

Recientemente se ha vuelto a apostar por aceites Premium de esta variedad optando por potenciar sus virtudes con una recolección más temprana de lo habitual

en zonas de las comarcas de las Vegas Altas del Guadiana o La Serena.

Por tanto, junto a la datación de olivos casi milenarios en localidades como La Garrovilla, Cordobilla de Lácara y Esparragalejo, estas referencias son claves porque localizan este olivar en la comarca como cultivo para la producción de aceite, pues es descrito como “malo” para la conservación en salmuera en comparación con la “manzanilla”.

Características del cultivo en Extremadura

Esta variedad -conocida con otros nombres tales como “mollar” (en la zona de Cabeza del Buey), “macho”, “judiega”, “original” o simplemente “verdial”- es cultivada principalmente en la provincia de Badajoz (Lácara, Alburquerque y Vegas del Guadiana) y la comarca de Montánchez (Cáceres), siendo esta última la segunda en extensión de dicha variedad (6.178 ha.), cifrándose el total en España en unas 30.000 ha.

Sus olivos son de vigor medio-alto, es tardía en la entrada en producción y, aunque con alta productividad en aceituna y kilos de aceite por árbol, es una variedad muy vecera. Además, se trata de una variedad de aptitud media para la mecanización, con frutos de tamaño medio-alto, largo pedúnculo y resistente al desprendimiento. Su hoja posee una típica forma lanceolada muy característica, larga y de anchura media que

¹ Centro Tecnológico Nacional Agroalimentario “Extremadura” (CTAEX) / amontano@ctaex.com

² Compañía de Investigación y Producción Agroalimentaria (CEINPASA)

La combinación perfecta para su olivar



Kubota



Kubota **M5-112 Narrow** y pulverizador **XTA33**
Máxima potencia, rendimiento y total precisión para su olivar



kes.kubota-eu.com / [@kubotaspain](https://www.instagram.com/kubotaspain) / [#kubota](https://www.facebook.com/kubota)

For Earth, For Life
Kubota

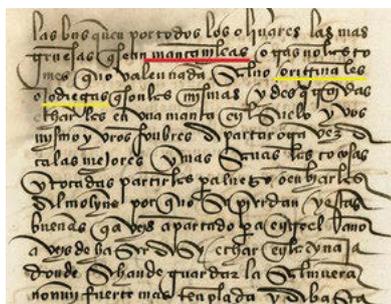


Figura 1. Detalle de una de las primeras referencias escritas de la variedad manzanilla (en rojo) y "original" o "judiega" -verdial de Badajoz- (en amarillo) en el año 1509.

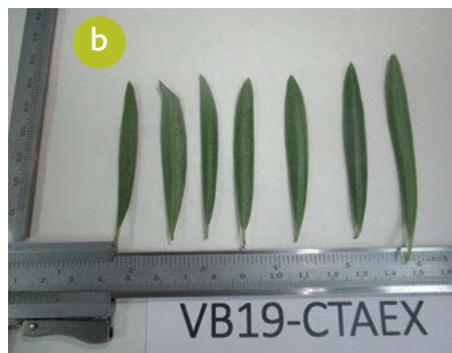


Figura 2. El olivo se caracteriza por hojas lanceoladas, largas y finas. (a) Muestra de hojas de verdial de Badajoz de Esparragalejo; (b) muestra de hojas de verdial de Badajoz del olivar de CTAEX.

Esta variedad puede ofrecer aceites con una alta calidad físico-química, caracterizados por su color amarillo, una elevada fluidez otorgada por su alto contenido en ácidos grasos poliinsaturados y un contenido en fenoles medio-alto en función de la campaña

le permite ser fácilmente identificada (Figura 2a y 2b).

Se la considera una variedad rústica por su adaptación a suelos pobres y su resistencia a la sequía, pero posee una escasa capacidad de enraizamiento. Además, es sensible al frío y -a nivel de plagas y enfermedades- al repilo, la tuberculosis y la mosca del olivo.

Frutos y maduración

La verdial de Badajoz es conocida tradicionalmente como una variedad tardía y con una maduración pausada. De acuerdo al trabajo de Montaña (2016), superaría el IM=2 en la primera semana de diciembre y tendría una maduración lenta, con unos 50 días entre el IM=2 hasta alcanzar el IM=4 -sirva como referencia que la variedad manzanilla caceña, la más temprana de Extremadura, alcanza el IM=2 33 días antes y en tan

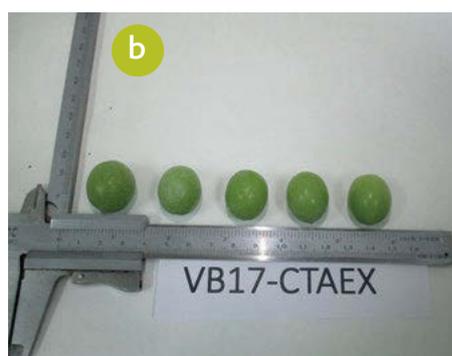


Figura 3. Los frutos de verdial de Badajoz suelen ser grandes y esféricos. (a) Muestra de frutos verdes de verdial de Badajoz de Esparragalejo; (b) muestra de frutos de verdial de Badajoz del olivar de CTAEX.

sólo 24 días pasaría de IM=2 a IM=4. A pesar de esa maduración tardía, en años de escasa producción de aceituna de mesa es muy demandada para aderezo en verde y para elaboración aliñada por su buena textura (dureza) y calibre. Sus frutos suelen ser de gran tamaño, con un peso de entre 3,5-6,0 gr. por fruto, con una alta relación pulpa-hueso (Figura 3a y 3b).

La maduración de esta variedad presenta una peculiaridad, contraria a la que se puede observar para la variedad morisca. Así, mientras la maduración de morisca se caracteriza por la práctica ausencia del IM=1 por el mantenimiento de la pigmentación verde hasta la aparición de la pigmentación morada por los antocianos, las aceitunas de verdial de Badajoz pierden casi totalmente la pigmentación verde antes de que aparezca la morada. Esta pérdida de pigmentación se analizó objetivamente mediante espectrocolorímetro en la tesis de Montaña (2016), siendo la verdial de Badajoz la que tenía menor índice de color

(determinado a partir de los parámetros CIELAB: a* y b*) entre las ocho variedades principales de Extremadura con IM=2 y IM=3.

Rendimiento graso y extractabilidad

Los frutos de esta variedad son conocidos por su elevado contenido graso, pudiendo llegar a alcanzar un rendimiento graso sobre seco (RGS) cercano al 50%. No obstante, al terminar el envero puede alcanzar de media un valor de RGS superior a 48% (Tabla 1).

Esta síntesis de aceite es tardía -sus frutos alcanzarían su máximo contenido en torno al 29 de diciembre-, con un crecimiento lento y constante a lo largo de la maduración (Figura 4). En un estado temprano, con IM=1,2, los frutos poseen ya un RGS de entre el 35-40%. Tras el envero, con un IM=3,3, ya estaría cerca de su máximo contenido, cercano al 50%.

A pesar de ese elevado contenido graso, la extractabilidad de sus aceites



www.ceratinex.com



QUEREMOS QUE
TE SIENTAS

ORGULLOSO
DE TUS
CULTIVOS

BIOCONTROL DE LA MOSCA DEL OLIVO *BACTROCERA OLEAE*

Atrayente alimenticio en pastillas que se disgregan en agua, para la captura de machos y hembras de *Ceratitis capitata*, *Bactrocera oleae* y otras moscas de la familia Tephritidae.



CERATINEX[®]

ATRAYENTE



900 502 401 • www.e-econex.com • PRODUCTOS FABRICADOS EN ESPAÑA

Época de muestreo	IM	RGH (%)	Humedad (%)	RGS (%)	MSD (%)	RIA (%)	Extract. (%)
Temprana Segunda quincena octubre	1,2±0,7	15,7±3,7	57,3±6,4	37,3±8,9	27,0±6,9	11,3±4,7	71,3±20,8
Media Noviembre- primera quincena diciembre	2,3±0,7	18,9±3,2	55,5±5,6	42,7±7,0	25,6±5,3	11,3±3,2	60,6±17,8
Tardía Segunda quincena diciembre-enero	3,3±1,0	23,7±2,9	51,1±4,1	48,6±5,8	25,2±4,2	18,8±4,9	77,7±13,4

Tabla 1. Parámetros de índice de madurez (IM), contenido graso sobre húmedo (RGH) y seco (RGS), humedad, materia seca desengrasada (MSD), rendimiento industrial Abencor® (RIA) y Extractabilidad (Extract.) para aceitunas de la variedad verdial de Badajoz (Montaño, 2016).

	Acidez (%)	Índice de peróxidos (meq O ₂ /kg)	K232	K270	Delta-K
Estado A	0,10±0,023	7,5±4,4	1,58±0,13	0,14±0,02	0,00±0,00 b
Estado B	0,10±0,03	6,7±2,1	1,61±0,18	0,15±0,04	0,00±0,00 b
Estado C	0,10±0,02	6,5±1,4	1,50±0,11	0,13±0,03	-0,01±0,01 a

Tabla 2. Parámetros de calidad básicos de los aceites de verdial de Badajoz extractados por Abencor® en diferentes estados de maduración (Montaño, 2016).

	Carotenoides (mg./kg.)	Clorofilas (mg./kg.)	Pigmentos totales (mg./kg.)	Ratio Clorofilas/Carotenoides
Estado A	9,9±5,9	13,7±12,7	23,6±18,5	1,24±0,34 a
Estado B	7,6±3,3	8,7±6,5	16,4±9,6	1,06±0,
Estado C	7,3±2,0	8,0±3,7	15,3±4,9	1,14±0,53

Tabla 3. Composición en pigmentos en los aceites de verdial de Badajoz en diferentes momentos de su maduración (Montaño, 2016).

no es alta. Aunque el RIA aumente a lo largo de la campaña conforme aumenta el RGH, posee una extractabilidad media en Abencor® de alrededor del 67%. No es una variedad que se caracterice por ofrecer pastas difíciles -aunque tal circunstancia podría darse debido a la humedad de la pasta, como ocurre en otras muchas-, disminuyendo su extractabilidad con humedades por encima del 57%.

Parámetros de calidad

Sus aceites se caracterizan por unos valores de acidez que permanecen por debajo del 0,2% a lo largo de la maduración mientras no haya intervención de microorganismos o daño por mosca y se mantenga la integridad del fruto. De igual forma, en los aceites de verdial de Badajoz no se aprecia una clara evolución de sus valores de peróxidos a lo largo de la ma-

duración, siendo sus valores medios inferiores a 9 meq O₂/kg. (Tabla 2).

Pigmentos clorofílicos y carotenoides

En general, los aceites de esta variedad se caracterizan por su fluidez y color amarillo oro. Esto segundo se debe a que, junto a los de las variedades arbequina y manzanilla de Sevilla, los de verdial de Badajoz son, entre los principales aceites monovarietales de Extremadura, de los que presentan menos contenidos en clorofilas y menor ratio entre pigmentos clorofílicos y carotenoides.

Sus aceites, de acuerdo a estudios previos, se caracterizan por una presencia intermedia de pigmentos, con valores más elevados en el Estado A, en los que los carotenoides alcanzaron los 10,5 mg./kg., mientras que las clorofilas llegaron a 15,0 mg./kg. Estos

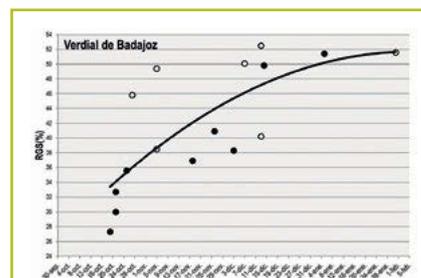


Figura 4. Correlaciones cuadráticas entre RGS (%) y fecha de recolección de las muestras de aceitunas de la variedad verdial de Badajoz en las dos campañas. Marcador con fondo negro: campaña 2009/10; marcador con fondo blanco: campaña 2010/11 (Montaño, 2016).

valores están lejos de los 25-27 mg./kg. que se pueden obtener con los aceites tempranos de manzanilla cacereña o morisca en estado verde. Sus aceites poseen un equilibrio entre los dos grupos de pigmentos una vez arrancado el enviro (Tabla 3).

Composición de ácidos grasos

Tras el color, la segunda de las características de los aceites de verdial de Badajoz es su fluidez, una cualidad aportada por su singular composición de ácidos grasos. Su perfil de ácidos grasos se caracteriza por altos contenidos en linoleico y linoléico (ácidos grasos incluidos en el grupo de los Omega 3); y los más bajos de oleico entre las variedades principales en Extremadura: entre el 61,8% en enviro y el 64,3% en maduro (Tabla 4). El contenido en linoleico en estos aceites es el más alto de los aceites de Extremadura, estando comprendido entre el 18,9% en enviro y hasta un 17,5% en verde. Mientras para la mayoría de las variedades el palmítico es el segundo ácido graso mayoritario, en el caso de la morisca y verdial de Badajoz el segundo mayoritario es el linoleico y el tercero, el palmítico.

Esta característica -que la verdial de Badajoz es una variedad de muy bajo contenido en oleico, con valores medios del 57,4%- es conocida y ha sido contrastada por el Banco de Germoplasma de Córdoba (Barranco et al., 2005). Dichos valores han sido observados en algunas muestras puntuales analizadas en este trabajo de Montaño (2016), si bien los valores medios observados para olivos cultivados en Extremadura



VOLTEADOR HIDRÁULICO MRS

**EL VOLTEADOR MÁS
INNOVADOR DEL MERCADO**



Seguro
Preciso
Duradero
Compacto
Ergonómico
Fácil de manejar



Sistema de bloqueo y válvula patentados

TECNOAGRI SRL
Tel.: +39 0545 85023
commerciale@tecnoagri.it

www.tecnoagri.it

fueron superiores a los publicados por el Banco de Germoplasma de Córdoba.

El cambio climático podría afectar a esta variedad, pues ya presentó en el trabajo de Montaña muestras puntuales que sobrepasaban el valor máximo legislado para linoleico (C18:2), linolénico (C18:3), aráquico (C20:0) y/o gadoleico (C20:1). No obstante, tal circunstancia debe ser contemplada como un aspecto anecdótico, sobre todo con la recolección temprana. Esta casuística será abordada por CTAEX junto a Río Laca-rón, S.L. en un próximo Grupo Operativo Regional denominado DOULIVA con el objetivo, entre otros, de reducir el posible impacto de las condiciones ambientales del cambio climático en la composición del aceite como resultado final.

Para explicar estas circunstancias hay que unir la síntesis de aceites (aumento del RGS) con el perfil de ácidos grasos. En todas las variedades, de forma general, existe un aumento mayor del contenido en oleico entre los estadios verde y envero (IM entre 1,5-3,3) que en los anteriores al verde (IM<1,5); diluyéndose otros ácidos grasos presentes en el oleosoma que son sintetizados en menor o nula cuantía por la mayor síntesis de triglicéridos en los que domina el ácido oleico. En las etapas iniciales de lipogénesis, las condiciones estivales podrían dirigir la producción de ácidos grasos PUFA y palmítico, en detrimento de esteárico y oleico. Esta jerarquización en la síntesis de ácidos grasos podría marcarse aún más con las condiciones de cambio climático.

Contenido en fenoles

Los aceites de oliva vírgenes de la variedad verdial de Badajoz presentaron un contenido alto de fenoles totales, con valores medios en torno a 550 mg./kg. En los dos años de estudio de Montaña (2016) se observó un rango de valores muy amplio en el contenido de fenoles totales, con una campaña con valores obtenidos por Abencor® en torno a 1 gr./kg. frente a los de la campaña siguiente, con valores inferiores a 400 mg./kg.

Entre estos fenoles destaca DAL (formas dialdehídicas de la aglicona del ligustrósido), que fue el mayoritario en los aceites de esta variedad. Exhiben

Verdial de Badajoz	Estado A	Estado B	Estado C	Total muestras
	Media±D.S.	Media±D.S.	Media±D.S.	Media±D.S.
C15:0	0,02±0,01	0,02±0,01	0,01±0,01	0,01±0,01
C15:1	0,01±0,01	0,01±0,01	0,00±0,01	0,00±0,00
C16:0	15,05±0,97 c	13,30±1,03 b	11,89±0,86 a	13,51±1,68
C16:1	0,97±0,35	0,73±0,14	0,73±0,22	0,80±0,28
C17:0	0,06±0,01	0,07±0,01	0,06±0,01	0,06±0,01
C17:1	0,07±0,01	0,07±0,01	0,07±0,01	0,07±0,01
C18:0	2,19±1,21 a	3,08±0,55 ab	3,49±0,69 b	2,89±1,03
C18:1	62,12±3,16	61,83±2,73	64,33±4,82	63,17±3,59
C18:2	17,51±3,64	18,94±2,53	17,52±4,32	17,52±3,32
C18:3	0,92±0,24	0,77±0,10	0,76±0,08	0,83±0,17
C20:0	0,52±0,04 a	0,58±0,04 b	0,56±0,04 ab	0,55±0,04
C20:1	0,35±0,07	0,41±0,09	0,39±0,09	0,37±0,08
C22:0	0,13±0,01 a	0,15±0,01 b	0,14±0,01 ab	0,14±0,02
C24:0	0,08±0,02	0,08±0,01	0,07±0,01	0,08±0,02
SFA	18,05±1,35 b	17,26±1,06 ab	16,21±0,70 a	17,24±1,29
MUFA	63,53±2,88	63,02±2,56	65,52±4,57	64,41±3,36
PUFA	18,43±3,66	19,71±2,47	18,27±4,30	18,35±3,31
MUFA/PUFA	3,59±0,88	3,25±0,51	3,81±1,14	3,65±0,86
SFA/PUFA	4,00±0,65 b	3,62±0,49 ab	3,15±0,31 a	3,62±0,61

Tabla 4. Composición de ésteres metílicos de ácidos grasos (%) de los AOVs de la variedad verdial de Badajoz. Letras minúsculas diferentes indican diferencias significativas para significancia p<0,050 según el test de Duncan. La ausencia de letra indica que no se registró efecto significativo entre los distintos tratamientos por ANOVA (Montaña, 2016). SFA: ácidos grasos saturados; MUFA: ácidos grasos monoinsaturados; PUFA: ácidos grasos poliinsaturados.

Compuestos fenólicos y grupo de fenoles	Estado A	Estado B	Estado C	Total Muestras
	Media±D.S.	Media±D.S.	Media±D.S.	Media±D.S.
Hidroxitiroso	6,4±5,8	12,2±17,3	5,5±6,0	8,0±10,8
Tiroso	7,1±3,4	13,4±16,1	9,2±5,5	10,0±10,2
Ac. vanílico	0,4±0,3	0,2±0,4	0,6±0,6	0,4±0,4
Vanilina	0,0±0,0	0,0±0,0	0,0±0,0	0,0±0,0
Ac. p-cumárico	0,9±0,6	1,0±0,7	1,2±1,0	1,0±0,7
Acetato de hidroxitiroso	0,6±1,3	10,9±16,9	0,0±0,0	4,3±11,1
DAO	144,0±192,7	245,3±290,5	166,8±121,1	187,7±213,7
Acetato de tiroso	0,0±0,0	0,0±0,0	0,0±0,0	0,0±0,0
DAL	167,5±133,3	277,4±288,4	320,2±201,7	246,9±214,7
Lignanos+Ácido cinámico	26,1±14,1	31,1±14,7	46,6±17,8	33,1±16,5
AAO	23,8±35,5	7,4±49,1	50,7±32,2	39,4±39,8
AAL	9,0±22,1	19,6±31,0	15,9±25,3	14,7±25,2
Ac. ferúlico	0,1±0,3	0,5±1,0	0,7±0,6	0,4±0,7 a
Luteolina	1,3±1,8	6,0±5,8	3,0±3,1	3,5±4,3
Apigenina	0,5±0,7	1,6±2,2	1,2±1,2	1,1±1,6
Fenoles totales	387,6±375,2	666,6±678,8	624,2±381,7	551,4±497,1
Derivados secoiroideos	344,4±369,5	589,7±633,0	553,6±359,2	488,7±467,4
Orto-Difenoles	176,0±233,6	321,8±355,7	228,7±151,9	243,8±263,3

Tabla 5. Composición de fenoles en los AOVs obtenidos de aceitunas de la variedad verdial de Badajoz procedentes de diferentes localidades recolectadas en tres épocas de maduración en las campañas 2009/10 y 2010/11.

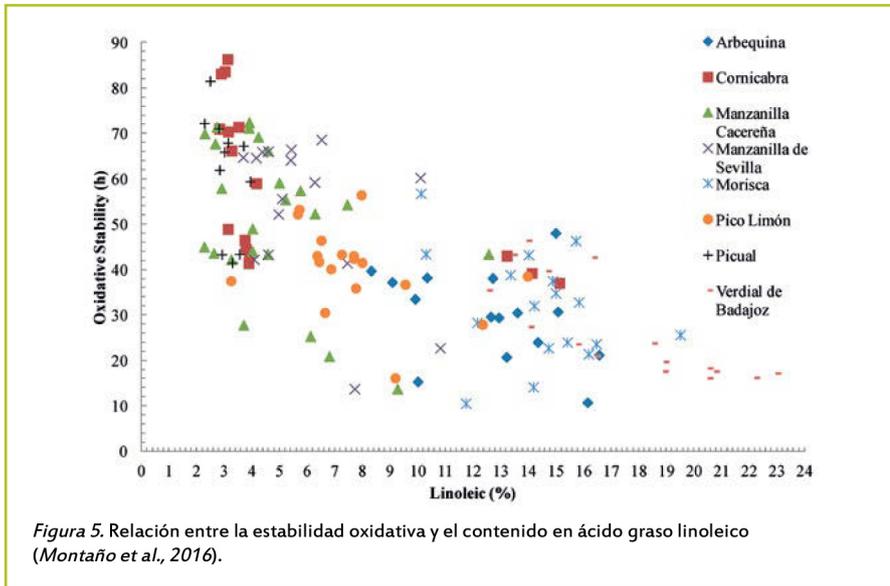


Figura 5. Relación entre la estabilidad oxidativa y el contenido en ácido graso linoleico (Montaño et al., 2016).

Estado de maduración	Estado A	Estado B	Estado C
Estabilidad oxidativa (h)	24,3±10,3	23,4±9,8	35,0±12,0

Tabla 6. Valores medios de estabilidad oxidativa medida por Rancimat® de aceites de verdial de Badajoz en diferentes momentos de maduración (Montaño, 2016).

valores elevados de lignanos y ácido cinámico, y bajos contenidos en AAO, AAL (formas aldehídicas de la aglicona

de la oleuropeína y de ligustrósido, respectivamente) y acetato de tirosol, que incluso no se detectó (Tabla 5).

Estabilidad oxidativa

Otra característica de los aceites de esta variedad es su baja estabilidad oxidativa, con un valor medio de 26,3 horas medidas por Rancimat® (100° C, 15 L/h de aire) (Tabla 6).

En la Figura 5 se muestra la estabilidad oxidativa en relación al contenido en linoleico de los aceites de esta variedad junto a los de las otras siete variedades principales de Extremadura. Así, se aprecia una tendencia exponencial en la que los aceites de verdial de Badajoz, morisca y arbequina serían los menos estables. De forma general, se ha observado que la estabilidad oxidativa de los aceites de estas tres variedades -todas con bajos valores de oleico- estaría influenciada por el contenido de fenoles, sobre todo por el fenol mayoritario, que suele alcanzar alrededor del 50% de los fenoles totales. En cambio, las variedades con mayor contenido en oleico y menor contenido en linoleico (menos del 12,5%) han presentado una menor influencia de los compuestos fenólicos sobre la estabilidad oxidativa, no

INOXCAUCHO

Confiamos el mantenimiento de tus bombas



- Somos fabricantes
- Trazabilidad y Seguridad Alimentaria: Nuestro caucho NBR 1250 cumple el Reglamento (CE) 1935/2004 y el Real Decreto 847/2011 para el contacto con aceite de oliva. Es conforme a la FDA y está libre de Ftalatos.
- Completa gama de statores, rotores y componentes en stock.
- Nuestros productos aumentan el rendimiento significativamente.
- Fácil sistema de montaje y desmontaje.
- Entrega inmediata.



www.inoxcaucho.com

Ibaizabal, 29 | 48960 Galdácano (Vizcaya)
 telf.: 94 456 03 15 | inoxcaucho@inoxcaucho.com

descartándose que pudieran tener lugar relaciones más complejas entre los ácidos grasos y los compuestos fenólicos. Por tanto, con estos resultados, para potenciar la estabilidad oxidativa es necesario buscar una forma de elaboración que incremente el contenido de derivados secoiroideos. En los aceites de verdial de Badajoz, la recolección temprana favorecería la mayor presencia de pigmentos verdes y de compuestos fenólicos en sus aceites.

Características sensoriales

A nivel de cata, los aceites de oliva vírgenes extra procedentes de la variedad verdial de Badajoz se caracterizan por poseer una intensidad de frutado media (5,0-6,0) en sus estados en verde y envero, con unos descriptores que evocan más a verde hoja que a hierba. El aroma a verde hoja evoca a la infusión de hojas de olivo, sobre todo en los aceites más tempranos. Es un aceite que en estos estados más tempranos resulta complejo, con notas de alcachofa, cítricos, plátano verde y/o manzana. En boca es un aceite que en verde se muestra muy potente, con un intenso pero agradable y persistente amargor, que destaca por encima del picante, y con ligera astringencia (Figura 6a).

Conforme la aceituna madura, las intensidades se mantienen y los descriptores van evolucionando, perdiendo ese “verdor” para dar lugar a frutas ligeramente más “hechas” -no tienen que ser maduras-. En envero los protagonistas son sus descriptores: el plátano verde pasa a plátano en su momento óptimo y destacan más las verduras como la tomatera, junto a aromas a plantas del campo. El amargo y el picante pierden intensidad para ofrecer aceites más equilibrados. A nivel visual, se aprecia más el color amarillo oro del aceite al descender el contenido en clorofilas en los aceites de estos frutos en envero (Figura 6b).

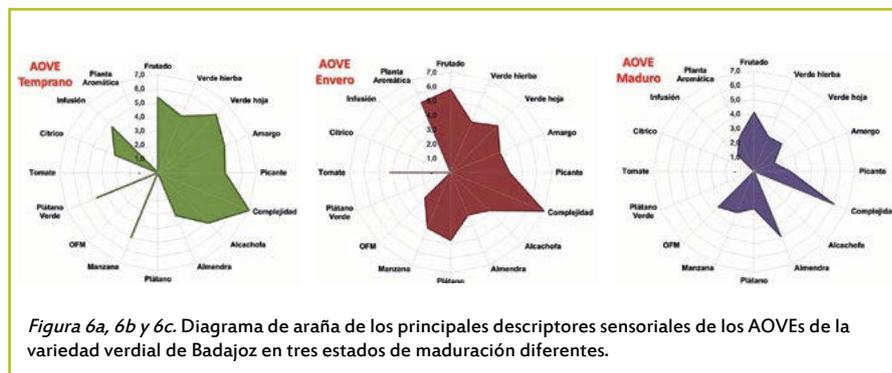


Figura 6a, 6b y 6c. Diagrama de araña de los principales descriptores sensoriales de los AOVEs de la variedad verdial de Badajoz en tres estados de maduración diferentes.

En la recolección madura el aceite pierde intensidad de frutado, con ligero aroma sobre todo a verde hoja. Sigue presentando una complejidad aromática en la que se mezclan las frutas maduras (plátano, manzana...) con las plantas aromáticas y la almendra cruda. En boca la intensidad del picante es ligeramente superior a la del amargo, que pasa a ser ligero (Figura 6c).

Como todos los AOVEs monovarietales, a lo largo del ciclo de maduración se percibe una progresión de los aromas como si del desarrollo de una flor se tratase, desde el capullo inmaduro hasta la marchitez, pasando por su momento de máximo esplendor al abrir sus pétalos. Así, a lo largo de la campaña diferentes elaboradores en Badajoz han buscado su momento óptimo para obtener este zumo en función de su posicionamiento en el mercado. Es por ello que encontramos aceites verdes, de cosecha temprana y los obtenidos en diciembre, que cubren todas las necesidades de uso de este zumo de verdial de Badajoz, lo que ha permitido reconstruir su fama.

Corolario

La verdial de Badajoz es una de las principales variedades en España, de gran importancia en la zona del norte de Badajoz y el sur de Cáceres, pero cuyos AOVEs han permanecido sin grandes

reconocimientos hasta hace poco tiempo. Recientemente se ha vuelto a apostar por aceites Premium de esta variedad optando por potenciar sus virtudes con una recolección más temprana de lo habitual.

Los olivos de verdial de Badajoz son veceros, aunque producen frutos de calibre alto, tardíos y de ciclo largo que pueden llegar a alcanzar un rendimiento graso seco del 50%. Sus frutos maduran de una forma peculiar, y como ocurre con otras variedades, pierden sus clorofilas antes de la aparición de los pigmentos morados. Esta variedad puede ofrecer aceites con una alta calidad físico-química, caracterizados por su color amarillo, una elevada fluidez otorgada por su alto contenido en ácidos grasos poliinsaturados y un contenido en fenoles medio-alto en función de la campaña.

A nivel sensorial se ha demostrado que pueden ofrecer un amplio abanico de aromas y sabores, desde aceites verdes muy intensos y potentes en amargor y picor hasta aceites de frutados maduros complejos con ligero picante. En las últimas campañas esta variedad tradicional ha recobrado un merecido protagonismo gracias al afán y pasión de varios elaboradores de la zona, que desean conservarla y regalar los mejores aromas y sabores a los consumidores y apasionados del virgen extra. 🍯

Bibliografía

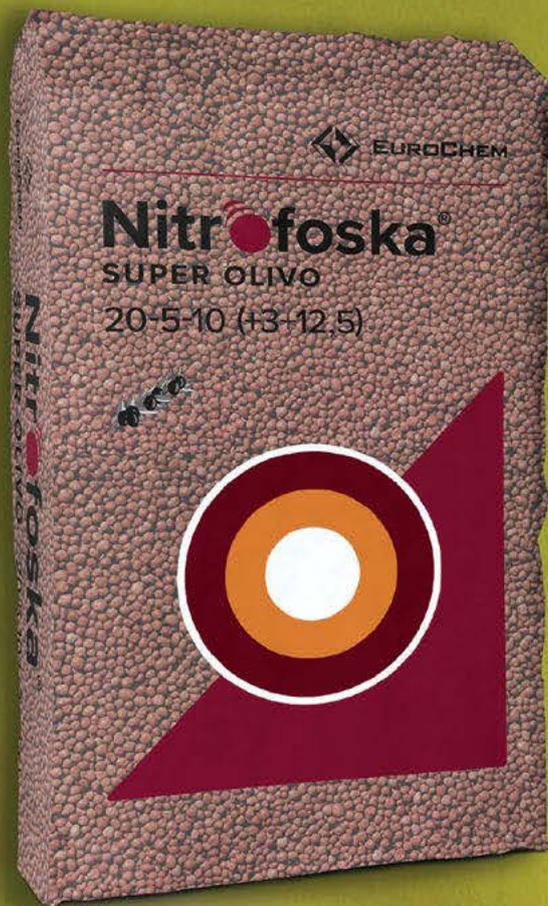
Barranco, D., Rallo, L. *Época de Maduración y floración (2005). Variedades de Olivo en España (Libro II: Variabilidad y Selección)*. Luis Rallo, Diego Barranco, Juan M. Caballero, Carmen del Río, Antonio Martín, Joan Tous e Isabel Trujillo (Eds.). Junta de Andalucía, MAPA y Ediciones Mundi-Prensa. Madrid.

Montaño, A. (2016). *Medidas de diferentes parámetros físico-químicos de aceitunas y aceites vírgenes de las variedades principales cultivadas en Extremadura y desarrollo de técnicas elaiotécnicas para la mejora de la comerciabilidad de los aceites de oliva vírgenes*. Tesis Doctoral. Universidad de Extremadura.

Montaño, A., Hernández, M., Garrido, I., Llerena, J.L., Espinosa, F. (2016). *Fatty Acid and Phenolic Compound Concentrations in Eight Different Monovarietal Virgin Olive Oils from Extremadura and the Relationship with Oxidative Stability*. *International Journal of Molecular Science*, 17: 1960; <https://doi.org/10.3390/ijms17111960>.

ABÓNATE A LA CALIDAD

A.O.V.E.



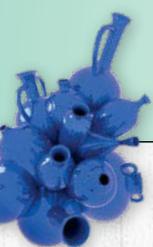
Nitrofoska®



EuroChem Agro Iberia, S.L.
www.eurochemiberia.com



EUROCHEM



Eduard Escrich, doctor y editor de *"Aceites de oliva y salud"*

"Este libro es un proyecto de contribución a la salud pública"



¿Cómo surgió la idea del libro y cuál ha sido su proceso de gestación? ¿A quién va dirigido y cuáles son sus objetivos? ¿Nos encontramos ante la obra más importante editada hasta la fecha relacionada con el binomio aceites de oliva y salud?

Hay dos entidades del ámbito del aceite de oliva, la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero y la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, con las que llevo colaborando desde hace 17 años. Ambas entidades y este profesor, después de 37 años investigando en nutrición y cáncer de mama, hemos podido constatar que el aceite de oliva virgen extra (AOVE), en un contexto de una dieta adecuada y un estilo de vida saludable, posee propiedades beneficiosas para la salud. Sin embargo, nos preocupaba la creciente existencia de determinadas informaciones que, siendo muy favorables al aceite de oliva, no estaban suficientemente contrastadas o no eran completamente fiables. Tal situación genera un descrédito para todos los implicados, desde los investigadores hasta el sector y el propio producto. Además, esa desinformación puede incluso desprestigiar de manera injustificada las numerosas evidencias científicas que existen en la relación entre aceite de oliva virgen extra y salud. Por tanto, con este libro hemos querido contribuir a poner orden en este cúmulo de informaciones recogiendo las certezas existentes en las declaraciones sobre el aceite de oliva y la salud.

El libro va dirigido a la población en general y específicamente a las administraciones públicas, así como a las

["Nos mueve la apuesta por el rigor científico y la divulgación en un tema tan complejo, cambiante y sensible como es el aceite de oliva y la salud"]

corporativas y a los integrantes de la cadena alimentaria. A las primeras -tanto estatales como autonómicas y municipales- porque son las que gestionan los temas de salud pública y tienen la capacidad de tomar decisiones en este ámbito para proteger, promover y recuperar la salud. Y a las corporativas en las que haya profesionales relacionados con la salud y/o la nutrición, para que dispongan de información actualizada sobre el tema que trata el libro. Por tanto, este libro es también un proyecto de contribución a la salud pública.

Aunque existen otras monografías sobre este tema, lo cierto es que esta obra ha pretendido incorporar todos los contenidos relacionados con el aceite de oliva y la salud buscando estar a la altura de su tiempo. Además, presenta una importante singularidad. Es un libro científico pero que pretende que el mensaje llegue a la población en general. Por tanto, tiene como segundo objetivo el estar escrito en un lenguaje lo más divulgativo posible. Dada la complejidad de los temas que contempla, es muy difícil alcanzar ambos objetivos a la vez. De ahí que, además del esfuerzo que han hecho los autores para elaborar los

capítulos ajustándose a estos objetivos, este profesor -en su papel de editor- haya introducido un extenso glosario para facilitar la comprensión de los 548 términos técnicos que aparecen en los capítulos. No es un glosario al uso, es enciclopédico, de manera que ocupa una extensión de casi el 37% del libro. También está escrito en lenguaje divulgativo -hasta donde ha sido posible- e introduce numerosos recursos didácticos en forma de esquemas, figuras y otras estrategias pedagógicas.

Otros objetivos importantes de este libro son proporcionar información rigurosa a profesionales no especialistas en nutrición, pero con algún tipo de relación con la alimentación y la salud: médicos, enfermeras, farmacéuticos, biólogos, biotecnólogos, etc.; así como incentivar a los ciudadanos para que sean críticos con los mensajes que reciben sobre la alimentación y consulten fuentes fidedignas de información.

¿Cuál es su contribución al libro?

Como editor, la definición de los contenidos, la selección de los autores y la estructuración de esos contenidos en unidades temáticas. Además de atraer la atención y el convencimiento de dos ministros para reconocer el proyecto prologando el libro. También la explicación de los objetivos y la estructura de la obra a los lectores a través de una parte del prefacio. Después, la coordinación de los autores, la editorial y los diseñadores de las imágenes de la portada y de las páginas especiales interiores. Por último, este editor ha contribuido en una parte importante a la redacción del libro. En concreto, el mencionado pre-



facio, uno de los capítulos, el amplio glosario comentado y el resumen de la contraportada.

¿La salud es la palanca más poderosa para llegar al consumidor y lograr incrementar el consumo mundial de los aceites de oliva?

En principio, el libro no va destinado a

ningún colectivo en particular, sino a informar de manera objetiva y divulgativa a la población en general sobre las certezas que hay entre las abundantes informaciones existentes sobre los beneficios saludables de los aceites de oliva vírgenes. Por tanto, este editor científico y los autores no tienen ningún conflicto de interés en esta publicación y sólo les mueve la apuesta por el rigor científico y la divulgación en un tema tan complejo, cambiante y sensible como es este del aceite de oliva y la salud. Sin embargo, sí es cierto que existen determinadas instituciones, entidades y sectores profesionales a los que los contenidos del libro pueden interesar o incluso beneficiar en el desarrollo de su profesión.

¿El aceite de oliva virgen extra es el superalimento del siglo XXI?

El aceite de oliva virgen extra es un buen alimento, pero su consumo debe enfocarse dentro de una dieta y un estilo de vida saludable. En este contexto,

[“Se debería hacer un importante esfuerzo en la adquisición de los hábitos dietéticos de los menores, tanto en la familia como en los comedores escolares”]

en mi opinión dicha grasa tiene un papel destacado pero no único como para poder encajarlo exactamente en la afirmación de la pregunta.

En su opinión, y al margen del colectivo médico y los profesionales de la salud, ¿cuáles serían los prescriptores más eficaces para promocionar las bondades del virgen extra? ¿Cuál es la mejor forma de vender la Dieta Mediterránea y, dentro de ella, el aceite de oliva virgen extra?

**Magusa,
tu mano derecha desde 1975**



Con más de 45 años de experiencia en el sector oléicola, Magusa te ofrece una solución integral a tus necesidades. Una atención personalizada en tu proyecto, a través de nuestro departamento de I+D+i junto con nuestro equipo de ingenieros, llevará tu proyecto a la excelencia, asegurando un seguimiento de la producción en nuestras instalaciones y sin intermediarios.

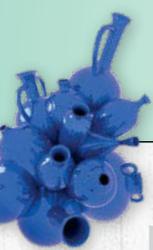
**Tu proyecto, llave en mano,
lo encontrarás en Magusa.**

*Servicio posventa y asistencia 24 horas.

Nos encontrarás en:
P.I. Domenys II. C/ Enología, 3-4.
08720 Vilafranca del Penedès. Barcelona. Spain
Apdo. correos 208 | Tel. (+34) 93 892 26 98 | magusa@magusa.es
www.magusa.es

MAGUSA
maquinaria oléicola





“Es una barbaridad que no tiene justificación alguna prohibir la comunicación y divulgación de las propiedades saludables de los aceites de oliva si están basadas en evidencias científicas contrastadas”

Hay muchas profesiones que pueden estar relacionadas con la salud, directa o indirectamente: médicos y enfermeras, farmacéuticos, veterinarios, fisioterapeutas, terapeutas ocupacionales, biólogos, biotecnólogos, etc. Tal y como he dicho, este es uno de los objetivos del libro, que estos profesionales no especialistas en nutrición pero con algún tipo de relación con la alimentación y la salud dispongan de información rigurosa al respecto.

Existen probablemente muchas maneras de difundir las virtudes de la Dieta Mediterránea y el aceite de oliva virgen extra, pero a criterio de este profesor se debería hacer un importante esfuerzo en la adquisición de los hábitos dietéticos de los menores, tanto en la familia como en los comedores escolares.

Por otra parte, la población en general no siempre está bien informada sobre los aceites y las grasas, acerca de la elaboración y las diferencias entre los distintos tipos de aceites de oliva o sobre su papel en la gastronomía o en la cocina por su resistencia a las altas temperaturas, los problemas de los ácidos grasos *trans*, etc. Los productores también deberían conocer el actual contexto institucional,



socioeconómico y ambiental de la producción del aceite de oliva para la salud del planeta, que es nuestra salud. Todos estos temas se tratan en la primera unidad del libro, que es introductoria dado el carácter divulgativo de la obra.

Usted cuenta con una dilatada trayectoria en la investigación de los efectos de las grasas en el cáncer de mama. Según las evidencias científicas contrastadas, ¿cuáles diría que son las principales propiedades y/o beneficios saludables de los aceites de oliva vírgenes frente a las enfermedades?

Son numerosas y en distintas situaciones y enfermedades que están descritas en el libro. Por una parte, están los efectos en el embarazo, infancia, adolescencia, envejecimiento, salud ósea y actividad física. Por otra, en enfermedades y síntomas de enfermedades: cardiovascular, síndrome metabólico, diabetes II, sobrepeso y obesidad, hemostasia y coagulación, cáncer, enfermedad inflamatoria intestinal, sistema inmune, inflamación, dolor y deterioro cognitivo.

Dígame, ¿qué opina de las sanciones, normativas y actuaciones que pretenden prohibir la comunicación y divulgación de dichas propiedades saludables en el etiquetado de los aceites de oliva o en las webs y redes sociales de las empresas productoras? ¿Nos hemos vuelto locos o qué?

Respecto a la comunicación y divulgación de las propiedades saludables en general, es una barbaridad que no tiene ninguna justificación si están basadas en evidencias científicas contrastadas. En relación a las alegaciones saludables en el etiquetado, se trata de un tema



complejo. Es necesario que estén controladas para evitar los casos de falsas o incompletas afirmaciones que puedan obedecer a un interés comercial. Sin embargo, otra cuestión es que algunas de las condiciones exigidas por la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) puedan ser discutibles y mejorables. Para tener una alegación saludable del AOVE también existe el problema de conocer qué parte de los beneficios saludables son debidos a alguno -o algunos- de los componentes del AOVE, al alimento completo o a la dieta en la que se integra. Además, resulta difícil de separar del estilo de vida en general. Existen investigaciones sobre estos factores por separado, pero es necesario hacer un mayor esfuerzo para investigar tales planteamientos. La paradoja está en que no se ha seguido este procedimiento tan riguroso en algunas de las alegaciones planteadas para otros factores alimentarios. Probablemente, porque se hicieron hace tiempo y las exigencias no eran

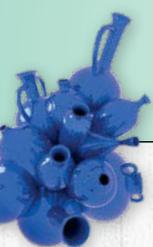
Fabricantes de maquinaria de envasado

¡Varios modelos
para monodosis!



Pol. Ind. Can Carné, Calle Terra Alta, nº 71 - 73
08211 Castellar del Vallés · (Barcelona) ESPAÑA
Tel. (34) 93 714 49 45 · Fax: (34) 93 714 30 19

E-mail: olmos@olmosmaquinaria.com · Web: www.olmosmaquinaria.com



[“En mi cultura gastronómica, una tostada regada con un buen AOVE no tiene parangón y es lo que más me apetece”]

tan estrictas en ese momento. Es absolutamente necesaria una regulación y hay que hacerla de la manera más objetiva posible.

Doctor, ¿cómo es posible que haya quien siga desayunando una tostada con mantequilla en lugar de regada con aceite de oliva virgen extra?

Es difícil contestar a esta pregunta. Cada persona tiene sus gustos y en algunos casos quizás sea por falta de información, pero en otros es por cultura gastronómica. En el consumo de mantequilla destacan los franceses, con una ingesta de 8,2 kilos per cápita, pero también

hay otros países que la incorporan de forma importante en su alimentación, caso de Dinamarca. Los franceses toman mucha mantequilla, quesos grasos, foie gras, paté, *mi-cuit* y salsas contundentes. Sin embargo, presentan una menor tasa de mortalidad por problemas cardíacos que otras poblaciones que también abusan de estos alimentos como, por ejemplo, los británicos o los estadounidenses. Es la denominada paradoja francesa. Los franceses toman mantequilla pero también aceite de oliva, y el francés es un pueblo, en general, deportista y amante del aire libre. En general, hay dos aspectos importantes a considerar para todos. El primero consiste en regular el tipo y la cantidad de ingesta en relación al gasto energético y al mantenimiento del peso corporal. Por otra parte, un factor fundamental es la frecuencia de consumo de alimentos, tal como se expresa en la pirámide de la Dieta Mediterránea. Un código de conducta alimentaria basado en la fre-



cuencia de consumo y en otros aspectos de estilo de vida como el de la actividad física. En cualquier caso, sería partidario de no demonizar ningún alimento, pero siguiendo los dos principios mencionados anteriormente. En mi cultura gastronómica, puedo tomar la tostada con mantequilla en alguna ocasión, pero una regada con un buen aceite de oliva virgen extra no tiene parangón y es lo que más me apetece. 🟡

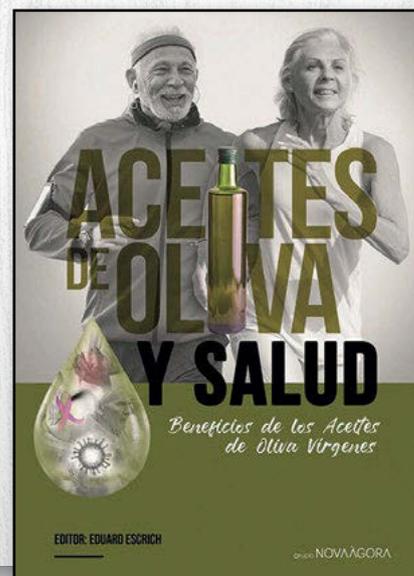
Aceites de oliva y salud. Beneficios de los Aceites de Oliva Vírgenes

Con el doctor Eduard Escrich -gran experto en cáncer de mama- como editor, y la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero y la Organización Interprofesional del Aceite de Oliva Español como promotores, esta publicación es un riguroso análisis científico que recoge las aportaciones de decenas de investigadores que llevan años trabajando en este campo. Una obra divulgativa que responde a la necesidad de proporcionar información actualizada, fiable y en un lenguaje lo más comprensible posible acerca de las propiedades beneficiosas del aceite de oliva en la salud, y cuyo principal objetivo es el de proporcionar las evidencias científicas contrastadas que existen hasta la fecha. Dirigida a toda la población en general y específicamente a los profesionales y responsables de las administraciones públicas relacionadas con la alimentación y la salud, así como a los integrantes de la cadena alimentaria, la obra insta a los ciudadanos a que sean críticos con los mensajes que reciben sobre esta materia y consulten fuentes fidedignas de información, ponderando la importancia de la educación nutricional para la salud y su divulgación con la finalidad de contribuir a mejorar los hábitos alimentarios de la población.

Con prólogos del ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, y la ex ministra de Sanidad, Carolina Darias, el libro consta de 18 capítulos estructurados en cuatro unidades: “Importancia de la alimentación sobre la salud: los aceites de oliva”; “Los aceites de oliva en las distintas etapas de la vida y en la actividad física”; “Beneficios del aceite de oliva virgen y virgen extra frente a las enfermedades”; y “El aceite de oliva en el contexto de la Dieta Mediterránea y un estilo de vida saludable”. Finalmente, la obra incluye información sobre las cuatro declaraciones de propiedades saludables autorizadas por la EFSA para el etiquetado y publicidad del aceite de oliva, además de un exhaustivo glosario para facilitar la comprensión de los 548 términos técnicos que aparecen en los distintos capítulos.

Grupo Nova Àgora
comercial@novaagora.com
www.novaagora.com

Año edición:
2022





TAMESUR, S.A.

MAQUINARIA DE ELEVACIÓN Y TRANSPORTE

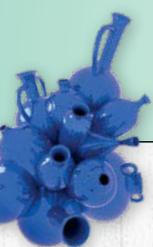
TAMESUR S.A. pone a disposición de sus clientes una amplia gama de cintas transportadoras, separadores pulpa-hueso, tolvas, sinfines, elevadores, transportadores redlers... adaptados a cada necesidad.



TAMESUR, CALIDAD Y RENDIMIENTO



FÁBRICA Y OFICINAS
POL. IND. SAN PANCRACIO PARC. 37 - 38
APDO. 140 - C.P. 14.500 - PUENTE GENIL - CÓRDOBA
TLF. 957 60 60 60 - FAX. 957 60 46 35
WWW.TAMESUR.ES - TAMESUR@TAMESUR.ES



José Vico, ingeniero agrónomo y autor de *"Cómo gestionar una almazara paso a paso"*



"La fórmula secreta para elaborar un gran AOVE es perseverancia, disciplina y paciencia"

¿Cómo surgió la idea del libro y cuál ha sido su proceso de creación? ¿A quién va dirigido?

No fue hasta que me percaté de que necesitaba una forma de organizar la información existente en mi mente. Responder preguntas simples se volvía una tarea difícil que en lugar de aclarar, confundía. Comencé abreviando la información, me fijé un objetivo de número de palabras siguiendo la idea de los mensajes de Twitter. Una vez ordenada la información, decidí compartirla y surgió la idea del libro.

El libro -disponible en Amazon- va dirigido a trabajadores presentes y futuros de almazara; a directivos a los que esta información pueda resultar útil para tomar decisiones; a emprendedores relacionados con el sector que quieran conocer más sobre este negocio; y a personas que no se dedican al AOVE pero lo consumen y les interesa.

Un oficio ancestral, un negocio rentable, se puede leer en el antetítulo de la obra. Dígame, ¿cuáles son las claves para lograr que una almazara sea eficiente y rentable?

Personalmente, tengo la convicción de que este oficio tiene un gran futuro, es difícil concebir una humanidad sin esta profesión y los beneficios que le aporta. Para mejorar la eficacia y la rentabilidad de una almazara hay que desterrar las rutinas tóxicas generadas por la repetición y el paso del tiempo; fomentar hábitos positivos; comunicar las acciones por escrito para evitar confusiones verbales; registrar la limpieza, el tiempo -por ejemplo, permanencia de la aceituna en la tolva, en la batidora, del aceite en los depósitos decantadores...- y la temperatura; cono-

"Tengo la convicción de que este oficio tiene un gran futuro, es difícil concebir una humanidad sin esta profesión y los beneficios que le aporta"

cer las máquinas y proporcionarles las condiciones necesarias para que realicen su trabajo; tener siempre el talco a mano; filtrar el aceite de calidad cuanto antes; y, cuando la aceituna sea de buena calidad, producir calidad o, si no es así, centrarse en extraer todo el aceite posible.

¿Y para elaborar un gran AOVE?

Sólo hay dos tipos de aceite: los que tienen defectos, llamados lampantes; y los que no los tienen, denominados vírgenes extra. El reto surge cuando se emplean aceites con defectos y se les califica como ligeros defectos (aceite de oliva virgen). ¿Cómo se evalúa un aceite cuando el resultado final no convence? Esta situación plantea un problema. Producir calidad no requiere recoger la aceituna en septiembre y tratar con frutos no maduros -inmaduros no, gracias-; ni la construcción de una almazara nueva o la adquisición de máquinas complejas; ni manejar una tecnología que a veces causa más confusiones que soluciones. Estas acciones, además, son costosas. La solución está en la simplicidad.

Es indispensable capacitar al personal para que conozca y ame su trabajo. El primer paso en la almazara es preparar a tres especialistas. El primero en el patio para clasificar la aceituna, mejor dicho,

para que clasifique el aceite. El segundo en la fábrica, que debe ser meticuloso y registrar cada paso. Evaluar el aceite obtenido -catarlo- será su principal tarea. El tercero en la bodega, un experto en filtrado y conservación del aceite.

Lo cierto es que no hay una única respuesta a esta pregunta. Cada persona debe encontrar aquello que le funcione y las claves las irá hallando a medida que avanza. En mi caso, me ha resultado muy útil cuidar los detalles y trabajar en equipo. Y la fórmula secreta: perseverancia, disciplina y paciencia.

¿Qué nivel de profesionalización existe hoy en las almazaras españolas y cómo ha sido su evolución en las últimas décadas?

La industria almazarera es una parte fundamental para la prosperidad de muchos pueblos y el éxito o fracaso de la misma tiene un gran impacto en la vida de sus habitantes. Entonces, ¿por qué la mayoría de los jóvenes que están buscando un futuro profesional no consideran trabajar en esta industria y formarse para ello? Es evidente que el trabajo relacionado con la recolección y extracción de aceite se desarrolla en un periodo de tiempo determinado. Además, con los nuevos cultivos intensivos y superintensivos la tendencia es hacia campañas más intensas y cortas. ¿Cómo lograr un equilibrio entre la temporalidad de estos trabajos y la necesaria profesionalización? Una solución sería diversificar.

Por otra parte, existe una oportunidad de empleo para profesionales españoles en América Latina, donde el cultivo del olivar está en desarrollo (Argentina, Chile, Perú, Uruguay). Esta campaña ofrece un calendario alternativo al español, sin el problema del idioma, y necesita personal



Un oficio ancestral, un negocio rentable

CÓMO GESTIONAR UNA ALMAZARA



... cualificado. Ofrecerse para trabajar en estos países -"hacer las Américas"- parte del año puede ser una solución para el tiempo de parada en España.

Sin salir de nuestras fronteras, si la campaña es estacional, el manejo del aceite

(conservación, filtrado, catas, envasado y comercialización) y su promoción a los consumidores (oletoturismo) no lo es. Además, hay que tener en cuenta la gestión de subproductos como el hueso, el compostaje del resto de residuos (hoja, alpeorujo) o la necesidad de trazabilidad y seguridad alimentaria y la implantación de sistemas de calidad. La evolución de la profesionalización ha ido de la mano de nuevas demandas y posibilidades, como un mejor acceso a programas de formación -mecánica, electricidad, informática- que encajan en la almazara. Aunque la situación ha mejorado, una parte del personal laboral, en especial los de plantilla discontinua, no terminan de ver la almazara como una opción de empleo que cubra sus necesidades y que merezca el esfuerzo de especializarse. Mientras esto no suceda, los trabajadores no estarán preparados para evaluar y tomar decisiones, siendo sustituibles.

En sus más de 30 años de experiencia como asesor de almazaras, ha trabajado con importantes productores ayudándoles a mejorar sus procesos productivos para lograr más

“Es indispensable capacitar al personal para que conozca y ame su trabajo. El primer paso en la almazara es preparar a tres especialistas: el primero en el patio, el segundo en la fábrica y el tercero en la bodega”]

y mejores aceites, rentabilizar sus empresas y convertirse en referencia dentro del sector. Además de ser líder indiscutible en producción, ¿España ejerce también como líder en términos de calidad?

¿Cómo puede España ser líder en calidad si vende su AOVE a un precio más bajo (1,38 euros/kg. inferior) que Italia, a quien se pretende superar? Los progresos reali-



LLENADORAS VOLUMÉTRICAS Y MÁSICAS



EQUIPOS ROTATIVOS Y LINEALES

- Llenadoras para aceite comestible con sistemas volumétricos, caudalímetros másicos o por nivel. Con cierre automático para tapón a presión o rosca pilfer – proof.
- Equipos especiales para miniaturas

Más de 50 años de experiencia en la fabricación de líneas completas de embotellado para aceite en España y en más de 40 países, con las últimas tecnologías

LLENADORAS SEMI-AUTOMÁTICAS

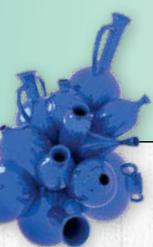


Industria Ausere S.L.

Constitución, 26 • 50410 Cuarte de Huerva (Zaragoza) ESPAÑA

Tel.: +34 976 50 43 40 • Fax: +34 976 50 47 31

ausere@ausere.es
www.ausere.es



[“Los progresos realizados por España para mejorar la calidad del AOVE durante los últimos años han sido asombrosos, pero los datos del mercado muestran que todavía falta un tramo”]

zados por España para mejorar la calidad durante los últimos años han sido asombrosos, está en el camino para convertirse en un líder, pero los datos del mercado muestran que todavía falta un tramo. Quizás esa brecha se pueda reducir si, además de producir, España se dedica a comercializar con el mismo entusiasmo.

Hablando de calidad, ¿qué opina de la actual proliferación de concursos internacionales a la calidad del aceite de oliva virgen extra, algunos de ellos de

dudosa credibilidad y con una metodología donde la rigurosidad y la transparencia brillan por su ausencia?

Cuando una empresa organiza un concurso en el que su objetivo es recaudar y conseguir inscripciones en lugar de destacar la calidad, provoca un efecto contrario porque ésta se acaba banalizando. Existen algunas pistas para descubrir si el objetivo de un certamen

es reconocer la calidad u otro diferente: ¿Quién forma el jurado? ¿Son personas comprometidas o simplemente involucradas? ¿Quién se encarga de realizar la recogida de muestras? ¿Es una persona delegada sin intereses o la propia empresa propietaria del aceite? ¿Cuál es el volumen de la muestra? ¿Es una pequeña cantidad que reduce el esfuerzo del productor/comercializador o es una cantidad que permita a los consumidores poder disfrutar de la calidad del AOVE?



Hábleme de la figura del maestro de almazara, parte fundamental del éxito pero quizás no suficientemente reconocida en el sector.

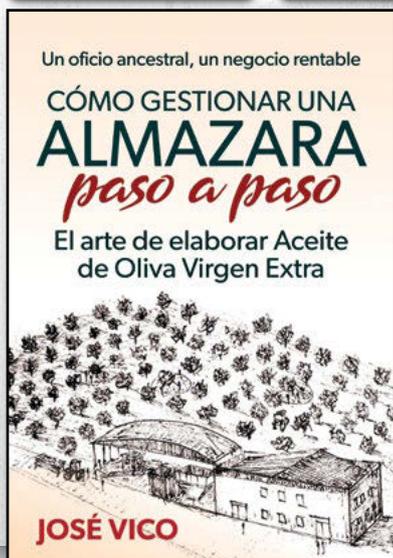
El maestro de almazara es un actor fundamental en esta obra. Se le exige que sea el director de orquesta y que domine todos los instrumentos musicales, y esto no es justo. En mi opinión, su rol debería cambiar y pasar de ser

una persona para todo a ser una persona que se encargue de unir a todos. Aunque el maestro no lo sabe todo, debe ser un líder y proporcionar todas las herramientas que sus compañeros necesiten para mejorar su rendimiento. Es importante reconocer su esfuerzo y su trabajo, pero también lo es un reparto de cargas y responsabilidades. El equipo prevalece sobre la individualidad, en otros sectores funciona. Esta ruta de organización de la almazara se está recorriendo, dejemos

Cómo gestionar una almazara paso a paso. El arte de elaborar aceite de oliva virgen extra

josevico@josevico.es
 www.josevico.es

Año edición:
 2022



¿Cuáles son las claves para elaborar un gran AOVE? A esta y otras cuestiones responde en la presente obra José Vico Lizana, ingeniero agrónomo, oleicultor y asesor especialista en almazaras. En sus más de 30 años de experiencia, Vico ha trabajado con importantes productores, ayudándoles a lograr mejores aceites, rentabilizar sus almazaras y convertirse en referencia en su sector. Su trabajo ha sido reconocido con numerosos galardones nacionales.

Como afirma el autor, pasar de producir aceite lampante a ganar premios a la calidad es posible si se saben identificar y corregir los malos hábitos en los procesos de la almazara. En su opinión, muchos productores de aceite de oliva no consiguen los resultados deseados por falta de conocimientos técnicos, descoordinación entre las distintas fases o rutinas ineficaces que dañan el producto final.

Cómo gestionar una almazara paso a paso contiene pautas para quienes deseen llevar su almazara a un nivel superior y producir mejores aceites, capaces de competir en un mercado globalizado. Se trata de una guía técnica y detallada para aprender a mejorar los procesos productivos y de organización; en definitiva, para lograr que una almazara sea eficiente y rentable. Con conocimientos técnicos, imaginación y un amor infinito por la cultura ancestral en torno al aceite de oliva, el autor aborda con esta obra el reto de compartir una visión novedosa sobre la gestión de las almazaras de hoy.

[“De aquí a 20 años la información estará disponible entre almazaras conectadas y la solución a problemas comunes no dependerá de la inventiva de cada una”]

espacio para que la imaginación y compromiso de sus actores pueda transformar una realidad que se resiste.

La Almazara 4.0 ya es una realidad. ¿La digitalización marcará el futuro en la gestión de las almazaras?

Al principio, la almazara -llamémosla Almazara 1.0- dependía de la fuerza bruta, la energía era el factor limitante. Para la siguiente etapa -Almazara 2.0-, el principal objetivo era mejorar la producción y la eficiencia. En una tercera etapa -Almazara 3.0- se introdujeron sensores, dispositivos automatizados y registros para comprender el proceso. Actualmente, la Almazara 4.0 supone una revolución guiada por la Inteligencia Artificial, el manejo de grandes volúmenes de datos, algoritmos y, sobre todo, una gran interconexión entre todos los involucrados. Sin embargo, un exceso de información puede dificultar la toma de decisiones e impedir que éstas sean operativas. Un proceso puede ser lo más complejo



que se pueda imaginar pero, como indicó Leonardo Da Vinci, “la simplicidad es la sofisticación suprema”. Los procesos complicados se deben simplificar y convertirse en acciones que el personal pueda realizar con facilidad. En este sentido, la automatización no sólo aporta información, sino soluciones: predice resultados y se anticipa a la actuación -gemelo virtual- para que las personas puedan decidir a sabiendas.

¿Cómo vislumbra que serán las almazaras de aquí a 20 años?

Los trabajadores de la almazara estarán liberados de tareas tediosas y repetitivas. Podrán dedicar su tiempo a supervisar la producción, a personalizar el producto de acuerdo a las necesidades del cliente. La individualidad será sustituida por equipos de personas y no será necesario que todas estén presentes en la almazara. La información estará disponible entre almazaras conectadas y la solución a problemas comunes no dependerá de la inventiva de cada una de ellas.

Por último, ¿un falso mito que quiera desterrar?

Desterraría la respuesta mítica: “llevo toda mi vida trabajando en la almazara y así es como se hace, no vengas ahora con modas nuevas”. El tiempo convertido en rutina y exento de curiosidad termina en una plácida somnolencia que estanca a quien la practica. Como afirma Charles Duhigg en *El poder de los hábitos*, “los peces llevan toda su vida dentro del agua, ¿crees que saben algo sobre el agua?”

La información añade valor al proceso de elaboración del aceite

ANÁLISIS DE LA CALIDAD Y DEL RENDIMIENTO DE LA ACETIUNA ENTERA.

OliveScan™2



ANALYTICS BEYOND MEASURE

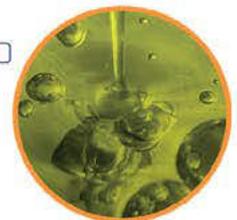
OliviaPro™

CONTROL DEL AGOTAMIENTO EN DECÁNTER A TIEMPO REAL



NIRS™ DS2500L

ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL ACEITE TERMINADO



Te esperamos en

expoliva

Pab. Interior F8

MÁS INFORMACIÓN





La oleicultura jiennense en 2022: contexto internacional, nacional y regional

El “Informe Anual de Coyuntura del Sector Oleícola 2022”, que elabora anualmente la Cátedra Caja Rural de Jaén José Luis García-Lomas Hernández de Economía, Comercialización y Cooperativismo Agrícola de la Universidad de Jaén (UJA) refleja los avances del sector oleícola jiennense en materia de orientación al mercado y los retos que afronta para liderar el mercado mundial.

*Por Manuel Parras Rosa,
 director de la Cátedra Caja Rural de Jaén José Luis García-Lomas de Economía, Comercialización y
 Cooperativismo Oleícola*

Al finales del pasado año se presentaba el “Informe Anual de Coyuntura del Sector Oleícola 2022” en un acto presidido por el rector de la Universidad de Jaén (UJA), Juan Gómez Ortega, y que contó con la presencia de la consejera de Agricultura, Agua, Pesca y Desarrollo Rural, Carmen Crespo, el presidente de la Diputación Provincial de Jaén, Francisco Reyes; y el subdirector de la Caja Rural de Jaén, Barcelona y Madrid, Luis Jesús García-Lomas Pousibet.

Fue un acto emotivo en el que se homenajeaba a quien fuera el impulsor de la Cátedra, José Luis García-Lomas Hernández, fallecido unos meses antes.

Desde que se fundó la Cátedra en el año 2019, el informe -que puede descargarse de forma gratuita en el enlace: <https://www.catedraaceitesdejaen.com/download/informe-coyuntura-2022/>,

recoge un conjunto de temas recurrentes que, al ser tratados año tras año, es revelador de la evolución de la oleicultura jiennense en el contexto mundial, europeo, nacional y regional: cambios en la cadena de valor de los aceites de oliva, novedades normativas con incidencia en la comercialización, noticias destacadas, análisis de la oferta y de la demanda, TICs y oleicultura. Pero, además, el informe ofrece información de interés a través de estudios monográficos que cambian año tras año. En el de 2022 eran cuatro: los pagos directos al olivar y su plasmación territorial en la provincia de Jaén; aceites de oliva virgen extra y calidad diferenciada en la provincia de Jaén; ¿qué deben saber los consumidores sobre los aceites de oliva para mejorar su nivel de conocimiento?; y análisis del estado nutricional de los olivos de la provincia de Jaén. Años 2016-2021.

En este breve artículo me referiré a ciertas cuestiones. El lector más interesado puede acudir al enlace antes referido.

Un tema de interés es la presencia y evolución de las empresas jiennenses en los mercados de aceites envasados, tanto en el nacional como en los internacionales. Las envasadoras que más venden en el mercado español no son cooperativas, aunque se aprecia un mejor posicionamiento de algunas de ellas en el mercado en los últimos años. A igual conclusión llegamos si analizamos la comercialización en los mercados exteriores.

Si analizamos la situación y evolución de los operadores jiennenses en los mercados de aceites envasados -nacional e internacional- observamos que, en el mercado nacional, entre los 25 primeros operadores se encontrarían las cooperativas jiennenses asociadas a Dcoop -a través de Mercaóleo-, Jaencoop, Emilio Vallejo, Aires de Jaén y Oleocampo. Es-

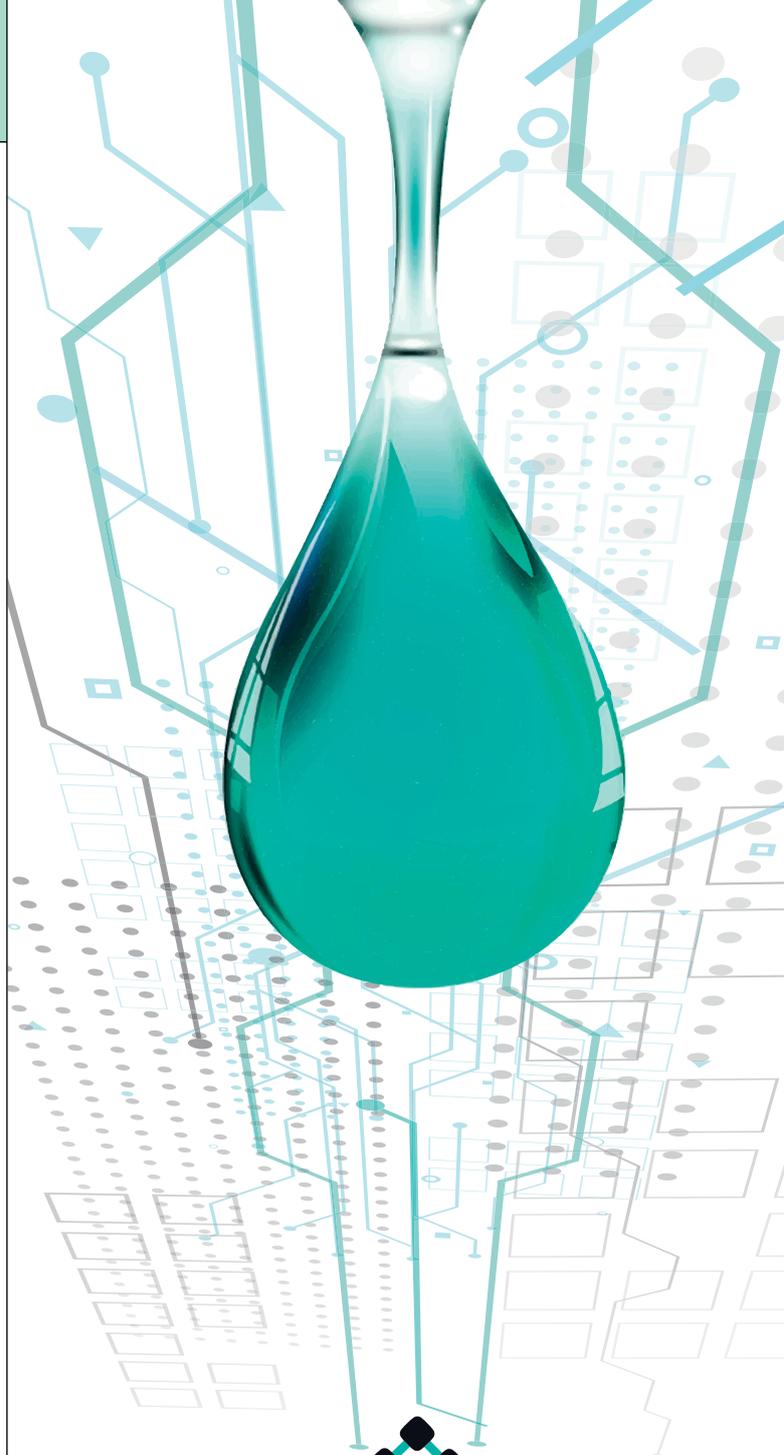


Acto de presentación del "Informe Anual de Coyuntura del Sector Oleícola 2022" en la UJA.

tas empresas, si excluimos a Mercaóleo -de la que no tenemos volumen jiennense-, vendieron en el mercado nacional en el año 2021, más de 32 millones de litros, 6 millones de litros más respecto al ejercicio anterior. A nivel internacional, la presencia de los operadores jiennenses en el ranking de los que más venden en los mercados de envasado, exceptuando a Mercaóleo, por las razones antes expuestas, se circunscribe a Jaencoop, Aires de Jaén y Emilio Vallejo, con unas ventas conjuntas en el año 2021 de más de 16,1 millones de litros, más de 1 millón de litros más que en 2020.

Un análisis más pormenorizado extraído de las tablas contenidas en el informe revela que, aunque se mantienen los mismos protagonistas entre los que más venden aceites envasados en el mercado nacional (Jaencoop, Emilio Vallejo, Aires de Jaén y Oleocampo), Jaencoop ha escalado posiciones colocándose la primera empresa a nivel provincial; que se ha producido un considerable incremento en el volumen de ventas en el mercado nacional pasando de 12 millones de litros en 2019 a los 26 millones de litros en 2020 y llegando a los más de 32 millones de litros en 2021; y que el crecimiento en los mercados internacionales también ha sido notable, aunque no tan intenso como en el doméstico, pasando de 14 millones de litros en 2019 a 16,8 millones de litros en 2020 y a los 16,1 millones de litros en 2021, entre tres empresas Jaencoop, Emilio Vallejo y Aires de Jaén. Jaencoop es la empresa que ha crecido año a año, las otras dos has sufrido altibajos. Desde 2019 Jaencoop ha aumentado casi 2,5 millones de litros en sus ventas exteriores.

Desde el lado de la oferta, se constata un ligero incremento de la superficie de olivar entre 2021 y 2020 (74.000 hectáreas más). Respecto de las nuevas plantaciones de olivar, el 80% es del tipo en copa y el 20% restante en seto. A escala mundial, el 68,50% de la superficie de olivar corresponde a olivar tradicional, habiéndose reducido un 5% dicho tipo de cultivo en los últimos años. En el último año, en concreto, la superficie de olivar tradicional ha descendido un 1,5%. Por primera vez, el cultivo tradicional ocupa menos del 70% de la superficie mundial de olivar, como consecuencia de la transformación de superficie de olivar tradicional en olivar moder-



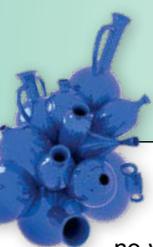
Gesca

AUTOMATIZACIÓN INDUSTRIAL
INDUSTRIAL AUTOMATION



www.gesca.es

Úbeda - (Jaén) - España



no y por el empuje de las nuevas plantaciones de olivar en copa o en seto.

Respecto del olivar moderno, representa el 31,50% del olivar mundial, habiendo aumentado considerablemente su presencia en los últimos años. El olivar moderno en copa ocupa una superficie de 2,54 millones de hectáreas y supone el 21,90% de la superficie total de olivar. En el último año la superficie de olivar moderno en copa ha disminuido un 0,50%, principalmente por la transformación de estas plantaciones a olivar moderno en seto.

El mayor crecimiento lo ha experimentado el olivar en seto, que ocupa el 9,60% de la superficie mundial de olivar, continuando en constante crecimiento por las nuevas plantaciones y por la transformación de las ya existentes. La superficie de olivar moderno en seto es de 1,11 millones de hectáreas, principalmente cultivadas en régimen de regadío.

Asimismo, se ha pasado de producir 1,45 millones de toneladas de aceites de oliva en la campaña 1990/91 a nivel mundial a los casi 3,3 millones de toneladas (media de las tres últimas campañas), lo que significa que la producción ha aumentado en tres décadas un 227,60%.

El sector está sufriendo una transformación, a la que venimos aludiendo en esta segunda parte del informe, de manera que el 68,50% de los olivares mundiales, los tradicionales, producen el 60% de los aceites de oliva que se elaboran en el mundo. Por otro lado, el olivar moderno, con un 31,50% de superficie, produce el 40% del total de aceites de oliva.

El 70,10% del aceite de oliva virgen obtenido, como promedio en las tres últimas campañas, fue apto para el consumo -virgen extra y virgen- y el 29,90% fue aceite de oliva lampante y, por lo tanto, no apto para el consumo.

Europa es el mayor productor de aceite de oliva virgen y virgen extra, aportando el 83,70% a la producción mundial de estas categorías. Por el contrario, África es el continente que menos aceite de oliva virgen y virgen extra produce, como consecuencia del



predominio de técnicas de recolección y procesado del fruto tradicionales. No obstante, en importantes países productores del continente africano como Marruecos se están realizando esfuerzos para la modernización del sector y la mejora de la calidad del producto final, pero aún están muy lejos de la media internacional en cuanto a la producción de aceites de oliva vírgenes y vírgenes extra, de tal modo que tan sólo el 35% del total de lo producido es de las mencionadas categorías.

Respecto a la demanda, el consumo mundial de aceites de oliva ha mantenido una tendencia creciente en las últimas tres décadas, alcanzando su nivel máximo en la campaña 2019/20, con 3.268.400 toneladas. No obstante, es destacable que, aunque, efectivamente, en términos generales se aprecia esa tendencia creciente en el consumo mundial de aceites de oliva, desde la campaña 2009/10, este crecimiento es

muy lento, descendiendo, incluso, en algunas campañas. Por tanto, es posible concluir que, en los últimos años, la demanda mundial de aceites de oliva se sitúa en torno a los 3-3,2 millones de toneladas. En este sentido, merece la pena resaltar que el máximo histórico alcanzado en el consumo mundial de aceites de oliva coincide con el período de pandemia por el COVID-19, pero los datos provisionales de la campaña 2020/21 ya apuntan a un pequeño descenso en el consumo, aproximándose de nuevo a los 3,1 millones de toneladas.

En este contexto, es importante subrayar que el peso de los aceites de oliva sobre el conjunto de aceites y grasas consumidos a nivel mundial se sitúa en alrededor del 1,5% y no del 3% como es habitual oír en foros oleícolas.

Consumo

Por otro lado, la evolución del consumo de aceites en los hogares españoles en el período 2016-2021, revela que:

- En el año 2021 se ha reducido el consumo de aceites vegetales comestibles, en general, y de aceites de oliva, en particular, respecto a 2020, una vez superadas las fases de confinamiento provocadas por el COVID-19, con dos excepciones, el aceite de semillas y el de orujo de oliva. El descenso ha sido muy importante en el total de aceites (13,55%), en el de aceites de oliva (13,36%), en el AOVE (15,40%), en el aceite de oliva



SISTEMAS DE CONTROL ALMA/System ®

OPTIMIZACIÓN COMPLETA DE SU ALMAZARA

(13,18%) y en el aceite de girasol (15,76%). Han aumentado, de forma sobresaliente, el aceite de semillas y el de orujo de oliva, aunque sus consumos per cápita son muy reducidos.

- La vuelta a la “seminormalidad” en el año 2021 ha devuelto el consumo de aceites, en general, y de aceites de oliva, en particular, a las cifras del año pre-pandémico 2019.
- La comparación entre los datos de 2019 y los de 2021 muestran una cierta estabilidad en el consumo, con un ligero descenso del total de aceites, provocado por el descenso del consumo de girasol, que no compensa el aumento de todos los aceites de oliva, del aceite de semillas y del de orujo de oliva.
- Un análisis somero de corto plazo, periodo 2016-2021, muestra una tendencia descendente en el consumo de los aceites, en general, con dos excepciones, el AOVE y el aceite de girasol.

Un hecho al que se viene haciendo mención en los sucesivos informes de coyuntura es la vinculación del consumo per cápita de aceites de oliva con la edad, de manera que, a más edad, mayor consumo. Un asunto preocupante sobre el que venimos insistiendo todos los años es el envejecimiento de la población y su menor ingesta en grasa, lo que está provocando el descenso del consumo de aceites de oliva en los principales países productores. En consecuencia, es necesario y urgente adoptar estrategias de desarrollo de la demanda entre los más jóvenes. Previamente, hay que investigar el comportamiento del consumidor de este colectivo, en especial el de los *millennials*, esto es, qué consumen, para qué usos, por qué consumen lo que consumen, qué valoran en los aceites, etc.

Por otro lado, en el informe se recoge la evolución del consumo de aceites vegetales en los dos últimos años, 2021 y 2022, desde enero hasta junio. Se produce una caída en el conjunto de los aceites vegetales y en todos los tipos, excepto en el aceite de orujo de oliva y en el aceite de oliva virgen. Una cuestión importante es que, por primera vez en muchos años, la tendencia del consumo de AOVE es a la baja. La bajada importante del consumo de aceite de girasol se debe al aumento de este producto, como consecuencia de la invasión de Rusia a Ucrania. Sorprende, cuando se observan los datos mensuales de 2022, la tendencia al aumento hasta el mes de marzo y la drástica caída desde este mes en adelante.

Comercio exterior

El análisis del comercio exterior revela que el sector oleícola nacional se caracteriza por su elevado grado de internacionalización; más de dos terceras partes de su producción tiene como destino tradicionalmente los mercados internacionales, lo que determina que lo que ocurra a miles de kilómetros de distancia tenga consecuencias directas sobre el comportamiento del sector. Así, el aumento generalizado de los precios registrado en el periodo analizado se traduce en un incremento del valor medio del producto exportado, si bien la cantidad demandada se ha visto ligeramente reducida, a nivel nacional y regional, habiéndose



- Control de Producción
- Control de la Humedad
- Control de Temperaturas
- Control de Grasa en Orujo
- Control del Talco
- Control de Acidez del Aceite
- Clasificación Automática de aceites
- Control de Caldera
- Control de Molienda
- Control de Maniobras de Maquinaria
- Control del Diferencial del Decanter
- Control de Bodega
- Control Remoto por Internet
- Envío SMS de Alarmas
- Control por Videocámaras
- Clasificación de Socios mediante Tarjetas Inteligentes
- Control Inteligente de su Patio
- Trazabilidad TOTAL

www.indeatech.com

Tel.: 913 980 071
indea@indeatech.com



Indea Technologies

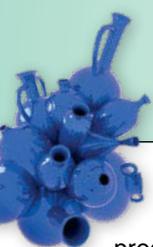
S.C.COOP. OLIVAR

DECANTER 1 (P-333)

FIN LOTE	SP: 3000 Kg	PV: 3078 Kg	Tim Bat: 02:56	TMasa: 34,6 °C
24/02/2016 08:08			95%	82%
KG. MASA: 380135 Kg			Stator: 13,6 %	Alpeorujo: 26%
KG. ACEITE: 67216 Kg			HUMED.: 470 %	Agua a DEC: 0 0 l/h
R.L: 17,7 %			450 %	
CONTADORES DE CAMPAÑA:		MASA: 2791175 Kg		ACEITE: 492796 Kg
		ORUJO: 2317905 Kg		REND IND: 17,8 %
		M.G.S.: 8,6%		M.G.H.

DECANTER 2 (P-333)

FIN LOTE	SP: 3000 Kg	PV: 3057 Kg	Tim Bat: 02:57	TMasa: 34,2 °C
24/02/2016 08:08			91%	
KG. MASA:			Stator: 13,6 %	Alpeorujo: 26%
KG. ACEITE:			HUMED.: 470 %	Agua a DEC: 0 0 l/h
R.L: 17,7 %			450 %	



producido una caída de más del 20% en el caso de la provincia jiennense.

Las consecuencias económicas de la guerra en Ucrania, el aumento de los precios de la energía, el crecimiento de la incertidumbre asociada, las expectativas sobre un menor crecimiento de la producción a nivel mundial, la posibilidad de que se confirme una situación de estancamiento en muchos países desarrollados, la caída de las importaciones de aceite de girasol procedente de Ucrania y Rusia -principales oferentes mundiales (con una cuota agregada en el mercado mundial del 53%-), y la depreciación del euro frente al dólar, debido a su carácter de moneda refugio, son cuestiones que van a influir sobre los flujos de comercio exterior del sector oleícola y a las que los operadores han de prestar mucha atención.

Uso de las TICs

Respecto del uso de las TICs, en el sector oleícola son numerosos los estudios que han puesto de manifiesto la importancia de las TICs para el desempeño organizacional y dar respuestas a los problemas comerciales que tradicionalmente ha venido afrontando. La venta de graneles y la falta de orientación al consumidor final revela la incapacidad del sector de retener gran parte del valor añadido que se genera de la venta del producto envasado. En este capítulo del informe, se han analizado las características y el potencial comercial de tres de las principales herramientas TIC que pueden ser utilizadas por las empresas del sector oleícola en su actividad comercial. Del mismo modo, se ha realizado un diagnóstico del nivel de penetración y uso de estas tecnologías en el sector, diferenciando entre sociedades cooperativas y el resto de formas jurídicas, y entre empresas jiennenses y del resto de Andalucía.

Los resultados revelan el importante esfuerzo que aún queda por hacer para lograr un aprovechamiento pleno de las herramientas que ofrece Internet en la actividad comercial de las empresas oleícolas andaluzas. Solo aproximadamente el 54% de las empresas oleícolas disponen de sitio web, siendo este porcentaje mayor en aquellas que son coo-



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

Respecto al grado de presencia en las principales redes sociales, la mayoría de las empresas oleícolas necesitan mejorar su presencia y posicionamiento en estos medios. Nuevamente, se observa que las organizaciones jiennenses presentan mejores resultados, superior al del conjunto del sector andaluz. No se aprecian diferencias significativas en el uso de las redes sociales virtuales entre organizaciones cooperativas y el resto. En términos generales, se observa un gran camino de mejora.

Por otra parte, con relación a la presencia en mercados electrónicos por parte de las empresas oleícolas andaluzas, el análisis del caso de Agrelma pone de manifiesto que sigue siendo testimonial (con solo 76 empresas oleícolas andaluzas, de las que mitad son jiennenses), revelando los importantes

esfuerzos que aún hay que hacer en este apartado.

Estudios monográficos

En cuanto a los monográficos, el primero de ellos, *“Los pagos directos al olivar y su plasmación territorial en la provincia de Jaén”*, concluye que los pagos directos de la Política Agraria Común (PAC) los reciben los propietarios de derechos adquiridos y, aunque tienen un claro impacto territorial, no cabe hacer extrapolaciones excesivas sobre su capacidad de contribuir al equilibrio territorial o a las desigualdades sociales, aunque eso no minusvalora el potencial que pueden tener si así se orientaran con tales propósitos de manera más decidida. Dicho esto, la cantidad global que han generado las parcelas dedicadas a olivar en la provincia de Jaén suma una cifra muy significativa en términos de renta y respecto a otros cultivos y provincias; y ello es, sin duda, un factor decisivo para que un buen número de sus municipios no haya acusado los graves reveses demográficos y económicos que se han reproducido por doquier en el interior peninsular. El reparto en el interior de este ámbito dista de ser equitativo y las expectativas inmediatas permiten adelantar que, en términos globales, se producirán mermas de fondos.

Los datos disponibles permiten establecer un balance entre los derechos asentados en el territorio y el destino de



los fondos recibidos, a la vez que hacerse una idea de su distribución según la naturaleza jurídica de las explotaciones y las características de edad de los perceptores. Una limitación importante es que no es posible detectar, en sentido inverso, los pagos que llegan a municipios jiennenses que están soportados en parcelas localizadas fuera de su provincia.

La lógica imperante hasta ahora ha favorecido que los mejor posicionados para competir, en términos productivos, mantengan sus posiciones privilegiadas frente a las parcelas que se encuentran con limitaciones derivadas de su tamaño, régimen de cultivo o condiciones fisiográficas. Con ello, se han reforzado las diferencias de partida, originando una disparidad de resultados que, a escala local, reproduce contradicciones que también han sido observadas a nivel nacional.

Finalmente, el estudio monográfico dedicado al conocimiento de los aceites de oliva, revela, una vez más, que, a

pesar de que España es el primer país productor de aceites de oliva del mundo, y estos productos están muy arraigados en la gastronomía y cultura del país, su desconocimiento y confusión son muy elevados. Así, un 70% de la población no sabe que el aceite de oliva es mezcla de virgen y refinado, es decir, no tiene la información (conocimiento) mínima necesaria para saber lo que compra.

Por otro lado, en este monográfico se defiende la tesis de que la demanda del aceite de oliva virgen extra está estrechamente relacionada con el nivel de conocimiento, esto es, a mayor conocimiento del consumidor sobre esta categoría de producto (tipos, características, beneficios, etc.) mayor consumo de aceites de calidad. En consecuencia, la comunicación y promoción de los aceites de oliva debería orientarse hacia informar de manera clara (sin ambigüedades ni mensajes confusos) al consumidor; y potenciar el consumo de los aceites de

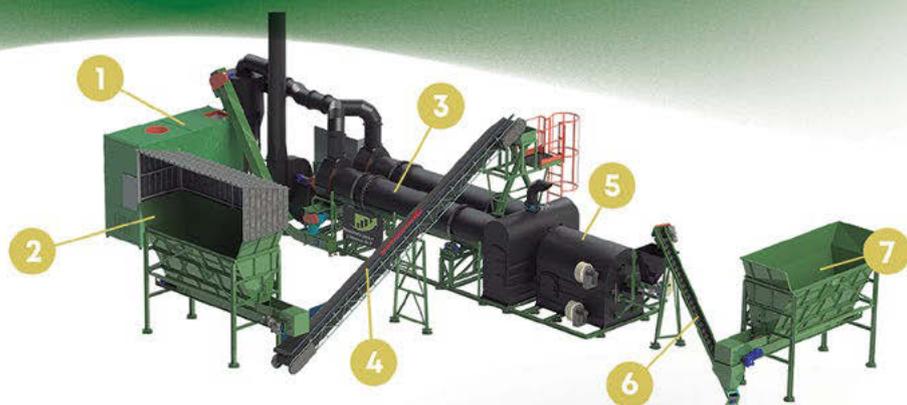
oliva de más calidad, apostando así por una política de calidad en el sector. De acuerdo con los resultados obtenidos, las campañas de comunicación deberían centrarse en remarcar que existen distintos tipos-calidades de aceites de oliva; y que la acidez no es un parámetro de calidad ni está asociado al sabor.

En suma, un conocimiento elevado se traduciría en la existencia de distintas categorías de aceites en la mente del consumidor, con características diferenciadas, utilizados para usos diferentes (con pan, para freír, para ensaladas y aderezos, para cocinar en caliente, para postres y repostería) y con precios por categorías distintos, donde las marcas de gran calidad solo competirían con aceites de similares características, y no con promociones de aceites de menor calidad, dado que ante un patrón generalizado de desconocimiento el precio se convierte en prácticamente la única variable relevante para decidir. 🍯



SECADEROS DE LA LOMA

MAQUINARIA PARA SECADO Y LIMPIEZA DE HUESO DE ACEITUNA, PISTACHO Y NUEZ



Con sede en Úbeda, Secaderos de La Loma es una empresa de maquinaria, para secado y limpieza de hueso que nace a partir de la experiencia acumulada durante los últimos 15 años en el sector de la biomasa y en la valorización del hueso de aceituna, para rentabilizar los subproductos de las almazaras.

SABER MÁS



“LA MEJOR SOLUCIÓN PARA EL SECADO, LA LIMPIEZA Y EL TRANSPORTE DE HUESO DE ACEITUNA, PISTACHO Y NUEZ”

- | | |
|-------------------------|-------------------------------|
| 1 LIMPIADORA | 5 HORNO |
| 2 TOLVA DE HUESO HÚMEDO | 6 ALIMENTACIÓN DE COMBUSTIBLE |
| 3 TUBOS DE SECADO | 7 TOLVA DE COMBUSTIBLE |
| 4 CINTA DE ALIMENTACIÓN | |



Presentes en  **expoliva**
Feria Internacional del Aceite de Oliva e Industrias Afines
Pabellón syngenta stand 39

JOAQUÍN MOLINA CHAMORRO
P.I. LOS CERROS - C/ CERÁMICA 22 - 23400 ÚBEDA (JAÉN)
T. 636 458 165 - E: joaquin@huesoaceituna.com

www.huesoaceituna.com



De tapas por Jaén



Con la inestimable ayuda de Jaén Gastronómico, nos hemos ido de tapas por algunos de los mejores restaurantes de la provincia jiennense y les hemos pedido a sus chefs que elijan una de sus recetas con AOVE -por supuesto de Jaén- para deleitar nuestros paladares. El resultado, como no podía ser de otra manera, es para chuparse los dedos. *Bon appétit!*

[Texto: Alfredo Briega Martín]

Los Sentidos

📍 C/ Doctor, 13. Linares

👨‍🍳 Juan Pablo Gámez Fernández



Pipirrana jiennense con trucha de Cazorra

Ingredientes:

Agua de pipirrana, 800 gr. de tomate maduro, 40 gr. de pimiento rojo, 40 gr. de pimiento verde, 1 diente de ajo, 50 gr. de cebolla, comino, sal, pimienta blanca, 3 hojas de gelatina por litro, AOVE picual y arbequino.

Elaboración:

Picamos todas las verduras y las ponemos en un bol. Añadimos vinagre de jerez y aceite de oliva virgen extra picual. Dejamos macerar al menos ocho horas, una vez transcurridas ponemos la mezcla en una gasa para filtrar el agua de las verduras y obtener un caldo transparente con todo el sabor de la pipirrana. Rectificamos de sal, pimienta y comino, templamos parte de la elaboración, añadimos las hojas de gelatina previamente hidratadas (3 hojas por litro) y juntamos todo. Reservamos en la nevera.

Ingredientes para la trucha:

Trucha de la Sierra de Cazorra, azúcar moreno oscuro ecológico, sal gruesa.

Elaboración:

Separamos los lomos de trucha y limpiamos de espinas y pieles. Untamos la trucha con el azúcar oscuro y cubrimos con sal gruesa durante 12 horas (para lomos de 2,5 kg.). Limpiamos de sal y cubrimos con aceite de oliva virgen extra arbequino. Dejamos macerar un mínimo de seis horas.

Cebolla morada

Elaboración: Cortamos en rodajas lo más fino que podamos una cebolla morada, la ponemos en un bol y añadimos sal y zumo de lima. Dejar encurtir durante 10' y escurrir.

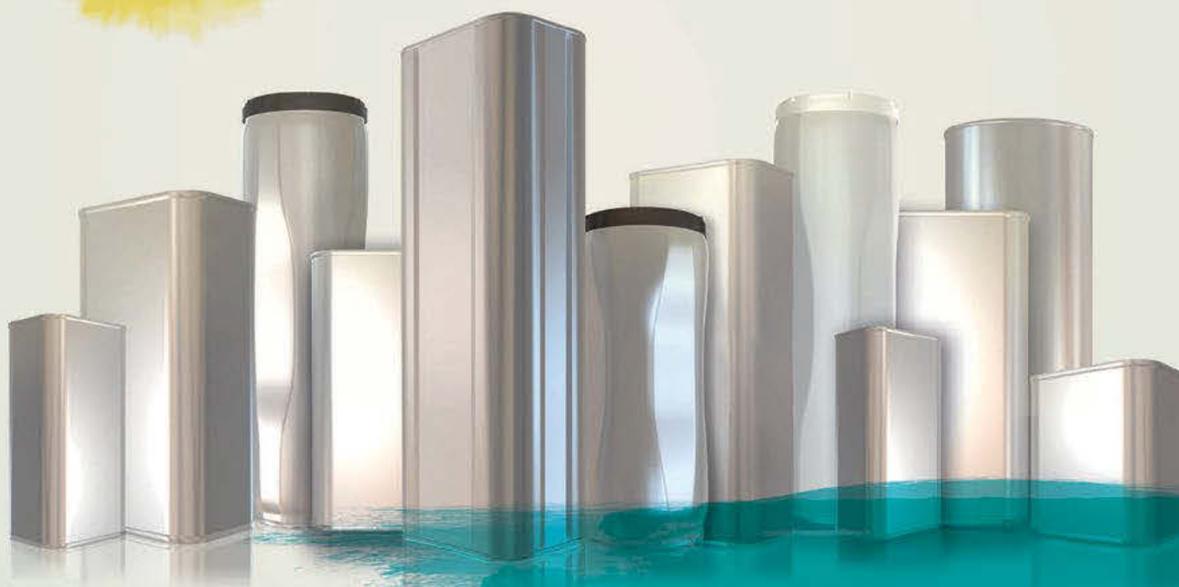
Ingredientes para la picada de verduras:

cebolla blanca, pimiento verde, pimiento rojo, cebolla morada, AOVE picual, vinagre de Jerez, sal.

Elaboración: Picamos todas las verduras y aliñamos, reservamos para el montaje.



UN MUNDO DE POSIBILIDADES



TENEMOS LA GAMA MÁS AMPLIA Y COMPLETA DE ENVASES PARA ACEITE DE OLIVA

LATAS RECTANGULARES

Con capacidades desde 100 ml hasta 5L y desarrollos propios de nuestro I+D+i como la resistencia axial reforzada o el exclusivo tapón respirador que permite un vertido preciso del aceite.

OLEOPACK

Un envase exclusivo desarrollado para sus aceites de oliva premium combinando estética y funcionalidad para diferenciar su envase en el punto de venta y hacerlo más cómodo para el uso final. Capacidades de 500 y 750 ml.

LATAS CILÍNDRICAS

En presentaciones de 500 ml y 1L, con acabado barnizado o litografiado y diferentes opciones de tapón vertedor.



GRUPO AUXIMARA

Diseño y fabricación de envases metálicos litografiados



AUXIMARA

Pol. Industrial Valdemuel
50290 · Épila · Zaragoza
+34 976 817 300



METALGRÁFICA DEL SUR

P.A.M.A. C/ El Matorral, parc. 59
41870 · Aznalcóllar · Sevilla
+34 954 136 004



METAL se recicla para siempre

www.grupoauximara.com

Radis

C/ Tablerón, 10. Jaén

Juan José Mesa León



Pán, aceite y chocolate

Ingredientes para el helado:

1 taza de aceite de oliva virgen extra picual *Melgarejo* (0,25 ml.), 1 taza de nata (0,25 ml.), 2 tazas de leche, 1 taza de azúcar blanco, yemas de huevo (4 unidades), 1 cucharadita de sal (0,5 gr.).

Ingredientes para el chocolate:

200 gramos de chocolate negro, 200 ml. de nata para montar, 1 cucharada sopera de mantequilla, pan frito, aceite de oliva, cacao.

Elaboración:

Mezclamos las yemas con el azúcar hasta obtener una pasta blanca, añadimos el resto de ingredientes y metemos en una Thermomix a velocidad 10 durante 1'. Hacemos unos cuscurrenos de pan fritos y preparamos una ganache de chocolate con la nata montada y el chocolate derretido con la mantequilla. Dejamos reposar un par de horas y utilizamos. La elaboración del helado requiere 12 horas.



Vandelvira

Pza. San Francisco, s/n. Baeza

Juan Carlos García Garrido



Acelga con beurre blanc de AOVE y palodú

Ingredientes para la acelga:

1 manojo de acelgas.

Elaboración:

Limpiar y seleccionar las hojas de la acelga eliminando las hojas picadas y la fibra de los tallos, y dejándolas al tamaño correcto para que entren en los platos. En el momento del pase, escaldar las hojas en agua calculando el tiempo de cocción en función del tamaño y grosor del tallo.

Ingredientes para el agua de palodú:

100 gr. de palodú, 1 l. de agua mineral.

Elaboración:

Pelar el palodú y cortarlo en trozos. Introducir en la Thermomix y agregar el agua mineral. Triturar hasta que esté totalmente líquido y pasar por un fino para eliminar la fibra. Reservar en frío.

Ingredientes para el vino blanco reducido:

350 ml. de manzanilla papirusa.

Elaboración:

Poner en un cazo y reducir hasta tener 50 ml. Reservar en frío.



Ingredientes para la *beurre blanc* de AOVE:

50 ml. de vino blanco reducido (elaboración anterior), 25 ml. de zumo de limón fresco, 60 ml. de agua de palodú (elaboración anterior), 350 ml. de AOVE picual temprano, 1,5 gr. de sal, 1 gr. de xantana.

Elaboración:

Mezclar el vino reducido con el zumo de limón y el agua de palodú, poner en la Thermomix y agregar la xantana. Triturar hasta disponer de una mezcla homogénea. Agregar el AOVE poco a poco para que emulsione. Poner a punto de sal y ralladura de limón. Reservar a temperatura ambiente.

Toques:

Apio fresco, sal y pimienta, ralladura de limón, polvo de limón quemado, AOVE picual.

Herramientas:

1 cazo de 18 cm., 1 Thermomix, 1 Túrmix, 2 coladores finos, 1 lengua, 2 *microplane*.

Acabado y presentación:

Cocinar la acelga durante 40". Sacar y poner sobre papel de cocina, agregar ralladura de apio fresco, ralladura de limón y pimienta negra. Agregar la *beurre blanc* de AOVE cubriendo toda la acelga. Agregar polvo de limón quemado. Servir.



20 AÑOS SOLUCIONANDO SUS PROBLEMAS DE LLENADO Y ETIQUETADO

PREPARADOS TECNOLÓGICAMENTE PARA ESTUDIAR SU PROBLEMA DE ENVASADO Y OFRECERLE LA MEJOR SOLUCIÓN. AJUSTADO DE FORMA AUTOMÁTICA O SEMIAUTOMÁTICA



CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS:

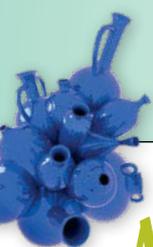
- CONTROL DE LA PRODUCCIÓN AUTOMATIZADO EN PANTALLA TÁCTIL.
- CONTADOR DE ENVASES
- PRODUCCIÓN POR LOTES
- CONTROL DE CICLOS
- ESTADÍSTICA- GESTIÓN DE MEMORIAS DE ENVASES.



PRODUCTOS:

- ENVASADORAS
- CODIFICADORES
- ETIQUETADORAS
- TAPONADORES
- CERRADORES
- CONTROL DE PESO
- DETECTORES DE METALES ...





Almoraje Raíces Segureñas

📍 Ctra. de Hellín, 15. Siles

👨‍🍳 Alejandro Ramírez Idáñez



Tiradito segureño de trucha del Agvasmulas, gazpacho verde de hinojo, manzana y pimpinela con su ensalada vegetal

Ingredientes para la trucha marinada:

Lomos de trucha (4 kg.), sal gruesa (750 gr.), azúcar moscovado (750 gr.), ralladura de limón (4 unidades), brotes de hinojo silvestre (300 gr.), pimienta rosa (100 gr).

Elaboración:

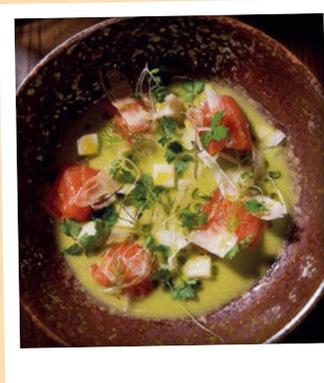
Para la marinada mezclamos la sal y el azúcar moscovado. Rallamos la piel de cuatro limones con ayuda de un rallador fino. Picamos los brotes verdes del hinojo muy fino y añadimos a la mezcla. Con ayuda de un molinillo eléctrico pulverizamos la pimienta rosa y mezclamos con el resto de ingredientes. Mezclamos homogéneamente la marinada y preparamos en una bandeja una cama de marinada. Ponemos los lomos de trucha limpios de espinas y piel, cubrimos los lomos con la marinada y curamos durante dos horas.

Ingredientes para el gazpacho verde:

Agua de tomate (1 l.), miga de pan de pueblo (80 gr.), albahaca (40 gr.), pimpinela (250 gr.), ajo (2 unidades), bulbo de hinojo (500 gr.), brote verde de hinojo (100 gr.), manzana (300 gr.), sal (C/S), vinagre de pimpinela (30 ml.) y AOVE picual verde *Cañalacueva* (160 ml.).

Elaboración:

Extraemos el agua del tomate triturando los tomates y decantando con ayuda de una *superbag*. En el vaso de Thermomix añadimos todos los ingredientes excepto el AOVE y trituramos durante 5' a velocidad 10. Una vez triturado colamos con ayuda de un colador fino de malla, volvemos a pasar al vaso de la Thermomix y añadimos el AOVE en hilo fino a velocidad 3,5 hasta emulsionar el gazpacho. Con ayuda de la *superbag* volvemos a colar para eliminar restos de fibras y obtener una textura limpia y sedosa. Enfriar durante dos horas.



Ingredientes para la ensalada vegetal:

Bulbo de hinojo, brote tierno de pimpinela, manzana, brote de hinojo y AOVE picual verde *Cañalacueva*.

Plaza Vieja

📍 C/ La Parra, 6. Jaén

👨‍🍳 Verónica Toledano Montero



Habas revolconas con yema curada e ibéricos

Ingredientes:

Habas de temporada, cebolla, ajo, huevo, AOVE picual. *Melgarejo*, caldo de pollo, pimentón, soja, jamón ibérico al gusto.

Elaboración:

Sofreír el ajo, la cebolla y las habas con cáscara en taquitos finos. Añadir caldo de pollo para que cuezan y queden tiernas. Separar las claras y montarlas, cuajar con las habas a punto de nieve. Curar la yema con soja, AOVE y pimentón. Colocar la yema con mucho cuidado encima de las habas revolconas y decorar con jamón ibérico.





Almocadén

📍 Ctra. de la Fuensanta, 38. Alcaudete

👨‍🍳 Tomás Rueda López



Ensalada templada de tomates, ostras y AOVE

Ingredientes:

Tomates cherry, ostras, hielo, AOVE royal *Supremo*, sal, brotes verdes.

Elaboración:

Se trocean los tomates, añadimos un poco de sal y se dejan en un colador para escurrir durante una noche. Abrimos las ostras y reservamos por un lado el agua que sueltan y por otro la carne. Escaldamos unos tomates cherry de colores, los introducimos en agua con hielo y los pelamos.

Acabado y presentación:

Colocamos los tomates y las ostras, añadimos el agua de tomate y el agua de las ostras con AOVE que previamente habíamos mezclado y templado. Decoramos con unos brotes verdes.



Somos
EL MAYOR PRODUCTOR

DE ACEITE DE OLIVA
EN JAÉN

Somos
ÚNICOS EN CALIDAD

TRANSPARENCIA Y SEGURIDAD ALIMENTARIA
PARA EL CONSUMIDOR

JAENCOOP
grupo



www.jaencoop.com





Malak

Pza. de la Constitución, 11. Jaén

Javier Jurado Ruiz



AOVE, zanahoria y atún madurado

Ingredientes para la emulsión de AOVE:

AOVE Oro Bailén Picual (1 l.), cebolla (1 kg.), zanahoria (1 kg.), ajos (300 gr.), tomillo fresco (200 gr.), vinagre de Jerez (500 ml.), caldo de pollo (1 l.), licuado de zanahoria (1 l.), 1 cucharada sopera de goma xantana.

Elaboración: Cortar la verdura en *mirepoix* y envasar al vacío con el AOVE y tomillo. Cocinar a 90° durante seis horas. Concluido este proceso disponer en una olla con el resto de ingredientes y cocinar hasta que levante. Colar y dejar decantar, emulsionar con el licuado y la xantana.

Ingredientes para el atún madurado:

ventresca de atún, grasa de vaca (1 kg.), AOVE ecológico Melgarejo (1 l.)

Elaboración: Cortar la grasa de vaca en trozos pequeños y disponerlos en una marmita. Fundir la grasa a fuego muy lento, incorporar el AOVE y dejar en infusión durante dos horas. Triturar y pasar por la *superbag*. Cortar la ventresca en lingotes y dejar madurar en la grasa resultante cuatro días.

Ingredientes para el gel de AOVE:

Hoja de zanahoria (100 gr.), AOVE *Olibaeza* (200 ml.), cucharada sopera de *gelcreme*.

Elaboración: Escaldar la hoja de zanahoria y triturar en Thermomix con el AOVE. Pasar por *superbag* y ligar con el *gelcreme*.

Ingredientes para el helado de AOVE:

nata (250 gr.), leche (250 ml.), azúcar (100 gr.), yema (80 gr.), AOVE Oro *Magnasur* (80 ml.)

Elaboración: Calentar la nata y la leche. Montar la yema y el azúcar en *kitchen* hasta blanquear. Cuando la leche y la nata están a 80° incorporar las yemas y homogeneizar. Cuando la mezcla baja a 40° incorporamos el AOVE e introducimos en la heladera.



Ingredientes para la zanahoria morada encurtida en hoja de olivo y AOVE:

Zanahoria morada, agua (100 ml.), vinagre (100 ml.), azúcar (100 gr.), AOVE *Esencial Olive* (80 ml.), hoja de olivo (100 gr.)

Elaboración: Llevar todos los líquidos a ebullición y emulsionar con el AOVE cuando baje la temperatura. Disponer en un tarro la zanahoria morada cortada en cubos con la hoja de olivo. Incorporar el líquido y dejar reposar 24 horas.

Acabado y presentación: Poner antes del servicio el plato en el congelador. Con ayuda de un biberón colocamos la emulsión de AOVE y zanahoria en el centro del plato. Colocar la ventresca de atún, previamente cortada y untada con un pincel con la grasa de AOVE y vaca, en el centro del plato encima de la emulsión. Disponer alrededor el gel de AOVE y la zanahoria encurtida en AOVE. Coronar el plato con una quenelle de helado de AOVE encima de la ventresca de atún. El plato necesita cuatro días de pre-elaboración y una hora de elaboración.

Utensilios y electrodomésticos: envasadora al vacío, *roner*, cazuela, licuadora, batidora, *superbag*, Thermomix, *kitchen*, heladera, abatidor.

Jaén Gastronómico, trabajando por la difusión de la gastronomía jiennense

Jaén Gastronómico nació en 2013 con una idea clara: trabajar por la promoción y difusión de la gastronomía jiennense, fomentando el turismo gastronómico de esta provincia andaluza. Los promotores del proyecto, Rubén Hornos y Pilar Álvarez, afirman que "nos sentimos profundamente enamorados y orgullosos de nuestra tierra, de forma que nuestras actividades siempre van encaminadas a que nuestros chefs, restaurantes y productos, en especial el aceite de oliva virgen extra jiennense, bandera de nuestra tierra, crucen fronteras y sean conocidos, valorados, respetados y se posicionen en el mapa gastronómico español como merecen".

En su web www.jaengastronomico.com se recomiendan más de un centenar de establecimientos repartidos por toda la provincia y clasificados por tipo de cocina (de autor, tradicional, tapeo y raciones...), desde sencillos bares, tabernas y mesones hasta gastrobares y restaurantes con estrella Michelin.

La empresa -que ofrece un servicio integral de marketing digital dirigido a los negocios de hostelería- se ha especializado en la organización de eventos de carácter gastronómico, entre ellos los concursos La Mejor Tapa de Jaén o Degusta Jaén en Familia, la feria Jaén Distribución, AOVE Blogger España o las Noches Gastronómicas de Lopera y Torredonjimeno. Ubicada en el edificio Estrella del complejo del hotel HO Ciudad de Jaén, la sala Jaén Gastronómico es un centro de referencia que apuesta por sesiones formativas caracterizadas por la creatividad, la innovación en el aprendizaje y el compromiso con la gastronomía de la tierra. Además, en este espacio único con capacidad para 90 personas se celebran talleres de cocina privados, reuniones de empresa, cocktails temáticos, presentaciones de productos, desayunos de trabajo o charlas y conferencias.





AGRO-oleum
INGENIERIA S.L.

**La razón de ser de
nuestra Ingeniería:
el olivar, su riego, las
almazaras, el aceite
y la utilización de los
subproductos**



AGRO-oleum
INGENIERIA S.L.



Explanada, 15 · Úbeda
Tel: 953 793 307
administracion@agrooleum.net

www.agrooleum.com



Inspiring
Tunisia

TÚNEZ, PAÍS INVITADO
TUNISIA, GUEST COUNTRY



PATROCINA:



10 AL TO 13

MAYO
MAY / 2023

21^A
**FERIA INTERNACIONAL
DEL ACEITE DE OLIVA
& INDUSTRIAS AFINES**

21ST
**INTERNATIONAL FAIR
OF THE OLIVE OIL
& ALLIED INDUSTRIES**

JAÉN, SPAIN
WWW.EXPOLIVA.INFO

**CONTENEMOS
LA HISTORIA**
WE CONTAIN THE HISTORY

1983 | 2023
40 AÑOS

ORGANIZA:



PATROCINA:



COLABORA:



SILVER PARTNER:



VEHÍCULO OFICIAL:





¿Cómo venderías el Jaén del siglo XXI al resto del mundo?



En este ESPECIAL EXPOLIVA hemos preguntado a 11 de las personalidades más relevantes de la provincia cómo venderían, desde su perspectiva y ámbito de actuación, el Jaén del siglo XXI al resto del mundo. Éstas son sus respuestas.



M^a Soledad Aranda Martínez

Presidenta ejecutiva de la Fundación del Olivar y delegada territorial de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural en Jaén

Jaén, epicentro de la tecnología aplicada al olivar y de la investigación para la mejora de la calidad del aceite de oliva

En la última década, nuestra provincia ha experimentado un notable cambio en lo referente al mundo del aceite de oliva y todo lo que le rodea. En la actualidad, el olivar de Jaén es líder no sólo en producción, sino en calidad, elaborando una gran parte de los mejores AOVEs del mundo. Esto, unido a una oferta creciente en relación con el oleoturismo, con brillantes y novedosos proyectos que combinan el paisaje del olivar entre parques naturales, alojamientos singulares y oferta gastronómica, hacen de Jaén un lugar para perderse en su mar de olivos.

Por otro lado, la tecnología aplicada al olivar ha sido el gran reto que nos ha situado como epicentro de la investigación para la mejora de la calidad en el cultivo y la producción de aceite de oliva. Hoy podemos afirmar con gran satisfacción que Jaén es una provincia que atrae a un tejido empresarial cada vez más tecnológico relacionado con el olivar y la agricultura de precisión. Además, el olivo se ha convertido en icono de la economía circular que, de forma eficiente y sostenible, ha completado el ciclo incluyendo los diferentes subproductos y haciendo de nuestro producto estrella un modelo de economía verde.

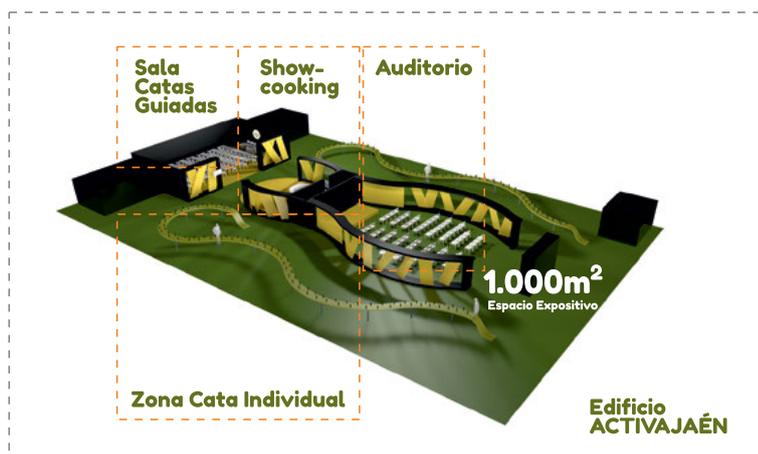
Desde la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, y también a través de la Fundación del Olivar -promotora y organizadora de Expoliva, la Feria Internacional del Aceite de Oliva e Industrias Afines-, venimos trabajando por y para el olivar de Andalucía, con importantes avances en la homogeneización de los paneles de cata -nacionales e internacionales-, la investigación para la valorización de nuestros aceites y nuestra herramienta estrella: el sistema de información de precios en origen *Poolred*. Sin olvidarnos de nuestro museo del aceite de oliva Terra Oleum, punto de encuentro de esta cultura milenaria.

MAYO
10/13
2023

expoliva®

siaove.com

SIAOVE®



IX SALÓN INTERNACIONAL DEL ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

Saborea más de 200 AOVES

XXI SIMPOSIUM INTERNACIONAL CIENTÍFICO - TÉCNICO DEL ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

Escucha a más de 100 expertos Mundiales

INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES

www.expoliva.com

¡¡Cuidamos de la DIETA MEDITARRÁNEA y ella de tí

ORGANIZA

FUNDACIÓN
DEL OLIVAR
BASE DE LA DIETA MEDITERRÁNEA



Junta de Andalucía
Consejería de Agricultura, Pesca,
Agua y Desarrollo Rural



África Colomo Jiménez

Presidenta del Consejo de Administración de Ferias Jaén

Elegir un lugar para vivir depende de muchos factores. Hay personas que quieren estar cerca de sus lugares de trabajo; otras valoran, por encima de todo, la tranquilidad y el hecho de tener unas relaciones sociales que te permitan estar en contacto continuo con amigos y familiares.

Vivir en la provincia de Jaén ofrece muchísimas ventajas. En primer lugar, la facilidad para desplazarnos: no existen grandes distancias y en nuestros municipios podemos ir andando a casi todas partes, lo que nos permite aprovechar mejor el tiempo de trabajo y de ocio. Tras la pandemia, saludarnos, hablarnos y relacionarnos se ha convertido en todo un lujo que, por suerte, disfrutamos quienes podemos hacerlo a diario, los que vivimos en la provincia de Jaén. Disfrutamos de la vida y tenemos cubiertas todas las necesidades gracias a que contamos con todos los servicios.

Desde el punto de vista empresarial, el Jaén del siglo XXI se vive en las ferias y en los eventos congresuales que desarrollamos en Ferias Jaén a lo largo del año, que demuestran que somos una provincia con un fuerte componente industrial y sectores muy potentes y pujantes con un importante peso específico en nuestra economía; todo ello sin perder de vista, claro está, nuestro olivar y aceite de oliva. Ello, unido a la implantación de nuevas formas de trabajar y al hecho de que contamos con una potente red de fibra en la provincia que además se va a reforzar con la extensión de la banda ancha, está permitiendo recuperar el enorme talento que sale de la Universidad y que llevamos años exportando. Cada vez con más frecuencia observamos que esos profesionales altamente cualificados que se tenían que ir a trabajar fuera ahora regresan a su tierra gracias a las amplias posibilidades de desarrollo profesional que ofrece el teletrabajo. Esta alta cualificación nos coloca en una posición muy ventajosa a la hora de acoger empresas de base tecnológica. Ejemplo de ello es el Centro Tecnológico de Desarrollo y Experimentación (CETEDEX) que el Ministerio de Defensa va a implantar en Jaén y que impulsará a sectores vinculados a la Inteligencia Artificial, vehículos inteligentes y sistemas antidron.

Gracias al avance experimentado en los últimos años, la provincia de Jaén está en muy buenas condiciones para poder aprovechar al máximo las grandes oportunidades que se le abren por delante.

Competitividad económica, calidad de vida y sostenibilidad, lo mejor de la provincia de Jaén



Cristóbal Gallego Martínez

Presidente de Grupo Jaencoop

Hace mucho tiempo que el sector oleícola de Jaén situó a la calidad en el centro de su trabajo. Gracias a un esmerado manejo y mucha inversión, estamos proporcionando un valor diferencial a nuestro apreciado virgen extra, que cuenta con el aval de Denominaciones de Origen o

con la recientemente creada Indicación Geográfica Protegida (IGP) de Jaén. En muchas explotaciones de Jaén nos encontramos con un olivar de difícil mecanización, marcado sobre todo por su orografía, con pendientes muy elevadas que dificultan su intensificación. Debemos esforzarnos para llegar directamente al consumidor con nuestro propio producto, con sus características intrínsecas de la zona, garantizando la trazabilidad "del campo a la mesa", y buscar la diferenciación que nos permita obtener un valor añadido, donde las producciones certificadas, como la integrada y la ecológica, pueden resultar de gran ayuda. El objetivo debe ser la modernización de nuestro olivar, pero la realidad es que las explotaciones están muy atomizadas, y ahí es donde tenemos que trabajar desde nuestras cooperativas en busca de soluciones para estos propietarios.

Debemos centrar nuestros esfuerzos en extender el valor de nuestro aceite de oliva no sólo como un alimento saludable, sino vertebrador; un motor económico que genera empleo y riqueza en las zonas rurales y posee un enorme potencial medioambiental. En este sentido, no podemos olvidar que sólo el 20% se transforma en aceite de oliva, pero también podemos generar biomasa a partir del hueso y el orujillo o biogás con el alpeorajo. Ahora bien, toda esta proyección puede caer en saco roto si no atajamos de frente el problema del agua. Necesitamos un compromiso firme y un plan de inversiones que nos garantice la disponibilidad de tan vital elemento en nuestros campos y un uso eficiente del mismo. El problema hídrico es una cuestión de Estado y como tal hemos de afrontarla, apostando por una estrategia común que permita mantener una actividad tan esencial y generadora de riqueza como la agroalimentaria.

El aceite de oliva como alimento saludable, vertebrador y con un enorme potencial medioambiental

“Un envase creado para prestigiar tu aceite”
“Solutions created to give prestige to your oil”



BAROCCO
EDITION

BY ENVASES
SOPLADOS



envase **S**opladados

INNOVANDO DESDE 1989

P.I. Ave María, 37-43 // 23740 Andújar / Jaén - Spain
T. +34 953 511 754 - +34 953 514 048 // F. +34 953 511 473 // www.envasesopladados.com





Luis Jesús García-Lomas Pousibet

Presidente de la Fundación Caja Rural de Jaén

Un territorio con grandes expectativas y un lugar donde disfrutar de la vida

Jaén es, sin duda, un territorio con grandes expectativas en este siglo XXI, y para constatarlo sólo habría que preguntar a todos los que tienen la oportunidad de visitarnos, a los que seguro que nuestra provincia no les ha dejado indiferentes. En primer lugar, cabe destacar la calidad de vida que podemos disfrutar en cada uno de los rincones de esta extensa provincia, tanto en las ciudades como en las zonas más rurales; un lugar donde sentirse siempre en casa, un territorio que aglutina la mayor extensión de espacios naturales de España y un inmenso bosque de olivos -esperemos que pronto sea declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco- que nos permite ser un referente en turismo de naturaleza. Hablamos también de un lugar con una riqueza patrimonial muy importante, no en vano es uno de los territorios con más fortalezas y castillos de Europa y cuna del Renacimiento español, con dos ciudades Patrimonio de la Humanidad como Úbeda y Baeza que representan una de los grandes legados del pasado; sin olvidar la bellísima Catedral de Jaén, cuyo modelo renacentista fue exportado a las colonias americanas.

A nivel económico, la provincia es referente en la industria agroalimentaria en la producción de aceites de oliva de excelente calidad a nivel mundial. Una provincia con espacios tecnológicos y centros punteros en la investigación y el desarrollo de la industria del plástico, la industria metalmecánica y la cerámica. También disponemos de espacios industriales y un valioso capital humano gracias a la joven Universidad de Jaén, muy apegada al territorio y atenta a las necesidades formativas reales de nuestros jóvenes y de las empresas.

Por último, Jaén sigue siendo hoy también aquel cruce de caminos entre Andalucía y el resto de España, una provincia amable, abierta y acogedora, un lugar donde disfrutar de la vida.



Juan Gómez Ortega

Rector de la Universidad de Jaén

La UJA, referente internacional en I+D+i

Situada en un punto geográfico estratégico como puerta de Andalucía, la provincia de Jaén atesora en su patrimonio cultural y natural su mayor potencial. Además de contar con cuatro parques naturales, sus 66 millones de olivos, un paisaje natural humanizado que avanza hacia su declaración como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, colocan a Jaén como líder mundial en producción de aceites de oliva. Un sector, el oleícola, por el que la Universidad de Jaén apuesta decididamente, en línea con su compromiso con el territorio sobre el que se asienta, a través del desarrollo de sus funciones principales, la formación, la investigación y la transferencia del conocimiento.

La sociedad cambia y se transforma rápida y constantemente. Unos cambios a los que el sector oleícola jiennense tampoco es ajeno y que requieren adaptación para situarse a la vanguardia. Para ello cuenta con la generación del conocimiento generado desde el ámbito universitario, concretado a través del trabajo multidisciplinar realizado por más de 60 grupos de investigación y el Instituto de Investigación en Olivar y Aceites de Oliva de la Universidad de Jaén, que avanza en su actividad para convertirse en referente internacional en I+D+i.

En este sentido, la Universidad de Jaén -a través de su oferta formativa y de I+D+i- ha contribuido desde su creación hace ahora 30 años a la evolución positiva registrada por el sector, caracterizado en la actualidad por una mayor profesionalización y una apuesta decidida por la calidad, como refleja el hecho de que numerosos de sus AOVES figuren entre los mejores del mundo. Pero el sector del olivar y de los aceites de oliva es mucho más y su actividad se ha permeabilizado en todos los ámbitos de la sociedad, en sus 97 municipios y en sus gentes, generando una cultura característica que les invito a descubrir.



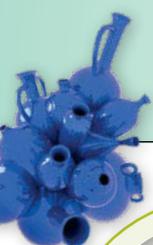
FONDOS SOSTENIBLES

Descubre la forma de invertir tu dinero
sin perder de vista el futuro del planeta



El valor de las inversiones en fondos está sujeto a las fluctuaciones del mercado y puede conllevar la pérdida del capital invertido. Existe folleto informativo y el documento Datos Fundamentales para el Inversor disponible en las oficinas de Caja Rural, en los registros de CNMV y en www.gescooperativo.es





Julio Millán Muñoz

Alcalde de Jaén

Jaén: pasado, presente y un futuro estratégico en torno al olivar

La capital jiennense tiene en su término municipal uno de los de mayor importancia en el cultivo del olivar, que es historia, pasado, presente y futuro de este producto. Jaén tiene en su villa romana de Los Robles, en su zona norte, el *torcularium*, el molino más grande de toda Hispania, la primera gran almazara que comercializaba aceite de oliva y lo exportaba. Que el Monte Testaccio en Italia sea un accidente artificial creado por las miles de ánforas de barro que portaban el aceite de oliva de Jaén demuestra, por un lado, lo universal de este producto; y por otro, la importancia y el peso milenario de Jaén en el mundo.

Hay una Jaén actual, capital mundial del aceite de oliva, que exhibe desde hace muchos años a través de la feria más importante del sector oleícola su potencial, su capacidad y, sobre todo, lanza el mensaje de una cultura común, unas raíces y un futuro estratégico en torno al olivar. La ciudad de Jaén ha rescatado lo mejor de su tradición ligada al aceite de oliva para trabajar en una apuesta de presente y de futuro inmediato como es su candidatura a ciudad creativa de la gastronomía ante la Unesco. Y el eslogan escogido es "tradición olivarera". Tenemos un ecosistema de grandes cocineros, impagables productores y establecimientos reconocidos con estrellas Michelin, dos en una ciudad de poco más de 113.000 habitantes.

Jaén es además investigación, tecnología y una ciudad con una profunda convicción de que desde sus empresas y su universidad es faro del progreso y la investigación. Nuestra institución docente está especializada no sólo en la mecanización de los procesos de producción o el estudio del rendimiento del cultivo y de su zumo, sino también en su principal valor, ése que universalmente le confiere su prestigio: el de sus beneficios para la salud que nos ayuda a referenciarlos más como capital mundial.



Esteban Momblán Hidalgo

Gerente de Grupo Interóleo y presidente de Citoliva

Jaén, motor de la olivicultura moderna en el siglo XXI

La provincia de Jaén será el motor de la olivicultura moderna en el siglo XXI gracias a la aplicación de diversas acciones. El desarrollo de una agricultura sostenible y generadora de riqueza, caracterizada por el uso más eficiente de los recursos, genera un impacto positivo en el medio y permite que la población pueda mantenerse en el territorio. Sin duda, el olivar tradicional se ve potenciado por este tipo de prácticas frente a una olivicultura más intensiva en recursos como sucede en otras zonas.

Otra de las palancas que convierte a Jaén en epicentro productor a nivel mundial es la excelencia de sus aceites. En la última década se ha generalizado el adelanto de cosechas, obteniéndose aceites sensorialmente muy destacados, AOVEs Premium con los que Jaén ocupa los primeros puestos en los concursos internacionales de calidad. Asimismo, la composición en antioxidantes naturales, ácido oleico y vitaminas E y K hacen de nuestros aceites de la variedad picual, predominante en Jaén, la mejor opción a nivel culinario y de efectos saludables, frente a otras cuya estabilidad es menor.

La tercera gran palanca es el desarrollo del nuevo concepto de la divulgación activa y del oleoturismo, con la puesta en marcha de múltiples centros de interpretación, áreas visitables y museos donde se potencia la cultura del olivar. Una divulgación accesible a todos, asociada al disfrute de lo culinario y al mundo de sensaciones sensoriales que da lugar a la aparición de nuevos consumidores atraídos por el aspecto hedonista de nuestro virgen extra.

Jaén también apuesta decididamente por la investigación y el conocimiento como herramienta de desarrollo y transferencia de ideas. La Universidad de Jaén y el Centro Tecnológico del Olivar y el Aceite de Oliva (Citoliva) son entidades generadoras de nuevos conocimientos. Cabe destacar, además, que Citoliva se ha convertido en el primer panel de cata acreditado por el Consejo Oleícola Internacional (COI) de ámbito no público en Andalucía y el primero oficial de la provincia de Jaén.

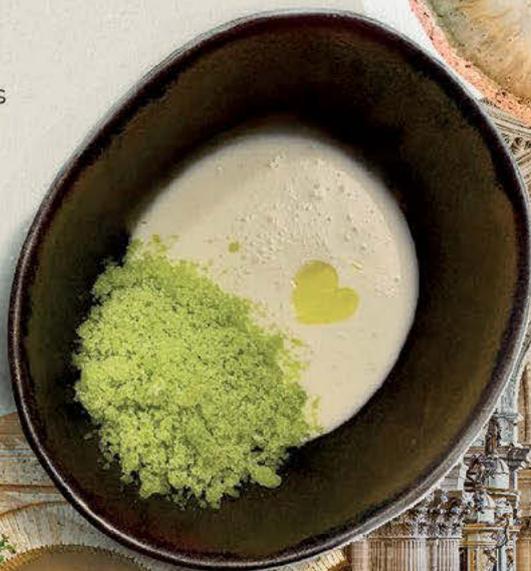
Por último, y como hecho diferencial respecto al resto de zonas productoras, Jaén aporta empresas con dimensión suficiente para abordar los grandes retos de futuro. Tanto Interóleo como Jaencoop (nacidas en Jaén) y Dcoop (con fuerte presencia en la provincia) marcan el devenir del sector a nivel mundial, exportando sus modelos de negocio a otras zonas productoras. Por todos estos motivos, Jaén marcará el futuro del aceite de oliva en el siglo XXI.

JAÉN

tradición olivarera

Jaén, candidata a **Ciudad Creativa de la UNESCO** en el ámbito de gastronomía con un proyecto basado en el aceite de oliva, símbolo social, cultural y culinario de la ciudad; un ingrediente que se sitúa en el eje fundamental de la dieta mediterránea y que determina la economía provincial, su cultura y sus tradiciones. Esta candidatura convertiría a Jaén en un símbolo cultural que afiance su capitalidad mundial del aceite de oliva, salvaguarda una tradición, ayuda a luchar contra el cambio climático y a generar nuevas oportunidades de emprendimiento fijando la población al territorio.

Escanea este código para saber más.



**JAÉN,
JAÉN**
AUTÉNTICA



Francisco Reyes Martínez

Presidente de la Diputación Provincial de Jaén

**Jaén,
sinónimo de olivar
y aceite de oliva de
calidad**

La provincia de Jaén no sólo es líder mundial en producción de aceite de oliva, sino que se ha consolidado también como la que produce mayor cantidad de zumo de aceituna de calidad. Esta situación supone un orgullo y un privilegio, porque pocos territorios pueden presumir de estar al frente de un sector a nivel mundial, más aún de uno tan importante y con tanto futuro como el oleícola.

Además, en los últimos años los productores, las cooperativas y las almazaras han dado un salto que no hace mucho hubiéramos creído impensable. Ahora se produce más aceite de oliva de calidad y también se envasa mucho más producto, y ése es el camino para garantizar el porvenir de un cultivo y un alimento que, por otro lado, es cada vez más apreciado por los consumidores por sus bondades saludables, su versatilidad en la cocina y también por su contribución a la lucha contra el cambio climático.

El territorio jiennense encabeza este sector y es el referente cuando se habla de aceite de oliva, y queremos que siga siéndolo en los próximos años. Por ello, difundimos por todo el mundo los efectos beneficiosos del aceite de oliva para la salud, así como sus propiedades, entre múltiples colectivos: médicos, escolares, cocineros...; al tiempo que trabajamos para conseguir que el olivar sea, cada vez más, un cultivo sostenible.

Jaén es sinónimo de aceite de oliva y olivar, por eso nos situamos a la vanguardia de la mayoría de propuestas e iniciativas en beneficio del sector. De aquí surgió la idea de proponer los Paisajes del Olivar de Andalucía a Patrimonio Mundial, una candidatura que aspira a lograr el reconocimiento de la Unesco; y, por supuesto, nuestro territorio es el ideal para disfrutar de una experiencia de oleoturismo que cada vez atrae a más gente para conocer de primera mano todo lo que ofrece esta cultura milenaria.



Francisco Sánchez Arenas

Director del Centro IFAPA Venta del Llano e investigador-técnico del Área Economía de la Cadena Alimentaria

**Estrategias
público-privadas
para conseguir un
territorio oleícola
de mayor valor
añadido**

El territorio oleícola de la provincia de Jaén presenta una extensa superficie de olivar de almazara, generando un volumen importante de empleo.

En él se localiza un complejo entramado empresarial formado por un elevado número de explotaciones y almazaras, muchas de ellas en forma de cooperativas, y la Interprofesión, representada por las Denominaciones de Origen Protegidas y la Indicación Geográfica Protegida "Aceite de Jaén", entre otras entidades. Los sistemas de producción mayoritarios son el olivar extensivo y el de montaña, conformando el denominado olivar tradicional.

Este territorio puede capturar mayor valor añadido en distintas cadenas y a través de estrategias público-privadas, en estos cinco ámbitos:

- 1) Avanzar en la cooperación sectorial a través de la creación de economías de escala, agrupando la oferta para incrementar poder de negociación e inversiones en el procesamiento y la comercialización del aceite de oliva;
- 2) Crear suficiente valor a lo largo de la cadena, impulsando la calidad diferenciada en modelos de producción ligados al territorio (DOPs y/o IGP) o al medio ambiente (producción ecológica), que contribuyen a otras cadenas como el oleoturismo;
- 3) Propiciar una oleicultura sostenible medioambientalmente orientada hacia la recuperación de ecosistemas y a su capacidad para mitigar y adaptarse al cambio climático. Otra cadena de valor es la economía circular, valorizando subproductos y/o generando energías renovables;
- 4) Fomentar el relevo generacional, atrayendo a jóvenes oleicultores, dinamizando y abriendo el sector a nuevas transformaciones tecnológicas, acompañado de normas en materia de suelo agrícola, fiscalidad, financiación y "planes de sucesión de explotaciones";
- 5) Incidir en el desarrollo tecnológico y la digitalización (oleicultura de precisión o Almazara 4.0), haciendo uso de los resultados de la investigación para lograr un desarrollo basado en el conocimiento a través de un modelo de innovación interactiva.

CREES EN EL FUTURO?... ESTERYFIL SÍ.

Presentamos los nuevos filtros automáticos BM 4.0
*Los únicos filtros del mercado totalmente automáticos
con tecnología 4.0 integrada.*



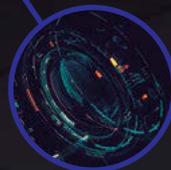
DESCUBRE TODAS SUS VENTAJAS.

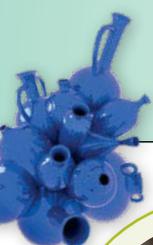
ECOLÓGICO

+ AHORRO ENERGÉTICO

TECNOLOGÍA 4.0

CONTROL DE CALIDAD





Lucía Serrano del Moral

Presidenta de la Federación de Industriales Fabricantes de Aceites de Oliva (Infaoliva) de Jaén

**Una tierra
llena de vida
que apuesta por
la calidad, la
excelencia y el
oleoturismo**

Jaén es verde oliva, tierra de trabajadores y emprendedores, puerta de entrada a Andalucía. La provincia tiene un gran potencial y entre todos los sectores empresariales y sociales estamos siendo capaces de sorprender y poner cada día más en valor nuestro principal patrimonio, el aceite de oliva. Estamos trabajando e innovando -somos líderes en tecnología aplicada a la extracción de aceites de oliva- para mostrar lo mejor de nuestro producto y todas las bondades que ofrece, pero sin olvidarnos de lo más importante: nuestras raíces más tradicionales, que es lo que verdaderamente nos diferencia respecto a nuestros máximos competidores. Jaén apuesta por la calidad y la excelencia de nuestro más preciado tesoro, como demuestra la cantidad de premios tanto nacionales como internacionales conquistados por los AOVEs de nuestra provincia.

Nuestros municipios están aprendiendo a aprovechar todas y cada una de sus singularidades mostrando la riqueza con que contamos en la provincia; empezando por nuestro patrimonio histórico, ya que somos la provincia con más castillos de toda España, y terminando por nuestro patrimonio natural, al contar con uno de los parques naturales más grandes de Europa. Un patrimonio paisajístico que con seguridad va a convertirse en Patrimonio de la Humanidad por el inmenso mar de olivos que tapiza nuestra tierra; por nuestra gastronomía, reconocida mundialmente gracias a los grandes chefs que está dando la provincia, defendiendo los productos autóctonos; y por nuestro gran descubrimiento, el oleoturismo, cada vez más posicionado, profesionalizado y con un inmenso potencial. Con el oleoturismo existe la oportunidad de visitar y conocer de primera mano nuestras almazaras, motor indiscutible en la evolución del sector, disfrutando de una experiencia única y de gran valor; una actividad que cada vez está siendo más demandada y explotada en nuestro sector. En definitiva, todos los sectores con peso en nuestra provincia están siendo capaces de implicarse y posicionar a Jaén como lo que es, una tierra llena de vida y de obligada visita.



Juan Vilar Hernández

Analista oleícola internacional y CEO de Juan Vilar Consultores Estratégicos

**Recursos y
contradicciones**

Tras haber visitado casi 60 países, es incontestable que, por su localización, gentes, idiosincrasia y demás circunstancias que conforman su entorno, Jaén es un lugar excepcional para vivir. Algo de lo que me siento especialmente orgulloso, por ser y sentirme jiennense de pro, de Chilluévar más concretamente. No obstante, y centrándonos en el ámbito del sector del que vivo, en la actualidad existen dos iniciativas como motor de mejora de renta neta, la diferenciación y la optimización de eficacia. La provincia de Jaén ostenta menos del 2% del olivar ecológico y algo menos del 1% del olivar en seto del planeta; de ahí que se pueda afirmar que, comparativamente, sea menos innovadora, emprendedora y disruptiva de lo que es la olivicultura internacional en su conjunto; desarrollándose en términos irrefutables el rango cualitativo de sus aceites.

Analizando lo anteriormente mencionado, contrasta que, con algo más del 5% de superficie de olivar del mundo, Jaén es capaz de generar el 12% de aceituna y el 20% del aceite de oliva que se consume en el planeta. Por ello, los olivos de mi tierra son, de media, cuatro veces más productivos que los del resto del mundo; algo que, lejos de ser una ventaja competitiva, supone un freno, pues sólo se mejora a partir de momentos de crisis y necesidad. Tampoco ayuda la avanzada edad de quienes ostentan la capacidad de decisión en el entorno descrito, lejana ya su época de búsqueda de iniciativa y emprendimiento. Sin embargo, y de forma muy gradual, una corriente de frescura comienza a recorrer la provincia, movida por el compromiso y la implicación de jóvenes -y no tan jóvenes- que hacen que esta provincia pueda ser definida como la roca que aún protege a David en su interior, aunque ya desde fuera se empieza a intuir su esplendor.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Cliente - Grupo Losan

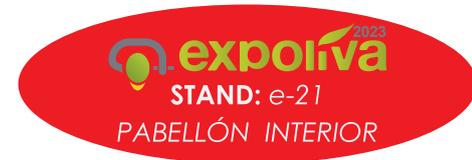
Ubicación - Soria (España)

Planta - Electrofiltro Húmedo con tubos verticales (CIRCULAR)

Aplicación industrial - Secado de astillas de madera para la producción de paneles

Innovación - 1) sistema de tratamiento de agua: los polvos se transfieren de los humos al agua y del agua se transforman en lodos deshidratados; 2) eliminación de formaldehído con dosificación de productos específicos para reacciones químicas selectivas

Otras aplicaciones - emisiones atmosféricas del secado de biomasa (orujo de oliva, orujo de uva, pellets/madera, lodos, etc.) - Eliminación de polvo, neblina de aceite, COV y formaldehído



CON UN NUEVO E INNOVADOR SISTEMA DE TRATAMIENTO DE AGUA DE LAVADO PARA LA RECUPERACIÓN DEL POLVO DEL HUMO: ¡DE AIRE A AGUA Y DE AGUA A SÓLIDO DESHIDRATADO!





Accede con este código QR para ver las máquinas en 3D.



LIMPIADORA LPV PLUS

LAVADORA Y LIMPIADORA COMPT LL90 PLUS

LAVADORA LD PLUS

C/. Barrio Colorado, 34 - 23220 Vilches (Jaén)



TELÉFONO
953 630 116



AGRINACO

MAQUINARIA OLEÍCOLA

LUCAS LÓPEZ MORENO, S.L.

ALTA INGENIERÍA PARA ALMAZARAS

Nuestra **FILOSOFÍA** es la de solucionar problemas a los que se enfrente el agricultor, investigando y mejorando nuestros productos para poder mejorar en nuestros servicios, resultando así, el producto final, de mejor calidad.

Nuestro **OBJETIVO** es que el producto llegue a la extracción en excelentes condiciones, siendo la limpieza y el lavado muy exhaustivos y exigentes, determinando así el resultado final en la molturación.



visite nuestra web donde le mostramos nuestras máquinas en 3D

www.agrinaco.es

Formación en Jaén: todo lo que necesitas aprender sobre el olivar y el AOVE

Centros, escuelas, empresas, entidades y universidades organizan en Jaén un interesante abanico de cursos y actividades formativas en torno al olivar y el aceite de oliva virgen extra con el objetivo de favorecer la profesionalización del sector.



Universidad Internacional de Andalucía

La Universidad Internacional de Andalucía (UNIA) realiza en la actualidad alrededor de una decena de actividades docentes al año destinadas al sector agroalimentario, prestando especial atención a la formación en el ámbito oleícola. La tipología de estos cursos es diversa, ya que se ofertan desde másteres oficiales y títulos propios de la UNIA a jornadas de uno o dos días de duración o cursos de formación continua.

Los cursos abarcan temáticas que van desde la agricultura de precisión, pasando por la aplicación de las nuevas tecnologías, el aprovechamiento integral del olivar y la comercialización de productos y subproductos del mismo, la producción de aceites de calidad contrastada, la puesta en valor de las denominaciones de origen, la administración de empresas oleícolas, las estrategias y cálculo de costes en la cadena de valor de los aceites de oliva, el plan de marketing, el aprovechamiento de la biomasa, el oleoturismo, las redes sociales y comercio electrónico aplicado al sector oleícola, la eficiencia energética o la cata de AOVE.

Estas actividades formativas están dirigidas al personal de empresas agrarias y agroalimentarias, a alumnado y graduados universitarios de materias afines y a aquellas personas relacionadas con el sector oleícola interesadas en aumentar sus conocimientos sobre esta materia. El profesorado, por su parte, cuenta con reconocido prestigio y una amplia experiencia, procedente del ámbito universitario y empresarial.

En los últimos 20 años, la UNIA ha formado a través de estos cursos a unos 6.000 alumnos, contribuyendo a la modernización y profesionalización del sector en aspectos como el incremento y homogeneización de la calidad del aceite de oliva; la mejora de la gestión empresarial, con particular énfasis en la comercialización; o la implementación de medidas para aplicar la economía circular, fomentando el desarrollo sostenible, social y medioambiental.

www.unia.es/es/





GP

González y París

La experiencia marca la diferencia

Centro IFAPA Venta del Llano

En su Centro Venta del Llano de Mengíbar, el Instituto Andaluz de Investigación y Formación Agraria, Pesquera, Alimentaria y de la Producción Ecológica (IFAPA) centra su actividad formativa en el olivar y el aceite de oliva virgen a través de tres programas: "Incorporación a la Empresa Agraria", "Formación Especializada en Elaboración y Calidad de Aceite de Oliva Virgen" y "Producción Integrada y Gestión Integrada de Plagas".

El programa de "Incorporación a la Empresa Agraria" responde a la mejora de la cualificación profesional de los jóvenes que se incorporan al sector agrario y los cursos están estructurados en módulos y con diferentes orientaciones productivas. En concreto, en este centro se desarrolla la temática de olivicultura. Así, se integran un total de ocho cursos, siendo de tipo específico: agronomía y poda del olivar; suelo, riego, nutrición y medio ambiente; y técnicas de cultivo y recolección; así como los de tipo general: empresa agraria; asociacionismo y comercialización; contabilidad e iniciación a la informática; relaciones empresariales y prevención de riesgos laborales; y el curso de aplicador de productos fitosanitarios. Se trata de cursos presenciales de 30 horas, salvo el de aplicador de productos fitosanitarios, que consta de 60 horas y modalidad *on line* o presencial. Cada año más de 800 alumnos reciben esta formación que se imparte en diferentes localidades de la geografía jiennense.

En cuanto a la "Formación Especializada en Elaboración y Calidad de AOV" se sustenta en el proyecto interno del IFAPA para la formación y actualización del conocimiento de los maestros y personal técnico de las almazaras, en particular, y del sector del aceite de oliva, en general. Las actividades formativas presentan diferentes formatos: cursos, jornadas y talleres. En ellos se lleva a cabo una formación teórico-práctica en la que se integran los avances científico-técnicos desarrollados en el centro, así como de todas las innovaciones en el proceso de extracción del aceite de oliva virgen. El público al que van dirigidas estas actividades se compone de personal de almazara, catadores, analistas y técnicos que se estén iniciando o quieran actualizar sus conocimientos. Cabe destacar el "Curso de Maestro de Almazara", que se lleva impartiendo por este centro desde hace más de 40 años y es pionero en mostrar las buenas prácticas a desarrollar en la industria; así como los cursos de cata que se imparten bajo la denominación de caracterización de aceites en sus tres niveles: iniciación, perfeccionamiento y avanzado. A su vez, el "Curso de Analista de Laboratorio" instruye de forma práctica las determinaciones analíticas de los parámetros de calidad reglamentada del aceite. Por su parte, las jornadas son monográficas y están dedicadas a la limpieza en la almazara, la filtración del aceite o la digitalización del proceso de extracción, mientras que en cata están enfocadas a temas como los test sensoriales o la maduración, y aceites tempranos, entre otros. Finalmente, los talleres con un componente práctico del 50% se dedican a abordar el rendimiento graso, las operaciones preliminares que se hacen en el patio, la molienda, el batido o la centrifugación. En el último año más de 300 personas han participado en este programa.

Siendo la Producción Integrada una forma de abordar las labores en agricultura e industria de mayor exigencia y siendo sus principios de un valor sostenible, el IFAPA desarrolla también este programa formativo, de especial importancia para los técnicos que van a trabajar en asesoramiento a agricultores o industria. Este centro tiene dos cursos genéricos enfocados a la agricultura y a la industria agroalimentaria, necesarios antes de realizar los cursos específicos, uno para el olivar y otro para la industria almazarera.

Dada la importancia de este sector, otras actividades formativas relacionadas con el olivar y el aceite son los cursos de poda, integrados en el proyecto de formación especializada en olivar; y las jornadas para la elaboración y aplicación del compost en olivar, así como de control sanitario y de formación de asesores.

Finalmente, el "Curso Superior de Especialización en Elaiotecnía", que consta de 150 horas de duración, se imparte desde el año 1990 por los centros IFAPA Cabra (Córdoba) y Venta del Llano (Jaén). Está dirigido a técnicos de todo el mundo, por lo que el enfoque internacional es crucial como foro de intercambio de conocimiento. Se estructura en un bloque dedicado a la pre/post-cosecha, donde se abordan los factores agronómicos que afectan a la calidad del aceite; y un segundo dedicado a la elaiotecnía, en el que se tratan, entre otros temas, la recolección temprana, el proceso de extracción hasta el envasado y la comercialización del producto.



www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/ifapa/web/

Centro de Interpretación "Olivar y Aceite"

El Centro de Interpretación "Olivar y Aceite" ubicado en Úbeda desarrolla, además de sus actividades de oleoturismo, una intensa actividad de formación como herramienta de promoción y difusión de la cultura del olivar y del aceite de oliva. Así, impulsa a lo largo de todo el año acciones formativas que organiza de manera individual o en colaboración con empresas o entidades. Más de un millar de alumnos han pasado por este centro.

El núcleo de esta oferta formativa es el "Programa de Cursos de Cata de Aceite de Oliva Virgen" presenciales que, con más de 60 ediciones, se desarrolla a lo largo de todo el año. Se trata de una propuesta formativa comprimida, intensiva, de máxima calidad y diseñada para que los alumnos inscritos aprendan y perfeccionen sus habilidades en el análisis sensorial del aceite de oliva.

Al mismo tiempo, fruto de este *expertise* en materia de cata, el centro colabora activamente con la Universidad Internacional de Andalucía desarrollando varios cursos y jornadas formativas a lo largo del año.

Por otro lado, y junto con la Asociación Española de Maestros y Operarios de Almazara (AEMODA), organiza el "Curso de Maestros y Operarios de Almazara", que cuenta con una duración de 390 horas y tiene como objetivo mejorar las capacidades y los conocimientos del personal de las almazaras. Este curso habilita a sus alumnos a la acreditación de las competencias profesionales, una vía por la que puede optar a la obtención del correspondiente Certificado de Profesionalidad.

Además, este centro se ha desplazado por toda la geografía española para ofrecer sesiones de formación en materia oleícola en empresas o entidades educativas. También realiza proyectos formativos sobre AOVE en hostelería en la provincia de Jaén, la sumillería o el oleoturismo.

A su vez, el centro cuenta con el "Club de Cata Olivar & Aceite", pionero tanto en la provincia como en la Comunidad Autónoma y que nació en 2016 con el objetivo de ser un espacio de encuentro entre aficionados y profesionales para profundizar en el conocimiento del aceite de oliva virgen extra y disfrutar así de una experiencia sensorial, creando sinergias también con otros productos.

Según destacan desde la entidad, el reflejo de esta potente oferta formativa, es la generación de oportunidades laborales a sus alumnos en el sector oleícola, gracias a la especialización y a la cualificación.



www.centrodeolivaryaceite.com



EL ÉXITO EN LOS GRANDES DESAFÍOS, ESTÁ EN LA SUMA DE LOS PEQUEÑOS ESFUERZOS COMPARTIDOS.



AC. GRASOS
HIERRO
POTASIO
VITAMINA A
FIBRA
CALCIO
SODIO



VITAMINA B6
TIAMINA
POTASIO
MANGANESO
TIAMINA
FIBRA
FOSFOROSO



ALFATOCOFEROL
RIBOFLAVINA
FÓSFORO
PROTEINAS
FIBRA
MANGANESO
CALCIO



Grupo **AGROISA**

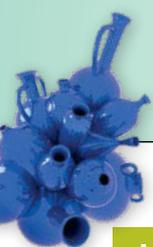


tecnología para el tratamiento y adecuación postcosecha del fruto y del agua



apdo.33 | bolivia 16 | plg ind lapachares
+34 958 335 003 office
18360 | huétor tájar | granada | esp
info@agroisa.com





IADA Ingenieros

IADA Ingenieros nació a mediados de 2012 cuando el ingeniero agrónomo Marino Uceda decide poner al servicio de la sociedad oleícola lo que ha investigado y transferido durante toda su vida profesional y que llevaba años aplicando en la finca familiar. Desde IADA Ingenieros ofrecen formaciones personalizadas a las diferentes necesidades de las empresas del sector, aplicando los conocimientos de su equipo para elaborar un programa que cubra los requerimientos del cliente, como pueden ser las prácticas culturales, las catas o la elaboración del compost.

En concreto, ofrece cursos de formación para empresas que quieran formar a sus equipos en el análisis sensorial de los aceites de oliva vírgenes y vírgenes extra. Entre ellos se encuentran cadenas de supermercados, restaurantes y tiendas gourmet que quieran formar a su personal.

También asesora en la compra de aceites de oliva vírgenes extra y de alta gama al canal Horeca, mediante una cata a ciegas, "sin saber la marca de los aceites entre los que nos dan a elegir, que nos hacen llegar en un bote de laboratorio y con un código que solo ellos conocen. De esta manera, somos totalmente objetivos y nos limitamos a valorar de forma técnica los aceites, emitiendo un informe dando nuestras conclusiones", destaca esta empresa en su página web.

Uno de los cursos más demandados es la formación en cata de los equipos de ventas de las almazaras, así como de los de compras de tiendas gourmet, ambos formados por personas que, en muchas ocasiones, proceden de otros sectores y que necesitan entender la complejidad del sector de los aceites de oliva vírgenes.



www.iadaingenieros.com

Fundación del Olivar

La Fundación para la Promoción y el Desarrollo del Olivar y del Aceite de Oliva se constituyó en octubre de 1990 y cuenta ya con 32 años de experiencia en el sector del olivar y del aceite de oliva. Entre sus actividades destaca que es la entidad promotora del Museo Terra Oleum, situado en el Parque Científico-Tecnológico de Geolit, en Mengíbar, en el cual se realizan diversos cursos y talleres de valoración organoléptica de aceites de oliva vírgenes dirigidos a diferentes grupos objetivos en función de su conocimiento sobre el análisis sensorial.

Entre estas actividades de cata se encuentra el "Taller de Iniciación a la Cata", impartido por el personal técnico de la Fundación del Olivar y que introduce conceptos básicos de cata y paneles de cata, así como del proceso de análisis sensorial de aceites de oliva vírgenes. En concreto, permite a los alumnos aprender a diferenciar los distintos tipos de AOVs.

También organiza el "Curso de Cata Nivel 1. Básico", que incluye la introducción y desarrollo de los conceptos implicados en la valoración sensorial, la descripción de los atributos positivos y negativos, los factores que afectan a las características de los aceites... En esta actividad el alumno recibe una copa de cata, botella de AOVE y un Manual de Introducción a la Cata.

Por su parte, el "Curso de Cata Nivel 2. Intermedio" está destinado a personas con conocimientos previos en la valoración de aceites de oliva vírgenes. En esta formación, existe una mayor dificultad en la valoración organoléptica de los aceites y se profundiza en conceptos y características de análisis sensorial. Los alumnos reciben una copa de cata, dos botellas de AOVE y Manual de Introducción a la Cata.

Esta fundación también lleva a cabo el "Programa de Perfeccionamiento y Actualización en Análisis Sensorial-Programa PAAS", un sistema de entrenamiento cualitativo en la cata de aceites de oliva vírgenes dirigido a profesionales del sector oleícola y cuyas clases son impartidas por catadores reconocidos a nivel internacional. Se encuentra dividido en cuatro módulos con una duración aproximada de 16 horas/módulo.

Finalmente, la entidad ofrece la "Escuela Abierta de Cata", cursos *on line* que se realizan puntualmente y que, generalmente, van dirigidos a personas que se están iniciando en el mundo del análisis sensorial de aceites de oliva vírgenes.



www.fundaciondelolivar.com

Oleo-Cata Xauen

Esta empresa jiennense imparte formación centrada en la iniciación a la cata de los aceites de oliva vírgenes, así como cursos de perfeccionamiento en esta materia. Además, realiza toda la formación necesaria para la creación de nuevos paneles de cata de aceites, jornadas de calidad para proyectos relacionados con el oleoturismo de la provincia y presta sus servicios a iniciativas que la Diputación Provincial de Jaén pone en marcha para la formación en colegios.

Asimismo, ofrece un servicio de Panel Test a las cooperativas, fábricas, envasadores o cualquier marca que necesite este parámetro para envasar sus aceites y realiza perfiles sensoriales específicos para describir aceites de las distintas variedades, bien sea como monovarietales o coupages.

El objetivo de estas actividades es potenciar la cultura del AOVE, divulgar técnicas para conocer mejor los aceites de calidad, aportar conocimiento, interactuar con más seguridad en el entorno y conseguir trabajadores más proactivos y empresas con personal más profesional. Dependiendo de las necesidades, Oleo-Cata Xauen ofrece cursos más personalizados, pero también apoya la cultura local del oleoturismo y el entretenimiento, acompañando con talleres de cata y gastronomía a los visitantes de Jaén, cuyo espectacular paisaje y AOVes despiertan cada día mayor interés. A su vez, desde esta empresa subrayan que añaden valor a esta tierra guiando al visitante que solicite sus servicios a realizar un recorrido de disfrute a través de los sentidos con los diferentes aceites que se producen en la provincia, enseñándoles las características sensoriales de cada variedad y a diferenciar los aceites elaborados en distintos momentos de maduración del fruto, siempre acompañados por expertos catadores.

Según resalta esta empresa, gracias a sus cursos se pueden llevar a cabo proyectos exitosos dentro las empresas, acompañando, a su vez, a las marcas en la elección de los mejores AOVes de cada campaña y asesorándolas para presentar sus zumos a premios que les darán un mayor posicionamiento en los mercados.

Desde Oleo-Cata Xauen apuestan por el trabajo en equipo y el asociacionismo y por ello también colabora activamente con AMC&RETOS AOVE, la asociación de mujeres catadoras de Jaén.



www.oleocataxauen.es



Universidad de Jaén

La Universidad de Jaén (UJA) ofrece una oferta específica formativa de postgrado que responde a las necesidades de profesionalización y modernización del sector, aportando un valor añadido para que el profesional pueda especializarse en el área oleícola.

En lo que respecta a su oferta oficial, imparte en formato semipresencial para facilitar su realización el “Máster Universitario en Olivar, Aceite de Oliva y Salud”, que alcanzará el próximo curso 2023-2024 su 18ª edición y que capacita al alumno a conocer en profundidad el funcionamiento del sector del olivar y del aceite de oliva. Este máster oficial de la UJA -que cuenta con el apoyo del Consejo Oleícola Internacional (COI) y que ha formado desde su impartición a más de 300 profesionales- tiene entre sus objetivos dar a conocer las últimas investigaciones y progresos en temas relacionados con el cultivo; equipos y sistemas de elaboración; aprovechamiento de subproductos del olivar; la comercialización de los aceites; o la relación entre aceite de oliva y la salud.

Asimismo, este centro docente imparte el “Doble Máster en Olivar y Aceite de Oliva (Especialidad Elaiotecnía)” y el “Máster en Profesorado en ESO, Bachillerato, FP o Enseñanza de Idiomas (Especialidad Economía, Empresa y Comercio)”, que permite a los alumnos disponer de ambos títulos en tres cuatrimestres y estar acreditados no sólo para ejercer como docentes en Educación Secundaria, Bachillerato o Formación Profesional, sino contar con una formación más especializada y adecuada para trabajar en el sector del olivar.

Por otro lado, el “Programa de Doctorado en Aceites de Oliva de la Universidad de Jaén” especializa al alumno en la investigación en el ámbito de los aceites de oliva. Aprovechando el legado oleícola único de la provincia de Jaén, y al amparo del Instituto Universitario de Investigación en Olivar y Aceites de Oliva (INUO) de la UJA, este programa de doctorado reúne a expertos investigadores mundialmente reconocidos, permitiendo a los alumnos desarrollar investigación de primer nivel en cualquiera de los campos ligados al olivar y los aceites de oliva: el químico, el agronómico, el nutricional y el tecnológico.

Esta oferta oficial se completa con otra propia de la Universidad de Jaén formada por másteres propios, cursos de especialización o títulos de experto, así como otras acciones formativas organizadas desde los distintos departamentos o cátedras universitarias como cursos, jornadas o seminarios. Destaca el “Título de Experto en Cata de Aceites de Oliva Vírgenes”, que en 2023 cumplirá su vigésima edición y que cada año cuenta con una treintena de participantes de los principales países productores o consumidores del mundo. Durante el curso -que se desarrolla en modalidad bilingüe y presencial organizada en seis módulos-, se exponen las bases teóricas del análisis sensorial y su metodología, aplicándolas a los aceites de oliva vírgenes desde un punto de vista teórico-práctico, analizando los factores, atributos positivos y negativos que definen la calidad sensorial de los aceites y su relación con los procesos de cultivo y elaboración, así como con otros parámetros físicos y químicos generales del control de calidad. Este título, que también cuenta con el apoyo del COI, se imparte a través del INUO y ya ha formado a más de 500 catadores de alrededor de 64 países, convirtiéndose en la formación más internacional de la Universidad de Jaén.

www.ujaen.es



EFICIENCIA IE3



MÍNIMA HUMEDAD



PRODUCTIVAS



BAJO NIVEL ACÚSTICO



Separadoras Pulpa-Hueso MODELOS SPH SERIE X

PRODUCCIONES

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



Bombas Hidráulicas MODELOS BH

PRODUCCIONES

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



Bombas Mecánicas MODELOS BM

PRODUCCIONES

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



MAQUINARIA OLÉICOLA

40 AÑOS A TU
SERVICIO.



RIVERO®

CALDERERÍA RIVERO, S.L.



De tiendas (de AOVE) por Jaén

Les invitamos a ir de *shopping* por Jaén, descubriendo las mejores oleotecas y establecimientos especializados en aceite de oliva virgen extra de la provincia. Bienvenidos a los templos del AOVE en la patria del oro líquido.

aove
BOUTIQUE

AOVE BOUTIQUE (Baeza)

Situada en el número 8 de la calle San Pablo en Baeza e inaugurada el 6 de diciembre de 2019, AOVE BOUTIQUE es una tienda especializada en aceites de oliva vírgenes extra y productos derivados donde se realizan degustaciones y catas de AOVE, así como talleres de cosmética y maridaje. Todos los aceites que se pueden encontrar en este establecimiento son de la provincia de Jaén, ya sean monovarietales, coupages, ecológicos o aromatizados, en diferentes formatos y tamaños. Como explica su propietario, Diego Lorente Cátedra, la variedad más demandada es la picual, seguida de la royal, todos de cosecha temprana. La mayoría de clientes son turistas nacionales con un nivel de conocimiento bajo, "si bien poco a poco se va valorando más el producto, tanto los autóctonos como los clientes de fuera de Jaén", indica. *Olibaeza Premium Picual*, de la SCA del Campo El Alcázar -ganador del concurso EVOOLEUM en 2022- es el AOVE más vendido, en concreto el envase Patrimonio Azul, no sólo por su calidad, sino por su cuidado packaging, con una botella inspirada en la cerámica tradicional de la ciudad cuyos motivos azules sobre fondo blanco representan los edificios más emblemáticos de Baeza, junto a un fragmento de Antonio Machado en el cuello de la botella que reza "*Campos de Baeza, soñaré contigo cuando no te vea*", compuesto por el poeta sevillano durante su estancia en esta localidad Patrimonio de la Humanidad.



www.aoveboutique.com

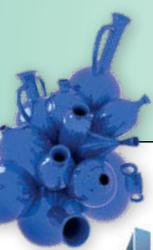


Cuando se trata de equipos eficientes para el sector **del aceite**
Nosotros lo tenemos, ¡**SEGURO!**

Desde los motores de inducción, la electrónica para arranque y variación de velocidad, reductores y los cuadros de fuerza y control, **WEG** puede suministrar cualquier equipo eléctrico que pueda necesitar, ¡**SEGURO!**

www.weg.net/es





CENTRO DE INTERPRETACIÓN OLIVAR Y ACEITE (Úbeda)

Con un diseño original, moderno y atractivo -a la vez que funcional-, el Centro de Interpretación Olivar y Aceite es un espacio turístico y museístico dedicado a la divulgación del aceite de oliva virgen extra que se encuentra situado en el edificio de la Casa de la Tercia de Úbeda, en la provincia de Jaén. Un proyecto nacido en 2013 que permite disfrutar de visitas oleoturísticas, talleres de cata, conferencias, cursos de formación de cata y relacionados con el sector oleícola, etc.; así como de diferentes actividades de promoción de los socios y sus productos -presentaciones, jornadas de puertas abiertas, *workshops*, eventos o reuniones de trabajo-.

En su preciosa y completa oleoteca encontramos más de 500 referencias de AOVes, todos ellos de la provincia de Jaén, que abarcan un espectro muy amplio de variedades de aceituna, muchas tradicionales y otras más exóticas: picual, royal, arbequina, cornicabra, frantoio, koroneiki, empeltre, arbosana, taggiasca... Por supuesto, no podían faltar los zumos procedentes de las tres DOPs de la provincia -Sierra de Segura, Sierra Mágina y Sierra de Cazorla-, además de la nueva IGP Aceites de Jaén. En el establecimiento también se pueden adquirir aceites aromatizados -o incluso deshuesados- y productos derivados tales como cosmética, chocolates, mermeladas o patés, muchos de ellos incluidos en la marca *D degusta Jaén*. La ingente oferta incluye asimismo productos no alimenticios relacionados con la artesanía y el olivar: cerámica, joyería, forja o incluso perfumería.

Para orientar al cliente en su proceso de compra, y dado el elevado número de opciones, la tienda tiene ordenadas sus referencias en función de si son -o no- AOVes ecológicos y de recolección temprana. La tipología de sus clientes -que pueden probar más de 40 AOVes para asegurarse de que su elección es la correcta- es muy variada: desde turistas nacionales y extranjeros que conocen por primera vez el espectáculo sensorial de un buen AOVE hasta el cliente local que busca un virgen extra para consumir en casa o bien para regalar, cada vez más informado acerca del producto, las marcas y sus características organolépticas. En todo momento el cliente es asesorado por parte de un equipo profesional y atento que le ayuda a elegir la mejor opción. Los AOVes más demandados son los de cosecha temprana, principalmente de la variedad picual, tanto en pequeño formato -botellas o latas- como en *bag in box* de hasta 5 l. "Muchos clientes que pasan por la tienda física después continúan comprando AOVes a través de la tienda *on line*", apunta Rocío Molina, la encargada de la oleoteca, quien añade que "queremos creer que la labor de divulgación que se viene realizando en la provincia de Jaén ha logrado que se cambie la perspectiva y se aprecie más el AOVE producido en nuestra región".



www.centrodeolivaryaceite.com



CURSOS DE CATA DE ACEITE DE OLIVA VIRGEN

INICIACIÓN: 19-20 MAYO | 22-23 SEPTIEMBRE

AVANZADO: 2-3 JUNIO | 6-7 DE OCTUBRE

CORREDERA DE SAN FERNANDO 32 DE ÚBEDA (JAÉN)
WWW.CENTRODEOLIVARYACEITE.COM





LA CASA DEL ACEITE (Baeza y Úbeda)

Con establecimientos en Baeza, Úbeda y Madrid, La Casa del Aceite tiene como objetivo divulgar la cultura del aceite de oliva y poner en valor los vírgenes extra de la provincia de Jaén apostando por AOVEs de cooperativas y almazaras de gran calidad. Para sus impulsores y propietarios, Sebastián Moreno y Santiago Calvo, "es fundamental transmitir al consumidor qué es un virgen extra de calidad y para ello todos los AOVEs se pueden degustar en el momento, al tiempo que pueden conocer de primera mano las distintas variedades, orígenes y procedencia, etc.". Además de degustaciones diarias, en La Casa del Aceite se llevan a cabo todo tipo de actividades de oleoturismo: catas profesionales, visitas a almazaras, a fincas de olivar y al Museo de la Cultura del Olivo de Hacienda la Laguna, maridajes con otros productos de la tierra...



Inaugurada en 2001 y situada en el centro de la ciudad, La Casa del Aceite de Baeza fue la primera tienda especializada en la venta de aceites de oliva vírgenes extra y productos derivados en la provincia de Jaén. En sus 200 m² se distribuyen más de 80 marcas diferentes de AOVE (monovarietales y coupages, aceites con DOP, ecológicos, etc.) y cientos de referencias que incluyen productos agroalimentarios típicos de la provincia y otros elaborados con aceite de oliva (chocolates, patés, mermeladas, cosmética) y madera de olivo. El local, enfocado en sus inicios a los visitantes y turistas que llegaban a esta ciudad Patrimonio de la Humanidad, cuenta con dos espacios para realizar catas de AOVE con capacidad para 20 personas sentadas y 50 personas de pie donde también se llevan a cabo talleres y presentaciones de productos de diferentes marcas. Por su parte, La Casa del Aceite de Úbeda, abierta en 2006, está ubicada en pleno casco histórico, junto al Ayuntamiento, y cuenta igualmente con una gran variedad de productos y una mesa de cata.

La variedad más demandada es la omnipresente picual, sin olvidar otras como royal, hojiblanca, frantoio, carrasqueño, manzanilla o cornezuelo. "El AOVE es el producto estrella de la provincia de Jaén y, cuanto más informados están los clientes, más valoran el producto de calidad. Hoy día existe mucha más cultura del virgen extra y los clientes buscan diferentes aceites de alta gama para regalar y disfrutar en casa". Todos ellos se pueden encontrar también en la tienda *on line* www.casadelaceite.com, con envíos a toda España y parte de Europa.

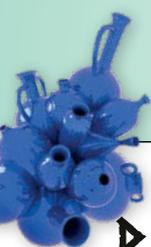


www.casadelaceite.com

FUTURO OLIVA

Baeza 2024

www.futurooliva.com



PARAISO VIRGEN EXTRA PARAÍSO VIRGEN EXTRA (Jaén)

TIENDA GOURMET

En Paraíso Virgen Extra, una tienda gourmet que abrió sus puertas el 14 de febrero de 2020 en Jaén, se pueden encontrar AOVEs de todas las variedades cultivadas en la provincia, con al menos un representante de cada uno de los 97 pueblos que la conforman. Además de vírgenes extra de la tierra -monovarietales, coupages, ecológicos y aceites con sabores-, el establecimiento comercializa en sus 150 m² de superficie -es el local más grande dedicado al virgen extra en esta provincia andaluza- otros productos derivados tales como aceitunas, mermeladas, chocolates, polvo de AOVE y patés de aceituna negra y verde. Las tres DOPs jiennenses, Sierra de Segura, Cazorla y Mágina, también tienen una amplia representación en una tienda que destaca por su zona de cata. "Cualquier cliente que entre por la puerta desde bien temprano encuentra una panera con pan recién horneado y los mismos aceites que se hallan en las estanterías listos para ser degustados", explica la periodista madrileña Carmen Nieto, propietaria del negocio junto con su socio, el empresario jerezano Fulgencio Meseguer. La información acerca de cada uno de ellos se apoya en audiovisuales que detallan la trazabilidad del fruto desde su recogida y hasta que se sirve en la mesa. La empresa también realiza maridajes y ofrece cursos de cata privados impartidos por expertos y dirigidos a todos los amantes del virgen extra, maestros de almazaras y profesionales de la restauración. La clientela de este establecimiento situado en pleno pulmón de la ciudad (Paseo de la Estación, 22) es muy variada, comenzando por los propios jiennenses -"que cuando conocen el proceso de elaboración y sus costes valoran el producto y reconocen lo afortunados que somos"- y siguiendo por los numerosos turistas, estudiantes y Erasmus que llegan a la ciudad -rusos, italianos, estadounidenses, alemanes...-, "que muestran una gran curiosidad y cuando regresan a sus países se llevan de todo", asegura Carmen. ¿Y cuáles son los AOVEs más vendidos? La variedad más demandada es sin duda la picual, seguida de la frantoio, "cuyos toques a frutos secos conquistan el paladar de los clientes", asegura Carmen. "Hay varios vírgenes extra TOP a los que yo denomino los *Chanel del AOVE* por su exquisita presentación, como son *Verde Esmeralda* y *Elizondo*. Por otra parte, *Oro de Cánava* es un referente en esta casa desde sus comienzos y no podemos olvidarnos de los ocho zumos de "Jaén Selección", que siempre figuran entre los más vendidos, ya sea en pack o de forma individual".



www.paraisovirgenextra.com

PARAISO VIRGEN EXTRA
TIENDA GOURMET

Formación en catas para cooperativas y hostelería
Conviértete en un experto sumiller del aceite





EL TRUJAL DE JAÉN

(On line)

www.trujal.com

El Trujal de Jaén es la tienda *on line* de la Fundación del Olivar, una iniciativa de promoción puesta en marcha en 1998 junto a los productores de aceite de oliva de la provincia. En ella se puede adquirir una cuidada selección de aceites de oliva vírgenes extra -de campiña y de sierra, ecológicos, con DOP- procedentes de las cooperativas y almazaras jiennenses, exclusivamente en envases de lata y vidrio. Los AOVEs más demandados son los de la variedad picual, que concentran gran parte de la oferta, siendo la marca propia de la Fundación del Olivar (*Picual Virgen*), en formato de lata de 5 l., la más vendida por su excelente relación calidad-precio. El 98% de las ventas corresponden a clientes nacionales, frente a sólo un 2% de clientes internacionales.

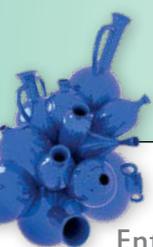


PUERTA DE LAS VILLAS
EXTRA VIRGIN OLIVE OIL

Travel to the world of passionate and respectful EVOO

www.puertadelasvillas.com





Entrevista a Enrique Acisclo Medina, director general de Caja Rural de Jaén, Barcelona y Madrid

“Caja Rural de Jaén está totalmente mimetizada con la olivicultura y la agroindustria de la provincia”



Solvencia, solidez y futuro. Son los valores que definen a Caja Rural de Jaén, Barcelona y Madrid, una entidad con 167 oficinas y medio millar de empleados plenamente comprometida con el sector olivarero que desde su fundación hace más de 65 años, allá por 1957, desempeña un papel decisivo como agente económico y social en el conjunto de la provincia jiennense.

¿Cómo ha evolucionado Caja Rural de Jaén, Barcelona y Madrid desde su fundación hace más de 65 años?

Desde su fundación en 1957, Caja Rural de Jaén, Barcelona y Madrid, atravesando algún momento de vicisitud, se ha ido consolidando como la entidad más arraigada a esta tierra, siendo líder en el ámbito de las entidades financieras y constituyéndose en un elemento estratégico no sólo para la economía de la provincia, sino también para la sociedad en general y para el conjunto de la ciudadanía. La labor que desempeña en su ámbito de aplicación resulta vital, trascendiendo mucho más allá de lo referente a su actividad como institución financiera.

¿Qué papel desempeña Caja Rural de Jaén, Barcelona y Madrid en el tejido empresarial y social de la provincia de Jaén?

Caja Rural de Jaén, Barcelona y Madrid desempeña en la provincia una función fundamental en el ámbito empresarial, conformado por sectores como el automovilístico, el textil, la venta de alimentos de origen animal, la elaboración y venta de productos y filamentos sintéticos, el plástico, y cómo no, el sector de elaboración de aceite de oliva. La entidad presta sus servicios dotándoles de recursos

financieros propios para desempeñar su actividad y, en el caso de este último, pone a su disposición el más innovador de los laboratorios, Olivarium, con el objetivo de proporcionar soluciones de diagnóstico y análisis para la olivicultura y la agroindustria. En el ámbito social, la capilaridad de las oficinas de Caja Rural de Jaén, Barcelona y Madrid evita la exclusión financiera geográfica al estar presente en todos los pueblos de Jaén; al mismo tiempo que se evita la exclusión financiera relativa a la edad, sobre todo en el caso de las personas mayores, que son atendidas de forma personalizada y sin limitaciones dentro y fuera de nuestras sucursales.

¿Qué productos concretos ofrece la Caja a los agricultores y olivareros de la provincia?

La provincia de Jaén es líder indiscutible en el ámbito de la olivicultura internacional, no en vano cuatro décadas atrás llegó a producir de forma puntual el 40% del total del aceite de oliva consumido en el planeta. Por su propia idiosincrasia y otros aspectos tales como el tamaño de las parcelas, la dilación en la sucesión generacional, la lenta incorporación de jóvenes agricultores, el mayor predominio de olivar tradicional, etc., exige un grado superior de especialización, conocimiento y experiencia en el sector. Para

satisfacer plenamente las necesidades de un segmento no sólo se ha de estar implicado y comprometido, sino conocerlo en profundidad. En este sentido, Caja Rural de Jaén está fiel y totalmente mimetizada con su olivicultura y la agroindustria de transformación afín a la misma; de ahí que se le otorgue a cada cliente una solución a medida, dimensionada y personalizada.

En un año tan complicado como el actual, ¿qué soluciones está ofreciendo Caja Rural de Jaén, Barcelona y Madrid al sector agrario de la provincia jiennense y a nivel nacional?

Se trata de una campaña en la que se ha producido una situación excepcional, marcada por una gran escalada del valor de los costes de los insumos (combustibles, fertilizantes, electricidad, etc.) y una caída de ingresos provocada por la disminución de cosecha. En un entorno así, a toda la cadena de valor que vertebra el sector se le ha de otorgar especial atención con herramientas financieras acordes con sus necesidades, precisamente porque se trata de una situación excepcional. Dichas herramientas, por un lado, están orientadas al desempeño operativo propio de la actividad; mientras que otras son más estructurales, facilitando la solvencia



necesaria para mejorar su competitividad mediante inversiones.

¿Qué diferencia a Caja Rural de Jaén, Barcelona y Madrid del resto de entidades financieras presentes en la provincia? ¿Cuáles son sus principales valores?

La principal diferencia que define a Caja Rural de Jaén es su denominación, hablamos de la institución financiera por excelencia de la provincia, surgida para dar soporte y respuesta a todas sus necesidades. Como he mencionado anteriormente, sólo se está plenamente comprometido con un entorno cuando se

forma parte de él desde sus orígenes. Y, por su implicación social y económica, Caja Rural de Jaén es sin duda un vector de generación de bienestar en la provincia.

¿Qué herramientas y soluciones específicas ofrece Caja Rural de Jaén, Barcelona y Madrid en apoyo al olivar tradicional, mayoritario en la provincia, menos competitivo y con un futuro incierto frente a los nuevos sistemas de plantación?

La evolución que está experimentando el sector internacional de elaboración de aceite de oliva está llevando a que

“Para **satisfacer plenamente** las **necesidades** de un **segmento** no sólo se ha de estar **implicado y comprometido**, sino **conocerlo en profundidad**”

se pueda perder rápidamente valor añadido en sus transacciones generales, que son mejorables a través de dos vías: el incremento de renta neta por la mejora competitiva y la diferenciación y singularización de productos. En el primer caso, existen líneas específicas de soporte a la modernización no sólo de olivares, sino también de almazaras y resto de industrias afines. En el segundo, disponemos de herramientas financieras específicas vinculadas a la generación de valor vía incremento de precio de producto, así como otras que permiten dar soporte a la combinación de ambas estrategias. ♦

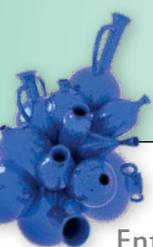
**CAJA RURAL DE JAÉN,
BARCELONA Y MADRID, S.C.C.**
jaen@cajarural.com
www.cajaruraldejaen.com



Rodadura y técnica lineal	Hidráulica y neumática
Transmisión de potencia	Fluido
Mecatrónica	Estanqueidad y lubricación
Transporte y manutención	Suministro industrial

TENEMOS LOS MEDIOS
TIENES LA SOLUCIÓN





Entrevista a M^a Dolores Peña,
directora del laboratorio Olivarum

“Nuestros retos actuales pasan por ampliar los análisis acreditados y extender nuestra participación en nuevos proyectos de gran utilidad para la olivicultura moderna”



Creado hace más de una década para atender a las demandas y necesidades del sector olivarero, Olivarum es un laboratorio y centro de asesoramiento técnico-agrario auspiciado por la Fundación Caja Rural de Jaén que cuenta con un innovador programa de iniciativas y proyectos enfocados al apoyo del desarrollo económico y social de la provincia, con especial atención al mundo rural y al sector del olivar. Hablamos acerca de su naturaleza, logros, retos y proyectos con su directora, M^a Dolores Peña.

¿Qué es y cómo surgió el proyecto de Olivarum en el seno de la Fundación Caja Rural de Jaén?

Olivarum surge por la decidida voluntad de la Caja Rural de Jaén de devolver a la sociedad parte de los beneficios que genera por su actividad económica a través de la Fundación Caja Rural de Jaén mediante la creación de un servicio que siempre ha considerado de gran interés para un sector tan relevante en la economía jiennense como es el olivar. De la escucha y sensibilidad de la Fundación hacia las necesidades y demandas del sector olivarero nace el proyecto Olivarum con el objetivo de cumplir una vieja reclamación, disponer en Jaén de un laboratorio imparcial que preste un servicio de análisis de calidad e independiente de meros objetivos comerciales con la única vocación de servicio y utilidad. Sin duda, fue muy acertada la decisión de situar sus instalaciones en el Parque Científico Tecnológico Geolit, muy enfocado al olivar y al aceite de oliva, donde Olivarum fue el primer laboratorio en analizar

muestras de aceituna y aceite de oliva al iniciar sus actividades hace ya más de diez años.

¿Cómo se estructura el laboratorio y cuáles son sus objetivos?

Olivarum se organiza como un centro de asesoramiento al olivarero y de colaboración con el sector, incluyendo una oficina de gestión de la PAC y un laboratorio con dos áreas de trabajo diferenciadas y complementarias: el Área de Agronomía, dedicada a los análisis de suelos, hojas y aguas de riego; y el Área de Aceite y Aceituna, enfocada en los análisis de riqueza grasa en aceituna y subproductos y de calidad y pureza en aceite de oliva.

¿Cuáles son los principales logros alcanzados por Olivarum desde su nacimiento? ¿Y los retos actuales?

Para Olivarum, el logro más importante ha sido hacer realidad el proyecto de la Fundación de dotar a Jaén de un laboratorio con un perfil y unas características encaminadas a cumplir con una necesidad manifestada

en diversas ocasiones desde el sector olivarero. El laboratorio ha crecido atendiendo los análisis que demandan nuestros clientes, obteniendo la acreditación por ENAC para los más solicitados y siendo el primer laboratorio en España en obtener la acreditación para el análisis de riqueza grasa en aceituna por NIR tanto en pasta como en aceituna entera.

En Olivarum nos sentimos especialmente orgullosos de nuestra participación como laboratorio de referencia en proyectos como “Agricultura de precisión en el olivar usando sistemas aéreos no tripulados”, SAVIAO-LIVAR y el proyecto de calibración y acreditación ENAC para análisis de aceituna entera por NIR, con los que cumplimos con nuestra vocación de contribuir al desarrollo social, económico y medioambiental de la sociedad. Nuestros retos actuales pasan por ampliar los análisis acreditados y extender nuestra participación en nuevos proyectos de gran utilidad para la olivicultura moderna que se irán concretando próximamente.



“Olivarum fue pionero en el análisis de muestras de aceituna y aceite de oliva hace ya más de diez años, y ha sido el primer laboratorio en España en obtener la acreditación ENAC para el análisis de riqueza grasa en aceituna por NIR tanto en pasta como en aceituna entera”

Háblenos del proyecto SAVIAOLIVAR, uno de los más destacados...

SAVIAOLIVAR es una línea de investigación relacionada con el diagnóstico nutricional y de patógenos a partir de la savia del olivo. Estos trabajos se vienen desarrollando a través de proyectos de Grupos Operativos financiados conjuntamente por la Unión Europea (fondos

FEADER) y la Junta de Andalucía. Los miembros que forman parte de estos Grupos Operativos son la Universidad de Granada, Cortijo Guadiana y Almazara la Loma -ambos de Castillo de Canena-, ATPolivar y Fundación Caja Rural como coordinador ante la Administración.

En cuanto al proyecto, la savia se extrae por presión de nitrógeno median-

te una cámara Scholander modificada, lo que permite obtener los contenidos vasculares de xilema y floema sin con-

CDROxiTester

Sistema de análisis para el control de calidad del aceite



Rápido



Sencillo



Fiable



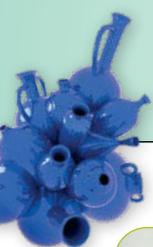
VISÍTANOS EN **expoliva**
PABELLÓN 5
STAND C9-15

Analysis

- Azúcares en las Aceitunas
- Índice de Acidez
- Índice de Peróxidos
- Polifenoles totales/índice de estabilidad
- K270



Tecnilab® (Soluciones integrales de laboratorio sl)
P. Ind. La Llave, C/ Cereal 34-36, Nave 1.
19170 El Casar (Guadalajara)
Email: info@tecnilab.es
Tel: +34 949 33 54 60



“La evolución en las solicitudes de análisis ha venido acompañada de una mayor profesionalización en el sector con el objetivo final de obtener una mayor proporción de aceites de oliva vírgenes extra”



El equipo de Olivarum: de izqda. a dcha., Rocío Acisclo, analista de laboratorio; M^a Dolores Peña, directora de Olivarum y responsable del Área de Aceite y Aceituna; Diana Navarrete, analista de laboratorio; y Juana Nieto, responsable del Área de Agronomía.

taminación de los tejidos. Un primer proyecto de SAVIAOLIVAR (GOP31-JA-16-0010), desarrollado entre 2018 y 2020, tuvo como objetivo comprobar si la savia podría ser un material útil para el diagnóstico del estado nutricional en el olivo, lo cual se confirmó plenamente. En la fase actual de esta línea de trabajo se está abordando un nuevo proyecto, SAVIAOLIVAR 2020 (GOP-JA-20-0001), que se desarrollará entre 2022 y 2024, y entre sus objetivos figuran la determinación de unos valores adecuados de nutrientes en la savia del olivo, así como la detección de *Verticillium* en este contenido vascular, con el fin de comprobar si puede ser un sistema fiable de diagnóstico del patógeno. Los resultados de estos proyectos se pueden consultar en <https://saviaolivar.eu/>.

Otra importante área de actividad son los análisis de aceituna mediante tecnología NIR. Cuéntenos...

Se trata de un método de análisis basado en la tecnología de lectura del espectro de la muestra analizada en longitudes de onda pertenecientes al infrarrojo cercano NIR (Near InfraRed). La experiencia en el uso de esta técnica -que tiene ya más de 15 años- se inició mediante una estrecha colaboración entre laboratorios del sector y FOSS con la coordinación del Instituto de la Grasa de Sevilla, cuando se puso a punto una calibración con un número masivo de muestras analizadas. Este método se ha convertido en una gran herramienta para el sector, aportando inmediatez en los resultados -tan importante para la

agilidad en la toma de decisiones en la almazara-, fiabilidad y ahorro de energía eléctrica, al no necesitar secado de las muestras para su análisis.

La última versión de este equipo de análisis es el resultado de un desarrollo en innovación en el que han participado muchos laboratorios que ya eran expertos en su uso y que permite realizar el análisis de la aceituna entera directamente, mejorando las prestaciones al hacer innecesaria también la molienda de la muestra. Olivarum ha sido el primer laboratorio en España en obtener la acreditación ENAC para el análisis de riqueza grasa en aceituna por esta técnica (tanto en análisis de masa como entera) que hoy día aporta experiencia e innovación a partes iguales.





¿Qué evolución ha percibido en los diferentes tipos de análisis y cuáles son los más demandados por el sector?

La evolución en las solicitudes de análisis ha venido de la mano de una mayor profesionalización en el sector que permite aspirar a la optimización tanto de la explotación olivarera como de la almazara, con el objetivo de obtener una mayor proporción de aceites de oliva vírgenes extra. Esto se traduce en un incremento en las solicitudes de análisis agronómicos (hojas, suelos y aguas) para un manejo racional y sostenible del olivar donde es muy importante un adecuado diagnóstico de su estado. En la almazara, con mayor presencia de técnicos cualificados, cobra importancia la rapidez con que se dispone de los datos de análisis tanto de la aceituna que llega a la almazara como del orujo resultante, lo que permite un ajuste más preciso de los procesos de molturación y un mejor control del balance de materias en la fábrica. Se han incrementado los análisis de maduración en las muestras de aceituna para decidir el momento óptimo de recolección, lo que indica un mayor interés en los aceites tempranos en aras de buscar la excelencia en la calidad de los AOVEs. Y las solicitudes de análisis de calidad en los aceites obtenidos han ido aumentando en paralelo, con un creciente interés en el análisis organoléptico y en el perfil de cata, poniendo en valor las especiales características sensoriales que presentan los aceites de mayor calidad.

En resumen, las herramientas analíticas de que dispone el sector se emplean más en un entorno de continua mejora para satisfacción de laboratorios como Olivarum, plenamente implicado en esta evolución hacia la profesionalización y la excelencia en la elaboración de uno de los mejores productos de la alimentación española y pilar fundamental de la Dieta Mediterránea.

¿Cuál sería el perfil de los clientes que acuden a Olivarum?

En el Área de Agronomía se ha producido un incremento sostenido en las solicitudes de análisis conforme ha aumentado la sensibilidad respecto a la agricultura sostenible y la optimización de la explotación olivarera, para lo que hacen falta datos analíticos fiables e independientes

SpectraAlyzer 2.0 Olive

Analizadores de sobremesa "TODO en UNO"
Miden: Aceituna Entera + Orujo/Alperujo +
Aceite de Oliva + Hoja/Suelo de Olivar



ZEUTEC

Sistema NIR-Almazara de Polytec

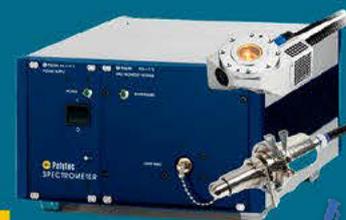
Tecnología en línea para la medida y el control del proceso de extracción de aceite.

Miden: Aceituna Entera + Orujo/Alperujo +
Aceite de Oliva

- Hasta 6 sensores se pueden conectar a un espectrómetro a la salida de lavadora y/o mezcladora y/o decanter y/o centrifugadora.
- Sin tener que manipular las muestras.
- Visualización de las mediciones en tiempo real de valores numéricos y gráficos con tendencias.
- Trazabilidad y conexión con SCADA de almazara.



Polytec



¿Qué distingue a AxFlow?

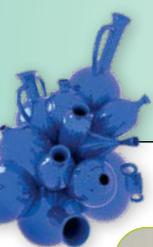
- ✓ Atención postventa cuidada
- ✓ Calibraciones listas para su uso
- ✓ Calidad, equipos NIR fabricados en Alemania
- ✓ Rentabilidad, retorno de inversión corto
- ✓ Experiencia, más de 300 instalaciones exitosas en España y Portugal.



AxFlow S.A.U : Avda. de la Industria 53 - Alcobendas,

+34 91 729 18 18 @ axflow@axflow.es

Delegaciones: **Andalucía - Castilla La Mancha - Cataluña.**



antes de decidir los tratamientos que se aplican en el olivar. También han aumentado las solicitudes por parte de agricultores particulares junto con las de técnicos, asesores o gestores de fincas de olivar y almendro, aunque también de pistacho y vid. Otro segmento importante de clientes son centros investigadores que contratan nuestros servicios como apoyo a sus trabajos en el campo y la fábrica.

En cuanto al Área de Aceite y Aceituna, y al margen de agricultores particulares interesados en conocer el rendimiento graso de su cosecha de aceituna, se han incrementado las solicitudes de análisis por parte de almazaras que contrastan sus propios datos analíticos o bien pactan con sus clientes la realización de los análisis en un laboratorio ajeno. En análisis de aceite de oliva se ha notado un cambio hacia una segmentación horizontal en nuestros clientes, con empresas que gestionan sus propias fincas, recogen su propia cosecha y elaboran su aceite con una baja proporción de aceituna adquirida a otros productos. Estas empresas demandan todos los tipos de análisis que ofrece Olivarum, con un importante incremento en el análisis de la calidad del aceite de



“Olivarum está siempre atento a las necesidades del sector y de sus clientes planificando futuras acreditaciones para los análisis de mayor interés”

oliva virgen obtenido, ya que están especialmente orientadas a la alta calidad de su producto más que a producciones elevadas.

Por último, ¿cuáles son los próximos proyectos del laboratorio?

Actualmente, Olivarum trabaja de forma intensa en el proyecto SAVIAOLIVAR -vigente hasta 2024- para establecer

niveles de referencia para un análisis que se convertirá en una herramienta indispensable en el diagnóstico del estado de la planta en tiempo real en un futuro próximo. Algunos de los próximos objetivos de Olivarum también guardan relación con la savia del olivo, dando continuidad a los trabajos ya iniciados, ya que los

resultados obtenidos a partir de los proyectos de diferentes Grupos Operativos están abriendo nuevas líneas de trabajo de gran interés y utilidad.

Por otra parte, seguimos trabajando en el aseguramiento de la calidad de los análisis mediante la técnica NIR en aceituna y subproductos colaborando estrechamente con el grupo de laboratorios coordinado por FOSS para desarrollar calibraciones fiables relativas a otros parámetros de interés para la aceituna y el aceite de oliva. Olivarum está siempre atento a las necesidades del sector y de sus clientes planificando futuras acreditaciones para los análisis de mayor interés, subordinando su desarrollo al interés de nuestros clientes. 🍯

OLIVARUM
Fundación Caja Rural de Jaén
olivarium@olivarium.es
www.olivarium.es





INGENIERÍA Y
DESARROLLO
AGRO-INDUSTRIAL



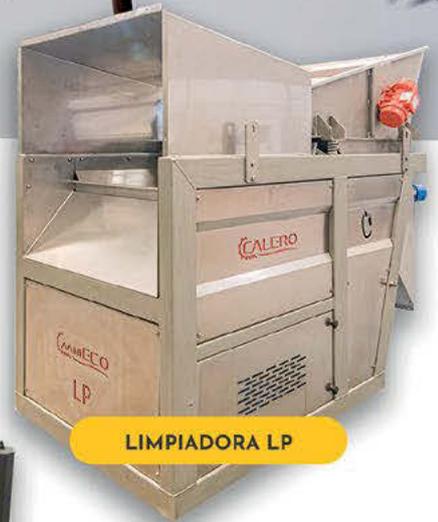
TRITURADORA DE HOJAS



LAVADORA / LIMPIADORA
ECO 1000



CINTA TRANSPORTADORA



LIMPIADORA LP



PESADORA P-500

SOLUCIONES INTEGRALES PARA EL ÉXITO DE TU CAMPAÑA

📍 POLÍGONO INDUSTRIAL ASEGRA,
CALLE DE ALMERÍA, S/N, 18210
PELIGROS, GRANADA

☎ +34 958 40 50 42

📧 INDAISA@CALERO-GROUP.COM



CALERO-GROUP.COM



OleotourJaén, único en el mundo

Los más de 66 millones de olivos que tapizan el territorio jiennense convierten a esta provincia del interior de Andalucía en un lugar idóneo para admirar este paisaje único en el mundo, sumergirse en la milenaria cultura del olivar y degustar el mejor aceite de oliva virgen extra del planeta. Impulsada por la Diputación de Jaén, OleotourJaén permite disfrutar de un amplio abanico de experiencias agrupadas en una singular oferta oleoturística que no deja a nadie indiferente.

Si Expoliva ha posicionado a Jaén como la gran referencia internacional para conocer las novedades del sector del olivar, la puesta en valor turística del bosque de olivar jiennense y de la cultura ligada a este árbol milenario que ha impulsado la Diputación de Jaén ha posibilitado que este territorio sea también un enclave privilegiado para vivir un amplio abanico de experiencias que han sido agrupadas en torno a un interesante producto turístico: OleotourJaén.

A través de los cerca de 130 recursos que conforman este producto, que incluye restaurantes y almazaras visitables, spas, alojamientos rurales, oleotecas, empresas de cosméticos, de servicios turísticos, de catas de AOVE, museos y centros de interpretación, empresas de artesanía de madera de olivo o cortijos y espacios singulares, el viajero tendrá la oportunidad de conocer en profundidad la cultura del olivar y del aceite de oliva que impregna todos y cada uno de los rincones del paraíso interior jiennense y es



indisociable a las costumbres y formas de vida de sus 97 municipios.

Y es que OleotourJaén ofrece un sinfín de posibilidades: desde pasear a pie o a caballo en un mar de olivos -que aspira a convertirse en Patrimonio Cultural Mundial- hasta alojarse en antiguos cortijos labriegos, haciendas o casas rurales que han conservado su arquitectura tradicional ofreciendo el máximo confort; además de saborear los mejores aceites de oliva vírgenes extra del mundo o degustar, gracias a la maestría y saber hacer de los chefs jiennenses,

platos sorprendentes elaborados con este producto que es base de la saludable Dieta Mediterránea.

Durante el trayecto por esta tierra, el visitante puede entender perfectamente por qué esta provincia es la principal productora mundial de aceite de oliva y también la que elabora el AOVE de más calidad, procedente de frutos recolectados de forma temprana, de intenso color verde y con un sabor y aroma inigualables. OleotourJaén permite conocer el proceso de producción del oro líquido a través de la visita a almazaras y



El viajero tendrá la oportunidad de conocer en profundidad la cultura del olivar y del aceite de oliva que impregna todos y cada uno de los rincones del paraíso interior jiennense

cooperativas distribuidas por las distintas comarcas de esta provincia, donde también se puede adquirir este producto de múltiples propiedades beneficiosas para la salud en tiendas especializadas; visitar espacios temáticos sobre la historia y la cultura del olivar; asistir a eventos y tradiciones ligadas a este cultivo; recorrer pueblos blancos olivares de calles empedradas; o disfrutar en spas y hoteles de tratamientos especializados con aceite de oliva.

Pero eso no es todo. Jaén brinda al viajero la posibilidad de disfrutar de esta singular oferta oleoturística complementada con la gran cantidad de atractivos que posee esta provincia andaluza, entre los que figuran un patrimonio renacentista excepcional que tiene sus máximos exponentes en las ciudades Patrimonio de la Humanidad de Úbeda y Baeza o en municipios como Jaén capital, Sabiote o Canea; además de poseer la mayor superficie de espacios protegidos de España gracias a sus cuatro Parques Naturales, entre ellos el de las Sierras de Cazorla, Segura y las Villas, que es el segundo mayor de Europa, sin olvidar los de Sierra de Andújar, Sierra Mágina y Despeñaperros; o albergar la mayor concentración de atalayas y fortalezas del continente europeo, junto con un legado íbero único en el mundo.

El AOVE picual, gran protagonista de la gastronomía jiennense

Como en todo viaje, la gastronomía juega un papel fundamental en la configuración del itinerario que el turista diseña por un



Reconocidos por el COI
Reconocidos como Laboratorio para
Análisis Físico-Químicos y
Contaminantes para el período actual.



Laboratorio Acreditado por ENAC
Acreditación Nº 749/LE 1295
Alcance Técnico completo en
www.enac.es

En la actualidad ofrecemos todas las determinaciones incluidas en el Reglamento (UE) 2022/2104 (anterior Regl 2568/91) y todas sus enmiendas, base para la correcta clasificación de nuestros AOs en sus respectivas categorías, bajo Acreditación ENAC, incluido también en el Panel Test.

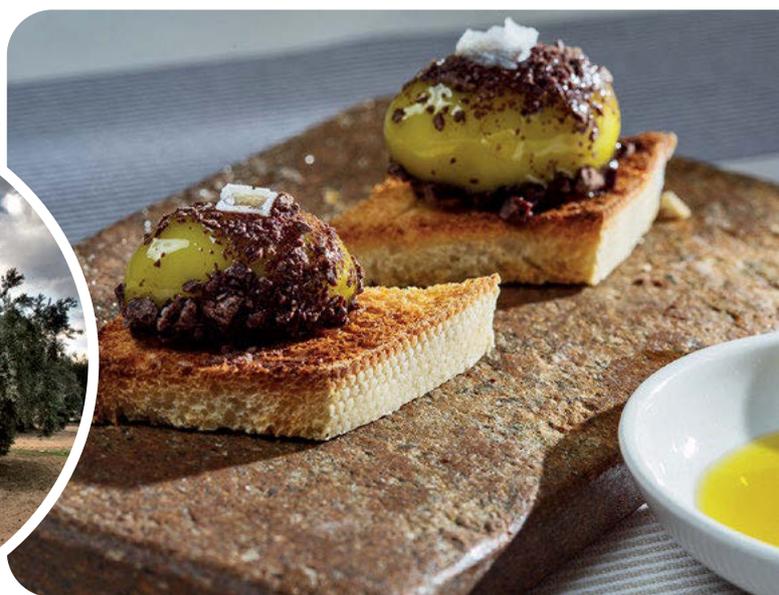
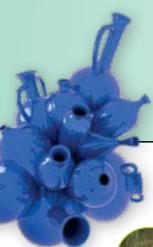


Para ver las determinaciones acreditadas en otros aceites vegetales, consultar nuestro Alcance Técnico.



Dentro de este importante grupo de determinaciones, queremos destacar que, desde Grupo Tentamus España, en el que estamos integrados, ofrecemos **bajo el amparo de la Acreditación de ENAC** muchos de ellos, como por ejemplo, **Plaguicidas por GC-MS-MS y HPLC-MS-MS, Benzopirenos (HAPS), Ácido Erúrico-toxina, Metales Pesados** y otros; también a través del **Grupo Tentamus Internacional, MOSH y MOAH** (LC hasta 0.5 ppm) y **MCPDs**, Acreditados por **DAKKS (Alemania), y Dioxinas y PCBs similares**, por **ACCREDIA (Italia)**.

No dude en consultarnos otro contaminante o materia activa que pudiera interesarle, así como su acreditación, dado que este Grupo de analitos, por su gran interés, está en continuo crecimiento.



territorio y constituye uno de los principales motivos para obtener una valoración positiva por parte del viajero, que siempre encuentra en la cocina del lugar que visita la esencia cultural del mismo. En el caso de Jaén, su gastronomía encuentra en el aceite de oliva virgen extra de la variedad picual el elemento imprescindible de un amplio abanico de recetas elaboradas con productos de cercanía y proximidad de gran calidad que abarcan desde hortalizas hasta carnes de caza, quesos, embutidos, vinos, cervezas o productos de repostería, entre otros. Todos ellos se transforman sabiamente en las manos expertas de un amplio elenco de profesionales de la restauración que han conseguido que la

gastronomía jiennense sea reconocida nacional e internacionalmente.

Pero en esta provincia el viajero no sólo puede disfrutar de estos deliciosos productos sentado en la mesa de un restaurante. La cocina jiennense se degusta también a través de pequeños bocados: esas ricas y variadas tapas que se ofrecen junto a la bebida y que permiten al cliente saborear excelentes recetas de

la gastronomía de este territorio en la barra o terraza de un bar, convirtiendo las paradas de descanso del viajero en otro momento inolvidable de su itinerario por un producto turístico, OleotourJaén, basado en la gran singularidad que representa ese mar infinito de olivos que sólo se puede contemplar en Jaén. 🟡

www.oleotourjaen.es



CORAÇÃO DO VALE

O sabor do
Baixo Alentejo.
A pureza da origem



In Hac Signo Vincis

LAGAR DO VALE,
Produção e Transformação de Azeites, Lda.

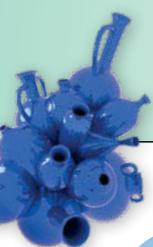
Estrada Nacional 265, Km 12,9
7830-305 SERPA • PORTUGAL

✉ geral@lagardovale.eu
☎ +351 284 249 721

www.lagardovale.com

Cofinanciado por:





PAG, al servicio de los agricultores y ganaderos de la provincia de Jaén



Rocío Moreno, secretaria general de la organización.

Nacida en 2016, PAG (Profesionales de la Agricultura y Ganadería de Jaén) es una organización sin ánimo de lucro con más de 2.500 socios que defiende y representa los intereses de los profesionales de la agricultura y la ganadería de la provincia jiennense cuyo objetivo es garantizar las producciones agropecuarias para potenciar la actividad económica y social en el medio rural.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

La organización empresarial agraria PAG Jaén nace en 2016 con la vocación de convertirse en un instrumento dinámico y profesional para dar respuesta a los retos de la agricultura del siglo XXI y estar al servicio de los agricultores/as y ganaderos/as de la provincia.

PAG Jaén representa, gestiona, defiende y fomenta los intereses de los empresarios/as agrarios en general, así como de los profesionales y empresas de la agricultura, ganadería, agroindustriales, actividades forestales, energías renovables, etc., en particular ante la sociedad, las administraciones tanto públicas como privadas y demás organizaciones de empresarios y trabajadores.

Su objetivo es garantizar las producciones agropecuarias para potenciar la actividad económica y social en el medio rural, así como las exportaciones presentes y futuras, consolidando el regadío con agua suficiente para mante-

ner una producción agrícola estable en todo el territorio provincial.

Entre los principios fundamentales que defiende PAG Jaén figuran, entre otros:

- la aplicación de una política agrícola justa y equilibrada en el territorio, que apueste siempre por una agricultura y ganadería productiva a precios rentables, desarrollando los mecanismos de mercado necesarios para ello;
- la aplicación de una política de distribución de los recursos naturales, caso del agua como recurso público, poniéndolos al servicio del desarrollo económico y social y el equilibrio del territorio, revisando las concesiones administrativas concedidas y ajustándolas al interés general como forma eficaz de combatir la caída de la renta agraria, el paro y el despoblamiento del medio rural;
- la aplicación de políticas que garanticen el mantenimiento de precios justos para las producciones agrarias, toman-

do como referencia las establecidas en el observatorio de precios del MAPA;

- una política agraria que potencie la comercialización de las producciones agrícolas organizando su oferta, desarrollando e incentivando nuevas líneas de ayudas y puntuando tanto a agricultores/as y ganaderos/as como a las sociedades que agrupen dicha oferta;
- la aplicación de una política que busque el valor añadido, tanto en la fase de producción como de comercialización, implicando a todo tipo de sociedades agroalimentarias, especialmente las locales implantadas en el territorio, e impulsando la creación de nuevas sociedades;
- la aplicación de una política agraria de protección de los cultivos con plantaciones tradicionales como el olivar, especialmente en aquellos con limitaciones en el territorio;
- la aplicación de una política ganadera dirigida a garantizar su rentabilidad, reformando la normativa existente para



El 1º Congreso de PAG Jaén tuvo lugar en junio de 2018, en el marco de la feria Futuroлива celebrada en Baeza.

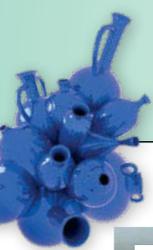


Bajo el lema "Somos agricultores, somos independientes", el 2º Congreso de PAG Jaén se celebró en la feria Futuroлива el 11 de junio de 2022.



INGENIA PROCESS INGENIERÍA Y AUTOMATIZACIÓN





Rocío Moreno, secretaria general de PAG Jaén, conversa con el ministro Luis Planas en Futurooliva 2022.



Estand de PAG Jaén en la Feria de Maquinaria de Úbeda 2022 y Futurooliva 2022.



De izqda. a dcha., jornada formativa del curso de tractoristas y conductores de buggy; formación de trabajadores en materia de prevención de riesgos laborales; y jornada informativa en la Feria de Maquinaria de Úbeda.

regular los sistemas de integración como el avícola, porcino, etc., con el fin de evitar la imposición y abusos a los que están sometidos los ganaderos.

A pesar de tratarse de la organización profesional más joven de la provincia de Jaén, PAG representa ya a un número importante de agricultores/as y ganaderos/as -en la actualidad cuenta con más de 2.500 socios- que son quienes marcan las directrices que defiende la organización. PAG Jaén participa de forma activa en la interlocución y defensa de los intereses legítimos del sector, prestando una amplia gama de servicios que la convierten en una organización de vanguardia dentro del sector agrícola y ganadero.

Además de un servicio integral a los agricultores/as y ganaderos/as para facilitarles las gestiones propias de su explotación, PAG Jaén ofrece asesoramiento específico y riguroso por parte de profesionales cualificados.

Entre los principales servicios que presta esta organización empresarial agraria se encuentran la tramitación de las ayudas de incorporación de jóvenes agricultores y la modernización de explotaciones agrarias e invernaderos; tra-

mitación de calificación de explotación agraria prioritaria; gestión laboral y fiscal; contratación de seguros; contratación de planes de prevención de riesgos laborales; asesoramiento técnico y jurídico; y cualquier otro relacionado con la actividad agraria.

Desde su nacimiento, esta organización sin ánimo de lucro se ha distinguido por su carácter reivindicativo en defensa de los intereses de los agricultores/as y ganaderos/as de la provincia jiennense. En este sentido, cabe destacar acciones como la tractorada en la comarca de La Loma -organizada conjuntamente con la Asociación Provincial de Regantes del Olivar (AproJaén) y la Asociación de Regantes de Andalucía (AREDA)- del 28 de mayo de 2019 para exigir soluciones a los por aquel entonces "precios de ruina" del aceite de oliva, así como la regularización de los regadíos de La Loma -30.000 hectáreas afectadas- y de toda la provincia.



Más de 1.200 tractores y 2.000 agricultores participaron en la tractorada convocada por PAG Jaén, AproJaén y AREDA a finales de mayo de 2019.

La manifestación partió desde las localidades jiennenses de Villanueva del Arzobispo, Iznatoraf, Villacarrillo, Sabiote, Torreperogil, Begíjar, Ibros, Baeza y Rus, finalizando en Úbeda, donde se realizó un recorrido dentro de la ciudad y se leyó un manifiesto en el recinto ferial. 🍷

PAG Jaén

jaen@pagjaen.org

<https://es-es.facebook.com/pagjaen/>





From idea to execution



Cada día 235 millones de personas abren un tapón BERICAP. Todos ellos fabricados en alguna de nuestras 25 plantas con presencia mundial y distribuidos en más de 100 países. Todos bajo las mismas especificaciones y estándares de producción. Basados en nuestra amplia gama de productos contribuimos al éxito de sus proyectos. Sin importar el tipo o tamaño de envase, idonde y cuando Ud. nos necesite!



¡Descubra nuestra gama de producto!

www.bericap.com



El fotógrafo Jesús Mendoza en la inauguración de la exposición.

La belleza del olivo a través de sugerentes imágenes

El Centro de Interpretación "Olivar y Aceite" de Úbeda (Jaén) acogió del 1 de diciembre de 2022 al 5 de marzo de 2023 una exposición fotográfica en la que, bajo el título "Oleum", el diseñador y fotógrafo Jesús Mendoza rinde homenaje al árbol milenario. Una muestra -en la que colaboró Grupo Editorial Mercacei- que estuvo dirigida a todos aquellos interesados en conocer más de cerca el mundo del olivar a través de sugerentes fotografías.

Esta espectacular exposición de imágenes, de la más alta calidad, supuso un guiño a la tierra del autor y en ellas el fotógrafo ubetense ofreció al espectador la oportunidad de admirar la belleza del olivar en sus diferentes formas de expresión o estados captados desde el objetivo de su cámara. Y es que en su faceta como fotógrafo, Jesús Mendoza cultiva su instinto guiado por la luz, el color y las formas capturando momentos únicos y evocadores.

"Llevo muchos años realizando fotografías del paisaje que me rodea y a clientes relacionados con el sector del aceite de oliva, así que decidí realizar una selección de las mejores imágenes para esta exposición", relató a Mercacei Mendoza.

En la exposición, en cuya inauguración se llevó a cabo la lectura de algunos poemas acompañados por música de guitarra, así como una cata de AOVES de nueva cosecha, se mostraron 16 fotografías a un tamaño grande -aproximadamente de 70 x 50 cm.- divididas en tres partes: imágenes de detalle del fruto en sus diferentes estados a lo largo del

año, del árbol y de paisajes del olivar. Todas ellas en color y en marcos de madera reciclados y pintados en blanco de diferentes formas.

"Creo que el olivo es un árbol fabuloso, capaz de resistir en el tiempo a grandes cambios climáticos y a pesar de ello, año tras año, nos regala su más preciado fruto, el aceite de oliva. Con esta exposición he querido rendirle mi más humilde homenaje", subrayó. 🍯



Aceitunas y aceite, Carhelejo.



Luces y olivares, Baeza.



Olivar de montaña, Sierra de las Villas.



Detalle de aceitunas en ramas de olivo, Jaén.



Cubierta vegetal en el olivar, Sierra Mágina.



Yemas de aceituna, Úbeda.



Olivares en el Valle del Guadalquivir, Úbeda.



Dunas de olivar, Villacarrillo.

FILTROX Southern Europe The best filtration

Un aceite brillante y libre de impurezas



**Sin filtración
el riesgo
de decantación
es máximo**

Una correcta filtración estabiliza y mejora las características organolépticas del aceite.

- Impecable presentación comercial
- Prolonga la conservación
- Elimina sólidos y humedad
- Elimina sabores herbáceos

Le ofrecemos una amplia gama de medios filtrantes que darán solución a sus procesos de separación de sólidos-líquidos.



FILTROX Southern Europe SL,
Calle Can Vinyalets, 15
08130 Santa Perpètua de Mogoda.
Barcelona / Spain - Tel +34 934 626 700
f.jordano@filtrox.com | lenrich@filtrox.com
Distribución: Almacén en Montilla, Córdoba.
Tel + 34 670 065 543
www.filtrox.com





Explosión de color en el olivar, Linares.



Olivares de tres pies, Sierra de Cazorla.



Detalle de floración del olivo, Úbeda.



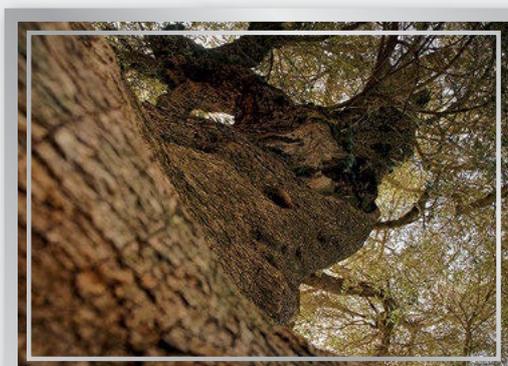
Cuerda de Sierra Mágina. Combinación de paisaje de vega, olivar y montaña.



Vista aérea de un olivar, Baños de la Encina.



Olivo de Fuentebuena, Arroyo del Ojanco.



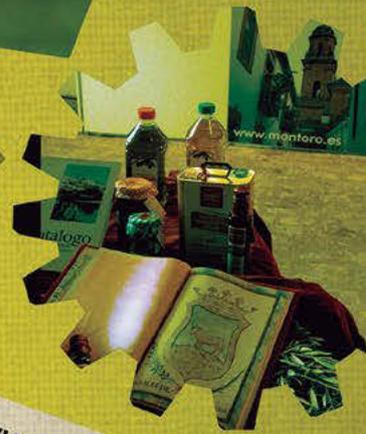
Detalle de una de las ramas del Olivo de Fuentebuena, Arroyo del Ojanco.



Primeras luces de la mañana y nieblas sobre el olivar.

Una Ventana al Futuro de la Olivicultura

EDICIÓN 2024
UNA FERIA
COMPLETAMENTE
RENOVADA PARA
NUESTROS EXPOSITORES
Y VISITANTES



www.feriadelolivo.es

XXXII

Feria del
OLIVO
MONTORO

ORGANIZA:



PATROCINA:



COLABORA:





ARTOLIO, la plataforma para el pequeño productor de AOVE

Financiado por la Unión Europea en el marco del programa ENI CBC Med para apoyar a los pequeños productores de aceite de oliva virgen extra de la Cuenca Mediterránea, el proyecto ARTOLIO ha contribuido a establecer un nuevo nivel de calidad superior para el AOVE, además de centrarse en la mejora de los procesos, la sostenibilidad y la eficiencia energética. Entre sus objetivos figura mejorar la economía local de los países participantes -Israel, Grecia, Francia, Chipre, Palestina y España-, así como dotar al mundo rural y/o al sector agrario de herramientas que ayuden a colocar el producto en el mercado, pero también a posicionar su calidad y otorgarle visibilidad en otros espacios de ámbito internacional.

Por Jesús F. Gordillo, Strategist Manager en Kellenfö! Advertising® y responsable de comunicación estratégica del proyecto ARTOLIO

En las últimas décadas, la demanda mundial de aceite de oliva está en constante crecimiento, impulsada por el comportamiento saludable de los consumidores y la búsqueda de una mayor variedad de gustos y sabores por parte del movimiento *foodie*. Sin embargo, este crecimiento y la prosperidad económica asociada al aceite de oliva no siempre se ha repartido por igual en toda la cadena de valor del Mediterráneo. Los pequeños agricultores del sector del aceite de oliva de la Cuenca Mediterránea poseen parcelas pequeñas y a veces escarpadas, practican una agricultura tradicional alimentada por la lluvia, dependen de la mano

de obra familiar en la época de la cosecha y carecen de conocimientos agroclimáticos y servicios financieros.

En su gran mayoría, estas pequeñas empresas familiares no son rentables, por lo que muchos olivares quedan abandonados o sin cultivar y el desempleo se extiende en las comunidades marginadas. Por el contrario, la demanda de aceite de oliva aumenta e impulsa la demanda de más aceite y de más calidad.

Los pequeños productores de aceite de oliva virgen extra se enfrentan a numerosos obstáculos para llevar su producto al mercado, muchos de los cuales suponen todo un reto: desde tener acceso a la tecnología más

avanzada para combatir el cambio climático y la sequía hasta soluciones de transporte, eficiencia, calidad en la producción y mejora de la economía local frente a la globalización.

Dicha globalización afecta a los pequeños productores locales principalmente de dos maneras. Por una parte, los grandes conglomerados del aceite de oliva ocupan buena parte de la cadena de suministro, produciendo grandes volúmenes de aceite de calidad media a precios bajos y no dejando oportunidad de negocio a los productores locales y regionales. Por otra, la presión para optimizar la cantidad en detrimento de la calidad ha favorecido nuevas variedades de aceituna manipuladas que han



La plataforma ARTOLIO permite a los pequeños productores de aceite de oliva dar a conocer su producto en mercados extranjeros y replicar el modelo en toda la Cuenca Mediterránea

perjudicado a las variedades tradicionales, disminuyendo así la biodiversidad y la riqueza de sabores.

Las necesidades socioeconómicas del JOP indican que el 90 % del total de los productores son microempresas (o autónomos) con menos de 10 empleados, que no pueden resistir la recesión económica y la escasez de crédito y, sin embargo, necesitan hacer frente a la globalización. Este es el caso de los pequeños productores regionales de aceite de oliva (DG Agriculture, 2017). Estas pequeñas empresas rurales se caracterizan por pequeñas parcelas de tierra, agricultura tradicional de secano y dependencia exclusiva de la mano de obra familiar en sus actividades agrícolas.

Estos son solamente algunos de los retos cotidianos a los que se enfrentan los pequeños productores de AOVE, por lo que ARTOLIO, comprendiendo los obstáculos a los que se enfrentan y sensible a entender mejor esa realidad, se planteó una pregunta: ¿cómo podemos ayudar a estas empresas no sólo a sobrevivir a la globalización, sino también a prosperar mediante la creación de nuevos puestos de trabajo y oportunidades regionales, creando un efecto de goteo que podría estimular el desarrollo socioeconómico de la zona?

A raíz de esta reflexión, en 2020 nació el proyecto ARTOLIO para hacer frente a estos retos, cofinanciado por el programa ENI CBC Med de la UE y el consorcio formado por las entidades participantes: la Organización de Investigación Agrícola (ARO Volcani Center y socios del Clúster Beit Hakerem, Israel), el Centro Palestino de Investigación y Desarrollo Agrícola (Palestina), la asociación de educación y formación post-Secundaria American Farm School (Grecia), la Organización Agrícola Helénica DEMETER (Grecia), el Departamento de Agricultura del Ministerio de Agricultura, Desarrollo Rural



maquinaria, instalaciones y automatizaciones

FIABILIDAD TECNOLÓGICA



Ahorro en mantenimiento y averías

ALTA VELOCIDAD



Reducción de tiempos de espera y de descarga

AHORRO ENERGÉTICO



Más producción y limpieza con menos CV

CUIDAMOS SU ACEITUNA



No la rompen y no producen pérdidas de rendimiento



ABORRELL®

La única compañía de limpiadoras fabricando desde hace más de 40 años con la misma marca registrada

www.aborrell.es ☎ 965 780 781



Los esfuerzos tecnológicos para aumentar el rendimiento y la calidad del producto deben ir de la mano de un conjunto adecuado de habilidades empresariales, comerciales y de marketing

y Medio Ambiente (Chipre), la Universidad de Jaén (España) y Kellenfö! Advertising, S.L. (España).

ARTOLIO: "Profitable and Sustainable Artisanal Olive Oil Industry in the Mediterranean"

Con un presupuesto total de 2,9 millones de euros -de los que la UE aporta el 90%, esto es, 2,6 millones de euros- hasta finales de 2023, el proyecto ARTOLIO incluye a 65 agricultores y propietarios de almazaras de países y regiones productivas de la Cuenca Mediterránea (Israel, Palestina, Chipre, Grecia, Francia y España). A partir de la experiencia de sus socios y el conocimiento sobre el terreno, los agricultores y las almazaras asociadas han estado recibiendo formación técnico-agronómica y empresarial de forma periódica. Ello se ha traducido en mayores rendimientos de aceituna y calidades de aceite, así como en una mejora de las capacidades de gestión que ha hecho más rentables y flexibles a las pequeñas empresas. Cada grupo de agricultores está gestionado por instituciones regionales de conocimiento local, los Centros Regionales de Conocimiento del Olivo Autóctono (NOReKC) de cada región participante, que proporcionan asesoramiento local.



mayor absorción de carbono de los olivos existentes y nuevos que limpian el medio ambiente en el que vivimos y fortalecen una vida comunitaria saludable.

Dos fases y tres niveles de actuación

Los anteriores proyectos relacionados con el aceite de oliva hacían hincapié en la adopción de tecnología o en la innovación en marketing y ventas. El modelo del proyecto ARTOLIO nació de la constatación de que estos elementos están totalmente interrelacionados: los esfuerzos tecnológicos para aumentar el rendimiento y la calidad del producto deben ir de la mano de un conjunto adecuado de habilidades empresariales, comerciales y de marketing. El agricultor del siglo XXI puede y debe recibir ayuda para adquirir estas habilidades.

A tal efecto, ARTOLIO actúa en dos fases y tres niveles distintos. En la Fase 1 (*AGRO Performance*), actúa en primer lugar a nivel del agricultor/molino local mediante la formación y la adopción tanto de tecnologías como de prácticas agronómicas avanzadas para aumentar el rendimiento y la calidad, así como un mayor conocimiento de las prácticas empresariales. Y es que un mayor rendimiento y una mayor calidad, combinados con una mayor perspicacia empresarial, se traducen en un aumento de los ingresos netos, del crecimiento empresarial y del empleo. El reto a este nivel es cultural y de confianza: los agricultores deben

El proyecto ARTOLIO también ha creado una red paneuromediterránea que reúne a todos los centros de conocimiento, agricultores y productores en una plataforma unificada que ayudará a las pequeñas empresas oleícolas de toda la Cuenca Mediterránea en materia de marketing, ventas, financiación y política y legislación, tanto a nivel nacional como internacional.

La plataforma ARTOLIO permite a los pequeños productores de aceite de oliva dar a conocer su producto en mercados extranjeros y replicar el modelo de ARTOLIO en toda la Cuenca Mediterránea con los beneficios de un negocio de aceitunas y aceite de oliva más sostenible económicamente. Además, permite generar nuevos puestos de trabajo en las zonas rurales y fomentar la sostenibilidad medioambiental a través de una



sentirse cómodos adoptando nuevas prácticas y confiar en que este cambio producirá los resultados deseados.

A nivel regional, ARTOLIO actúa estableciendo centros regionales de conocimiento (NOReKC) que ayuden a los agricultores locales a nivel tecnológico y empresarial, así como mejorando su acceso a la financiación e impulsando las medidas políticas regionales pertinentes.

Por último, en la Fase 2 (*ARTOLIO Platform + Marketing Data + Promoción*), que comenzó en marzo de 2023 y ofrecerá resultados en los próximos meses, ARTOLIO actúa a nivel paneuromediterráneo, aprovechando el poder y los conocimientos combinados de los NOReKC para generar una plataforma paneuromediterránea de regulación, venta y comercialización que refleje los intereses de las microempresas del sector del aceite de oliva -muy diferentes a los de los grandes productores- y les permita competir con éxito a nivel mundial. En este tiempo se activará la plataforma, así como las campañas de comunicación, marketing y publicidad programática internacional de la mano del socio responsable del área de Marketing (Kellenfö Ad.), con el objetivo de promocionar y mostrar el potencial de los agricultores de ARTOLIO.

Cuando los tres niveles funcionen simultáneamente, se logrará un equilibrio en la rentabilidad y la sostenibilidad de las pequeñas producciones mediterráneas del sector del aceite de oliva. De este modo, se aborda el objetivo global de promover el desarrollo económico y social en el sector del aceite de oliva, con una contribución significativa, desarrollo empresarial y de las pymes, promoción de la inclusión social y lucha contra la pobreza.



Análisis
Agroalimentarios

Rigor
Esfuerzo
Compromiso

www.laboratorioagrama.com



Si algo hace único al proyecto ARTOLIO es la excelencia en lo que se refiere a la calidad del AOVE, fruto del trabajo de los socios del proyecto especializados en agronomía e investigación



Los integrantes del equipo ARTOLIO se reunieron en Israel -uno de los territorios productores de aceite de oliva más antiguos del mundo- entre el 18 y el 24 de febrero para debatir acerca de la campaña de comercialización de 2023 y las calidades de sus aceites, así como sobre los avances del proyecto y los objetivos futuros.



Un sello de excelencia para el AOVE y una oportunidad para los productores

ARTOLIO dispone de su propia marca de proyecto ENI CBC MED, pero también de una marca comercial que tiene como objetivo presentar y representar a los productores en el mercado internacional. El exhaustivo control de calidad al que se someten los AOVES de ARTOLIO, realizados en laboratorios técnicos de Grecia, España e Israel, dan como resultado altísimas calidades que otorgan a todos los productores un sello de reconocimiento.

En la plataforma se puede consultar la lista de productores que presentan este altísimo nivel de calidad, superior en muchos casos al del mercado. Por el momento sólo es posible obtener este sello a través del programa de ARTOLIO ENI CBC MED, pero se contempla abrir el reconocimiento a otros productores de fuera del programa. Y es que

si algo hace único al proyecto ARTOLIO es la excelencia en lo que se refiere a la calidad del AOVE, fruto del trabajo de los socios del proyecto especializados en agronomía e investigación.

Actualmente en fase de promoción, ARTOLIO abrirá sus puertas con toda probabilidad para que diferentes agricultores de ambos lados del Mediterráneo presenten sus candidaturas con el objetivo de ser admitidos en la plataforma. Porque formar parte de ARTOLIO es y será una oportunidad para todos aquellos que quieran obtener el reconocimiento, así como beneficiarse de las ventajas de la plataforma: formación, consultoría, difusión, internacionalización y reconocimiento del grado de calidad (obtención del sello).

ARTOLIO, the power of collaboration

El éxito de ARTOLIO supone sin duda una valiosa lección para todos/as. El proyecto se ha dedicado a cultivar un

flujo de trabajo innovador y aprovechar la tecnología para agilizar sus operaciones, lo que le ha proporcionado una ventaja competitiva en el mercado. Su flexibilidad para adaptarse a las particularidades del productor local, así como un fuerte trabajo en optimización de procesos, son dos componentes clave que lo han convertido en un proyecto de éxito; sin olvidar que ha conectado diferentes culturas y regiones bajo un mismo paradigma, el AOVE.

En conclusión, ARTOLIO ha cambiado las reglas del juego en el sector de la producción de aceite de oliva virgen extra. Gracias a su innovador modelo, el proyecto ha revolucionado el acceso de los pequeños productores de AOVE a la comercialización y otros recursos, permitiéndoles participar en el mercado mundial. Con su filosofía y soluciones innovadoras, creemos que ARTOLIO seguirá siendo un agente de cambio real durante muchos años. 🍯

<http://www.enicbcmed.eu/projects/artolio>



SI TIENES SOL, TIENES LUZ.

**Produce, gestiona y consume
tu propia energía.**

- Autoconsumo bombeo solar para riego.
- Autoconsumo para cooperativas y almazaras.
- Fotovoltaica flotante para balsas de riego.
- Sin inversión inicial.

VISÍTENOS EN



**Ampliación
CARPA SHÜTZ IBÉRICA
STAND 55, 56.**

injtelec-ingenieria.com

Calle Huelma, 2. Pol. Ind Los Olivares
23009 Jaén — 953 88 49 97





Los españoles gastan de media al año 60 euros en productos ecológicos

Ecovalia, la asociación profesional española de la producción ecológica, presentó el pasado 21 de marzo en Madrid el “Informe Anual de la Producción Ecológica en España 2023”, del que se desprende que el mercado total de productos ecológicos en España en 2022 alcanzó los 2.856 millones de euros, de los que 2.532 millones correspondieron al valor de mercado en hogares. En concreto, el gasto medio total per cápita se situó en 60 euros por persona al año, de los que 53,20 euros corresponden a la cantidad que gastan los españoles en el ámbito del hogar.



[TEXTO: Cristina Revenga Palacios]

La cesta ecológica en España durante 2022 estuvo conformada por un 64% de productos ecológicos de origen vegetal, principalmente de fruta (14%) y hortalizas (10%), y un 36% de productos de origen animal, fundamentalmente carne (27%).

Asimismo, el precio promedio de productos ecológicos se situó en 2022 en 3,90 euros/kg. La media del precio de los productos vegetales ecológicos fue de 2,47 euros/kg, mientras que para los productos derivados de animales ecológicos fue de 6,64 euros/kg.

Cabe destacar que, si bien la variación del precio promedio de los productos ecológicos en España fue de un 7,32%, este porcentaje se incrementó hasta el 8,70% en los productos no ecológicos.

A nivel mundial, en gasto per cápita (con datos oficiales del año 2021), el ranking lo lidera Suiza, con 425 euros por habitante/año, seguida de Dinamarca (384 euros/habitante/año); Austria (268 euros/habitante/año); Suecia (266 euros/habitante/año); Alemania (191 euros/habitante/año); Francia (187 euros/habitante/año); EEUU (146 euros/habitante/año); Canadá (138 euros/habitante/año); Bélgica (122 euros/habitante/año); y Noruega (83 euros/habitante/año).

Con vistas a 2030, Ecovalia prevé que el mercado total de productos ecológicos en España alcance los 5.122



millones de euros y que el gasto medio total per cápita se sitúe en 107,83 euros por persona al año.

Andalucía, Castilla-La Mancha y Cataluña, líderes en superficie

Atendiendo a los datos de superficie, España cuenta con 2.635.442 hectáreas, registrándose un crecimiento de un 26,6% en los últimos años. Andalucía, Castilla-La Mancha y Cataluña mantienen sus posiciones de liderazgo en el ámbito nacional.

Por lo que respecto a la Superficie Agraria Útil en España, se encuentra en un 10,8%, superando la media europea que se sitúa en un 9,63%.

En cuanto a los cultivos en nuestro país, los principales son los frutos secos,

con 262.280 hectáreas; el olivar, con 256.507 hectáreas; los cereales, con 241.913 hectáreas; y los viñedos, con 142.176 hectáreas. No obstante, a nivel porcentual, los cuatro cultivos que más han crecido son los frutos secos (33%), las plataneras y subtropicales (23%), los cítricos (21%) y el olivar (15%).

En España hay un total de 62.320 actividades ecológicas, categoría que ha registrado un incremento de un 41,7% en los últimos cinco años.

Por último, respecto a las industrias ecológicas, un 86% se dedican a la producción vegetal, de las cuales el 13% corresponden a la elaboración de aceites y grasas vegetales, y un 14% a la producción animal.

El presidente de Ecovalia, Álvaro Barrera, aseguró que el sector “está en



una buena posición, pero tenemos que seguir trabajando en promoción, conocimiento y formación". A su juicio, los españoles tienen que saber reconocer la hoja verde, el sello que garantiza que son productos ecológicos.

"El principal reto al que nos tenemos que enfrentar es que la alimentación ecológica esté en todas las fases de la cadena, incluido el sector de la restauración. Ecovalia ha asumido el desafío de liderar el incremento del consumo, una tarea en la que necesitamos la implicación de todos los agentes: administradores, productores y consumidores. Solo así conseguiremos alcanzar los hitos marcados por Europa para 2030", consideró.

El acto de presentación del informe contó con la presencia de representantes del sector y autoridades del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), así como de los gobiernos de Madrid, Castilla y León, Castilla-La Mancha y Andalucía. 🍋

Últimas cifras sobre olivar ecológico en España

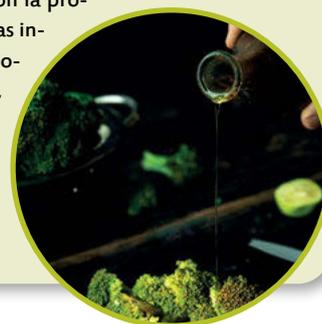
La superficie española dedicada al cultivo de olivar ecológico registró un incremento del 15,1% en 2021, hasta situarse en 256.507 hectáreas, siendo uno de los principales cultivos de este tipo de agricultura, según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

De las 256.507 hectáreas (producción estimada de 297.037 toneladas), 186.830 ha. corresponden a la categoría Calificada en Agricultura Ecológica, 33.500 ha. a Calificada en Conversión y 36.176 ha. a Calificada en Primer Año de Prácticas. Asimismo, de esta cifra total, 256.123 hectáreas pertenecen a olivar para aceite y 383 hectáreas a olivar para aceituna de mesa.

Por Comunidades, destacan Andalucía (117.380 ha.), seguida de Castilla-La Mancha (72.391 ha.), Extremadura (29.146 ha.), Cataluña (9.665 ha.), Aragón (7.916 ha.), Comunidad Valenciana (6.901 ha.), Murcia (5.402 ha.), Madrid (3.864 ha.) y Baleares (1.255 ha.).

El número total de industrias relacionadas con la producción vegetal alcanzó la cifra de 9.436 en 2021, de las que 1.192 correspondieron a la elaboración de aceites y grasas vegetales.

En industrias de productos ecológicos relacionados con la producción vegetal, los datos del MAPA recogen que de estas industrias, un total de 1.113 fueron almazaras y/o envasadoras de aceite, la mayor parte de ellas en Andalucía (493), seguida de Castilla-La Mancha (181), Cataluña (126), Comunidad Valenciana (95), Extremadura (60), Baleares (46), Murcia (30), Aragón (27), Canarias (14), La Rioja (11), Navarra (11), Madrid (8), Castilla y León (6), Galicia (3) y País Vasco (2).



EL FUTURO ESTÁ EN TU MESA CON LA HOJA VERDE

ELIGE PRODUCTOS ECOLÓGICOS EUROPEOS



elfuturoentumesa.bio

El contenido de esta campaña de promoción representa únicamente las opiniones del autor y es de su exclusiva responsabilidad. La Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva Europea de Investigación (REA) no aceptan ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.



Biofach atrae a 36.000 visitantes profesionales de 135 países

La feria mundial de alimentos ecológicos, Biofach, que se celebró en Núremberg (Alemania) del 14 al 17 de febrero, atrajo a casi 36.000 visitantes profesionales procedentes de 135 países. La muestra de este año -que volvió a celebrarse en febrero tras la edición de verano de 2022- se centró en la variedad y en la interacción profesional. En el caso de España, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) destacó que su espacio expositor se convirtió en el gran escaparate internacional de los alimentos ecológicos producidos en nuestro país.



Los actores de la industria mostraron su fortaleza y estrategias en Biofach. El ambiente positivo que se palpaba en las salas de exhibición fue absolutamente conmovedor y me llenó de alegría a nivel personal. Lo orgánico es el futuro”, resaltó Petra Wolf, miembro de la Junta Ejecutiva de NürnbergMesse.

Un total de 2.765 expositores, 222 de ellos en Vivanness -la feria internacional de cuidado personal natural y ecológico-, procedentes de 95 países presentaron diversas gamas de productos en las salas de exposiciones, así como en la plataforma de eventos digitales. Además, una edición más, los visitantes profesionales descubrieron una amplia gama de innovaciones y tendencias del sector ecológico.

Cabe destacar que cada año en esta muestra se organiza “El mundo de experiencias del aceite de oliva”, el espacio que rinde homenaje al AOVE y donde se reúnen expertos y representantes del sector a nivel internacional. Este área comenzó hace más de 20 años con una zona de degustación de aceite de oliva y allí todos los expositores de la feria pueden presentar sus AOVES como emplazamiento secundario, si bien en 2023 no se llevó a cabo por falta de tiempo para reelaborar el concepto tras la edición de verano de Biofach celebrada en julio de 2022.

En esta edición, el Ministerio de Agricultura español contó con un stand de 108 metros cuadrados donde

[TEXTO: Cristina Revenga Palacios]

la información promocional del expositor, bajo la estrategia #Alimentos-d-España, estuvo apoyada por vídeos y material gráfico que reflejan la gran calidad y variedad de los productos ecológicos españoles. A través de esta campaña, los asistentes pudieron conocer la gran oferta de alimentos ecológicos producidos en nuestro país, fruto de la diversidad en climas, suelos y prácticas culturales, así como de una industria transformadora en constante crecimiento que integra innovación y tradición.

A su vez, el stand de España contó con un espacio donde se programaron más de 20 actividades, entre las que destacaron varias ponencias, demostraciones culinarias con productos ecológicos y la degustación de higos, frutos secos, miel, cerveza, aceites de oliva, setas, legumbres, chocolate, patés, ensaladas, cremas y otros alimentos ecológicos, en algunos casos con distintos maridajes con vino.

También se dedicaron dos zonas a encuentros profesionales que estuvieron a disposición de empresas y asociaciones para establecer relaciones comerciales y de esta manera ampliar su cartera de clientes internacionales.

La Junta de Andalucía también potenció la internacionalización de la industria agroalimentaria ecológica andaluza en Biofach con un espacio que albergó a 17 firmas de la Comunidad, que pudieron mostrar su oferta (Cortijo de Suerte Alta, Aceites Canoliva, Almazaras de La Subbética, Luque



Andalucía impulsó la internacionalización de la industria agroalimentaria de esta Comunidad.

Ecológico, Los Balanchares-Sierra de Zuheros, Biosabor, El Jarpil, Cubisol-Caribata, Sierra Cazorla Mineral Water, Soler Romero, SCA San Vicente de Mogón, Aceite Romero Verde, Oleostepa, Eurocastell Caña, Sol y Fruta y Almensur).

Congreso Ecológico Europeo

Por su parte, Ecovalia participó en esta feria bajo el lema “¡Ahora es el momento! Consume ecológico”, donde mostró el potencial del sector y la calidad de los productos ecológicos españoles. La asociación aprovechó este encuentro para llevar a cabo reuniones estratégicas con agentes del sector del ámbito internacional.

El presidente de Ecovalia, Álvaro Barrera, señaló que este año “es clave para el sector ecológico español por muchos motivos, pero sin duda lo será por la celebración del Congreso Ecológico Europeo, que reunirá a los



El stand de España en Biofach.



Presentación del Congreso Ecológico Europeo por parte de Ecovalia.

principales agentes del sector en nuestro país. Este encuentro contribuirá, sin duda alguna, al principal objetivo de la asociación para este 2023 que es el incremento del consumo de productos ecológicos, una pieza fundamental para el desarrollo de nuestro sector. Además, seguiremos trabajando por otros aspectos que consideramos de suma importancia para este objetivo como son las compras públicas”.

En concreto, esta asociación será la encargada -junto a IFOAM Organics Europe y con el apoyo del MAPA

y la Junta de Andalucía- de organizar el Congreso Ecológico Europeo en España, que se celebrará del 26 al 28 de septiembre en Córdoba coincidiendo con la presidencia española de la Unión Europea durante el segundo semestre de este año. Este congreso será un punto de encuentro de estrategias para innovación, promoción y consumo del sector.

Asimismo, CAAE presentó los nuevos servicios para México y Reino Unido. Según explicaron desde la entidad, los mercados ecológicos están

en pleno crecimiento y los operadores demandan nuevas certificaciones que les permitan acceder con sus productos. Por ello, apostó por reforzar la cartera de certificaciones, las cuales posibilitan la entrada de productos ecológicos en estos dos mercados. La entidad suma así estas nuevas certificaciones a la cartera de servicios para mercados internacionales que son claves para el sector ecológico español y que ya se venían ofreciendo, tales como Japón, Estados Unidos, Corea del Sur y Brasil. 🟩



MICRO INSTALACIONES PARA EMBOTELLAR

CONTÁCTENOS
PARA SABER DÓNDE ENCONTRAR NUESTROS
PRODUCTOS EN ESPAÑA



RUSSO TECNO SERVICE

Via Albare , 99 - 35017 Piombino Dese (PD) ITALY

Tel Fax +39 049 5743011 - Mobile +39 377 1989136 - info@russotecnoservice.com - www.russotecnoservice.com



¿De verdad necesitamos las nuevas variedades de olivo?



Hoy día, el seto supone no más de un 6% de la superficie mundial de olivar, pero ya genera aproximadamente el 30% del AOVE producido en todo el mundo. Con el ritmo actual, no resulta descabellado pensar que pronto llegará a suponer más del 50% -o incluso el 70%- del AOVE mundial. ¿De verdad pensamos que todo ese aceite corresponderá a una única tipología? Resulta evidente que se necesitan otros muchos varietales que sean aptos para las máquinas cabalgantes y ofrezcan múltiples perfiles de aceites para satisfacer las exigencias de un mercado acostumbrado a variedades tradicionales como frantoio, coratina, picual u hojiblanca.

Por Equipo Técnico Agromillora

allá por los 90's comenzó su andadura el sistema de olivar en seto. Si bien al principio fue recibido con grandes dudas y no poca resistencia, poco a poco fue demostrando por sí mismo las grandes ventajas que había venido a aportar: un ahorro sustancial en los costes de cosecha y la nula necesidad de mano de obra para la recolección. Además, se llevó a cabo con unas variedades, arbequina y arbosana, que demostraron ser constantes en producción y bastante adaptables a distintos edafoclimas.

Sin embargo, efectivamente el sistema trajo desde sus inicios una desventaja, ya que proponía aportar al sector toneladas y toneladas de un único tipo de aceite, el que se ha extraído de las aproximadamente 400.000 ha. plantadas por todo el mundo. Como es bien sabido, el

perfil de aceite que produce una plantación depende de la variedad, de las condiciones de suelo y clima y de su manejo, pero en general se puede afirmar que las variedades arbequina y arbosana producen aceites suaves, ligeramente frutados, de bajo amargor y picor y poco estables, que antes del quinto mes han perdido gran parte de sus polifenoles y, por tanto, de su estabilidad.

Frente a otras variedades de las que se obtienen aceites de altísimo valor -picual, hojiblanca, cornicabra o cobrançosa-, este aspecto negativo constituyó su gran "talón de Aquiles", la gran baza con la que fue atacado el sistema en seto. Pero como de todo problema nace una solución, a finales de la misma década de los 90 surgieron unos programas de mejora genética en variedades de olivo en las universidades de Córdoba y Bari (Puglia, Italia) que, si bien inicialmente bus-

caban una mayor producción de AOVE por hectárea, al final aportan otra gran ventaja: conseguir aceites de variedades tradicionales como picual, hojiblanca o cornicabra con el modelo mecanizado de recolección con máquinas cabalgantes.

Las primeras descendencias se lograron mediante cruzamientos naturales, aplicando con pinceles el polen de una variedad parental en flores del otro parental conocido para después cerrar ese ramillete con bolsas que permitían el paso de luz y aire pero no de otros granos de polen... Fueron miles de cruzamientos entre parentales con características demandadas (picual, koroneiki, leccino, coratina, ayvalik, frantoio, arbequina, arbosana...), de los que tan sólo cuatro ó cinco se puede asegurar que han llegado para quedarse, pero sin duda serán decenas las que irán surgiendo en los próximos años.



Desde sus inicios, el cultivo del olivar en seto aportó un ahorro sustancial en los costes de cosecha y la nula necesidad de mano de obra para la recolección.

[[Estamos inmersos en una carrera de fondo que no ha hecho más que empezar]]

diferentes condiciones de clima y suelo, o de manejo, incluso en la misma finca pero en distintos años. Y aunque se precisan muchos años para extraer conclusiones contundentes, desde inicios del nuevo siglo se han llevado a cabo pequeñas pruebas a lo largo y ancho del Mediterráneo, California o Chile que nos permiten realizar ciertas afirmaciones:

- **Sikitita:** de madre arbequina y padre picual, se trata de una variedad de vigor controlado, similar a arbequina o menos. Constante en producción, destaca sobre todo en condiciones de secano, proporcionando un AOVE algo más estable que los de arbequina y arbosana, siendo similar en cata a éstos.

Así, los cruces de arbequina x picual de la UCO (sikitita-1, sikitita-2 y martina); los de arbosana x leccino o arbosana x koroneiki de la Universidad de Bari (lecciana y coriana); y los del programa de Todolivo de arbosana x koroneiki y arbosana x sikitita (I-15 e I-99) son algunos de los que hoy brillan más, pero detrás

vienen muchos otros: los procedentes de la Universidad de Florencia, los del programa de BALAM Agriculture, etc.

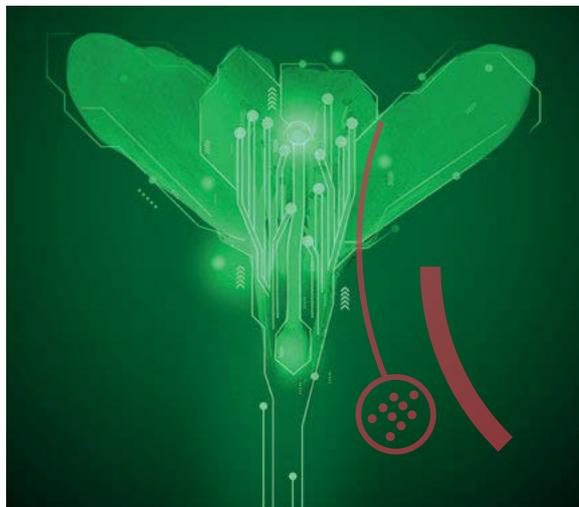
Y las elegidas son...

Cada variedad posee sus propios atributos y, como se ha dicho, la misma variedad se comporta de modo distinto en



EXELGROW®

EXELGROW® ENSEÑA A TU CULTIVO A PRODUCIR



HERRAMIENTA BIOLÓGICA IMPRESCINDIBLE PARA REGULAR LA FLORACIÓN Y ASEGURAR LOS FRUTOS CUAJADOS

EFICAZ Y COMPROBADO CON RESULTADOS VISIBLES

AUMENTA LA CALIDAD Y CANTIDAD DE LA COSECHA DE MANERA SOSTENIDA EN EL TIEMPO

VerdeVivo

Tu Futuro, Nuestro Presente

Es una marca de ADAMA AGRICULTURE ESPAÑA, S.A.

www.verde-vivo.es



- **Lecciana:** variedad de madre arbosana y padre leccino, relativamente vigorosa -puede superar a arbequina- y de temprana recolección, que en condiciones de riego de apoyo, secano, ecológico, climas fríos o suelos frágiles exhibe su mejor versión, destacando frente a otras. De ella se obtiene un AOVE muy redondo, complejo a nivel olfato-gustativo y con polifenoles para asegurar buena estabilidad.
- **Coriana:** de madre arbosana y padre koroneiki, bajo vigor y buena ramificación, se desarrolla muy bien en condiciones de regadío y buen manejo que puedan alimentar su gran capacidad de generar aceite. Destaca por su alto rendimiento graso -que consigue relativamente pronto- y su aceite amargo y picante resulta ideal para *animar* otros aceites de perfiles más planos.
- **I-15:** procedente de iguales parentales que la anterior (arbosana x koroneiki) pero con distinto resultado, es una variedad muy frutada y productiva tanto en regadío como en secano que ofrece unas muy prometedoras producciones. De recolección temprana, su vigor y forma de vegetar facilita las acciones de formación y poda.
- **Sikitita-2:** al igual que su hermana mayor, proviene del cruce de arbequina x picual, exhibiendo similar vigor pero proporcionando un aceite distinto, más estable -debido a su mayor contenido de polifenoles- y obtenido tras una recolección muy temprana, incluso antes que lecciana y sikitita.

En Extremadura, una región muy afortunada por sus suelos y dotación hídrica, ya sea en Vegas Altas, Vegas Bajas, Tierra de Barros, Valle del Alagón o Valle del Tiétar, sus agricultores están habituados a cambiar constantemente de variedades en cultivos como el tomate y la fruta de hueso. Ello, unido al alto nivel técnico que atesoran por la propia exi-



En condiciones de riego de apoyo, secano, ecológico, climas fríos o suelos frágiles, la variedad lecciana ofrece su mejor versión destacando frente a otras.



El seto supone hoy día no más de un 6% de la superficie mundial de olivar, pero ya genera aproximadamente el 30% del AOVE producido en todo el mundo.



Coriana destaca por su bajo vigor y buena ramificación, desarrollándose muy bien en condiciones de regadío y buen manejo que puedan alimentar su gran capacidad de generar aceite.

gencia de estas especies, invita a pensar que esta comunidad puede convertirse en la punta de lanza del gran cambio que ya está llegando.

Una idea que enlaza con la siguiente reflexión final. El seto en el mundo supone hoy día no más de un 6% de la superficie mundial de olivar, pero ya genera aproximadamente el 30% del AOVE. Al ritmo que siguen las plantaciones en

los últimos 10 años, no resulta descabellado pensar que pronto llegará a suponer más del 50% del AOVE producido en el mundo y, por qué no, incluso hasta el 70%. ¿De verdad pensamos que todo ese aceite corresponderá a una única tipología? Parece evidente que se necesitan otros muchos varietales que sean aptos para las máquinas cabalgantes y ofrezcan múltiples perfiles de aceites para satisfacer las exigencias de un mercado acostumbrado a variedades tradicionales como frantoio, coratina, picual, hojiblanca, etc. En definitiva, estamos inmersos en una carrera de fondo que no ha hecho más que empezar... 🍯



NUEVO T4F EL TRACTOR CON SUPERPODERES



DESCUBRE
MÁS DEL
T4FNV AQUÍ



EN CUALQUIER LUGAR Y PARA CUALQUIER TAREA: ESA ES LA DIFERENCIA



SUPER SEGURO

Cabina Blue Cab 4 para una protección completa del operador durante la pulverización y tratamientos.



SUPER CONFORT

Plataforma plana, cabina de 4 pilares, alta visibilidad del parabrisas y eje delantero suspendido.



SUPER PRODUCTIVO

El mejor de su clase, motor FPT Industrial de hasta 120 cv, sistema postratamiento todo debajo del capó y con una fácil instalación de implementos.



SUPER VERSÁTIL

Amplia variedad de transmisiones. Una TDF versátil para el máximo confort y seguridad.



HACER LO IMPOSIBLE ES NUESTRA ESPECIALIDAD

NEW HOLLAND TOP SERVICE 00800 64 111 111⁽¹⁾ ASISTENCIA E INFORMACIÓN 24/7.

⁽¹⁾ La llamada es gratuita desde teléfono fijo. Antes de llamar con tu teléfono móvil, consulta tarifas con tu operador.



www.newholland.es

let's get it done.





La solución para la sequía en el cultivo del olivo: el Dispositivo Infiltrador



El olivar padece problemas de sequía que en el futuro se pueden ver agravados debido al cambio climático. A continuación se presenta una solución basada en la naturaleza (*nature-based solution*) para paliar los efectos de la sequía en el olivar gracias al mejor aprovechamiento del agua de lluvia y de riego, logrando revertir la degradación de los suelos donde se implanta. Además de aportar otros beneficios económicos, sociales y medioambientales, esta solución parte del conocimiento local de los agricultores, habituados a la creación de los clásicos sistemas de pozas para la recogida del agua de escorrentía generada por la lluvia, a los que se incorpora un elemento innovador: el Dispositivo Infiltrador (patente ES2793448A1 de la Universidad de Granada).

Por Raúl Rojano Cruz¹, Jesús Galindo Zaldívar², Francisco José Martínez Moreno³, Francisco Lamas⁴, Lourdes González Castillo², Gabriel Delgado¹, Jesús Párraga¹, Victoriano Ramírez González⁵, Víctor Hugo Durán Zuazo⁶, Belén Cárceles Rodríguez⁶ y Juan Manuel Martín García¹

El agua del olivar -principal factor limitante de este cultivo- atraviesa por graves problemas de disponibilidad. El olivar de secano, el sistema agrícola predominante en Andalucía al ocupar 1.180.887 hectáreas que constituyen el 13% de la superficie autonómica, está haciendo frente a cada vez menos precipitaciones anuales que, además, son espacial y temporalmente muy variables. Para paliar esta falta de agua, el agricultor ha implantado sistemas y métodos de recolección del agua de lluvia tales como las tradicionales pozas, surcos de subsolador, etc. Estos sistemas presentan importantes limitaciones, principalmente por la formación

de costras superficiales deposicionales de nula capacidad de infiltración (Valentin y Bresson, 1992; Mekdaschi-Studer y Liniger, 2013). El olivar de regadío -457.433 ha., el 5% de la superficie de la comunidad autónoma-, del que el 95,9% es riego superficial localizado (riego por goteo), sufre importantes pérdidas de agua por evaporación, llegando a alcanzar en este sistema el 50% del agua aportada (Lucero-Vega et al., 2017).

En sus suelos, los largos períodos de sequía seguidos de eventos de lluvia extrema, junto a la ausencia de vegetación con laderas inclinadas, poco espesor de suelo y el uso de maquinaria pesada que compacta la parte superior, son factores que favorecen la erosión hídrica (Rodri-

go-Comino et al., 2018). Tanto es así que las tasas de erosión del olivar andaluz registran pérdidas de incluso 180 toneladas de suelo por hectárea y año (Vanwallingham et al., 2010) que conllevan graves consecuencias: pérdidas de espesor (masa) de suelo -y de su capacidad para reservar agua-, nutrientes, materia orgánica, etc. Para paliar estas pérdidas, el agricultor necesita añadir fertilizantes e implantar sistemas de riego. Conviene resaltar que en el proceso de erosión hídrica no sólo se elimina material del suelo de las fincas, sino que también se pierde agua. Así, se da la paradoja de que en fincas con sistemas de riego por goteo se está perdiendo agua de lluvia -que es gratis- por escorrentía superficial.

¹ Departamento de Edafología y Química Agrícola, Facultad de Farmacia, Universidad de Granada

² Departamento de Geodinámica, Facultad de Ciencias, Universidad de Granada

³ Departamento de Geodinámica, Estratigrafía y Paleontología, Facultad de Ciencias Geológicas, Universidad Complutense de Madrid

⁴ Departamento de Ingeniería Civil, ETS de Ingeniería de Caminos, Canales y Puertos, Universidad de Granada

⁵ Departamento de Matemática Aplicada, ETS de Ingeniería de Caminos, Canales y Puertos, Universidad de Granada

⁶ Instituto Andaluz de Investigación y Formación Agraria y Pesquera (IFAPA), Centro Camino de Purchil (Granada)



Figura 1. Dispositivo Infiltrador (patente ES2793448A1).

[[Con esta innovadora solución se consigue un manejo eficiente de agua de lluvia y riego en el olivar y en cualquier otro cultivo arbóreo o arbustivo]]

Una solución innovadora: el Dispositivo Infiltrador

Para resolver los problemas anteriormente planteados, la Universidad de Granada ha patentado el Dispositivo Infiltrador (patente ES2793448A1), cuya explotación corresponde a la *spin-off* Hidroinfiltrador (<https://hidroinfiltrador.com/>). Con esta innovadora solución se consigue un manejo eficiente de agua de lluvia y riego en el olivar y en cualquier otro cultivo arbóreo o arbustivo. Con el empleo de este dispositivo conseguimos aprovechar este valioso recurso, ayudando al sector del olivar a adaptarse al cambio climático y permitiendo aumentar de manera sostenible la producción de aceituna (y su rendimiento graso).

Pero, ¿cómo funciona el Dispositivo Infiltrador? El Dispositivo Infiltrador tiene una morfología troncocónica, de 50 cm. de dimensión máxima y 15 cm. de sección transversal en su extremo más grueso (Figura 1). Está compuesto principalmente de carbón activado capaz de retener cinco veces su peso en agua, y posee propiedades filtrantes y rizotrópicas.

En olivar de secano se debe concentrar el agua de escorrentía originada por la lluvia en una poza ubicada aguas arriba del tronco del árbol, que será donde se coloque semienterrado el Dispositivo Infiltrador. La poza recoge el agua de una microcuenca (de entre 50 y 100 m² de superficie) delimitada por dos pequeños canales o hendiduras en el terreno que conducirán el agua (Figura 2). La novedad del invento radica en que, gracias al Dispositivo Infiltrador, conseguimos eludir la costra deposicional impermeable que se forma en el fondo de la poza por las partículas de arcilla que arrastra el agua. Así, será imprescindible que, una vez realizada la instalación del Dispositivo Infiltrador, el suelo de la microcuenca no se distorba con arado u otro apero; siendo recomendable el manejo de ese suelo con herbicidas de contacto y/o con el uso de desbrozadora. Con esto último se busca tener una superficie cubierta de musgo que frene el impacto de la gota de



Trituradoras para la agricultura profesional, para el mantenimiento de espacios verdes y la silvicultura



¡Ven y visítanos! Stand e-39

**SEPPI M.
PENÍNSULA IBÉRICA SL
España y Portugal**

T. +34 981 68 23 68
Móv. +34 609 88 02 05
sales@seppi.com
www.seppi.com





El empleo del Dispositivo Infiltrador permite la recarga de los mantos freáticos, destacando asimismo la espectacular reducción de la erosión hídrica, no apreciándose figuras de erosión laminar ni surcos o cárcavas



Figura 2. Microcuenca de recepción de agua de lluvia de un olivo delimitada por dos canales de conducción de agua hacia la poza donde se encuentra el Dispositivo Infiltrador.



Figura 3. Riego superficial localizado con gotero suministrando agua directamente al Dispositivo Infiltrador.

lluvia -evita la erosión laminar- y facilite la circulación del agua hacia la poza.

En regadío, los goteros del riego superficial localizado se colocan de modo que el agua se infiltra al suelo por el Dispositivo Infiltrador (Figura 3), pasando directamente a las raíces del olivo sin pérdidas por evaporación. También existe la posibilidad de contar con un sistema mixto en el que el Dispositivo Infiltrador está acoplado a un gotero y, a su vez, dentro de una poza ubicada aguas arriba del olivo en el extremo de una microcuenca delimitada por canales de conducción del agua. De este modo se aprovecha tanto el agua de lluvia como la de riego. En todos los casos, el Dispositivo Infiltrador permite además incorporar abonos, tratamientos fitosanitarios, micorrizas, trichodermas, etc., directamente a la raíz del olivo.

Al aprovechar al máximo el agua de lluvia (agua de escorrentía) y la de riego, el olivo dispone de más agua, mejorando en cantidad y calidad las cosechas de aceitunas. Además, el empleo del Dispositivo Infiltrador permite la recarga de los mantos freáticos, ya que el exceso de agua infiltrada (lluvia o riego) que no use el olivo será percolada en profundidad (Figura 4). Otro aspecto a destacar de las fincas donde han sido instalados Dispositivos Infiltradores es la espectacular reducción de la erosión hídrica, no apreciándose figuras de erosión laminar, y en absoluto surcos o cárcavas.

Movimiento del agua en el suelo con el Dispositivo Infiltrador: rutas preferentes

El agua se infiltra en el suelo gracias al Dispositivo Infiltrador y se distribuye a

todo el sistema radical a través de rutas preferentes. La generación de tales rutas se debe a dos circunstancias:

- 1) Las raíces del olivo modifican la estructura del suelo, haciéndola más estable e incrementando la porosidad (Figura 5). De este modo, el sistema de poros asociado a las raíces constituye un "aljibe" capaz de albergar incluso 2.000 litros de agua en un olivo maduro.
- 2) En los días calurosos, y cuando el suelo está seco, las raíces del olivo, en íntimo contacto con éste, se contraen de forma que dejan libre un espacio entre la raíz y la pared del poro. Estos espacios constituyen una red de vías que conectan todas las raíces por donde puede circular rápidamente el agua (Figura 6).

En estas circunstancias, la entrada de agua se produce al conectar el Dispositivo Infiltrador con la zona radical (más porosa y conductora del agua) salvando la barrera física de la superficie del suelo (costras superficiales estructural y deposicional) (Figura 7). El agua viajará por las rutas preferentes hasta impregnar todo el sistema radical, tanto en cultivos arbóreos de secano (agua de lluvia) como de regadío (agua de riego y agua de lluvia) (Figura 8).

Validación de la existencia de las rutas preferentes: experimento de Tomografía Eléctrica de Resistividad (TER)

La entrada de agua al sistema radical a través de las rutas preferentes se



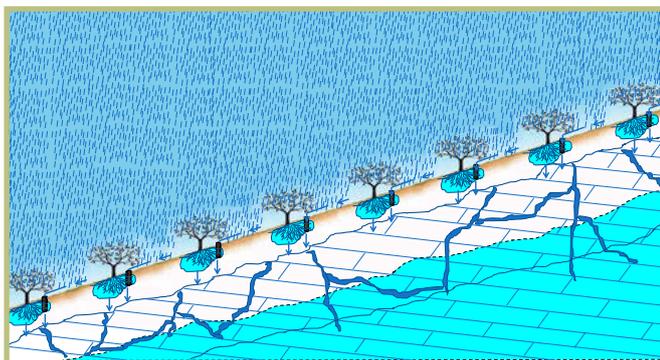


Figura 4. Recarga de los mantos freáticos gracias al Dispositivo Infiltrador. Nótese que el agua sobrante infiltrada, no utilizada por el árbol, hace aumentar el nivel freático (línea discontinua).

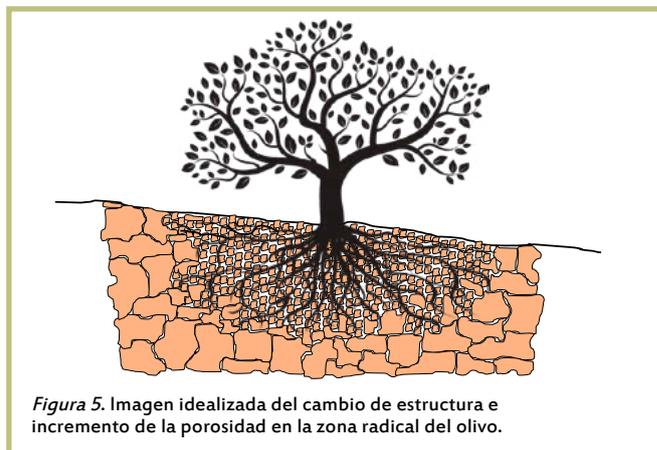


Figura 5. Imagen idealizada del cambio de estructura e incremento de la porosidad en la zona radical del olivo.

ha comprobado con un experimento de campo realizado en una finca experimental de olivar ubicada en Baena (Córdoba) mediante la técnica de Tomografía Eléctrica de Resistividad (TER). En condiciones de máxima sequedad posible del suelo, el 11 de agosto de 2020 se seleccionó un olivo con microfrecuencia y un Dispositivo Infiltrador instalado cinco años atrás para efectuar va-

rios perfiles eléctricos TER. Se procedió a realizar una TER de 8 m. de longitud y 2 m. de profundidad, tomando como centro el Dispositivo Infiltrador y en la dirección de máxima pendiente (Figura 9 superior). A continuación, se infiltraron 600 litros de agua a través del Dispositivo Infiltrador en tan sólo 30 minutos y se procedió a realizar otra TER en la misma posición del anterior (Figura 9 in-

ferior). Cuando el suelo estaba seco (Figura 9 superior), la resistividad del perfil de suelo explorado eléctricamente es mayoritariamente superior a los 80 Ω -m, con algunos puntos aislados donde la resistividad disminuye por debajo de los 30 Ω -m. El perfil eléctrico, después de inyectar a través del Dispositivo Infiltrador 600 litros de agua de riego, es muy diferente (Figura 9 inferior), observán-



Elevada cantidad de aminoácidos libres

Aporte de NPK en forma líquida

Solución integral de fertilización

Alta concentración de fósforo totalmente soluble

FERCRISA
SIMETRIX
Un fertilizante de otra galaxia

Potencia la floración, el cuajado y el engorde de los frutos

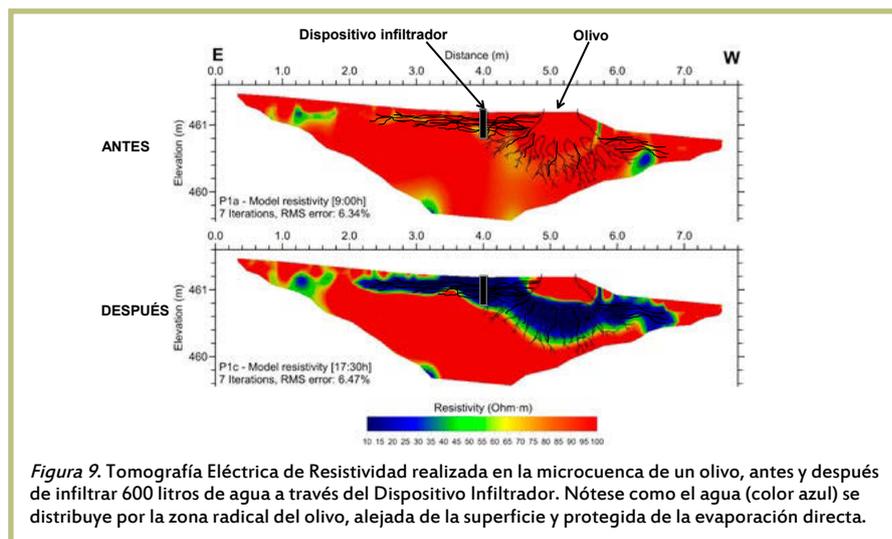
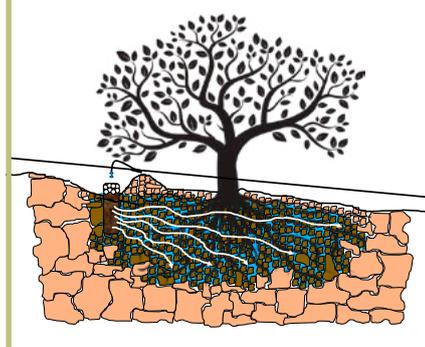
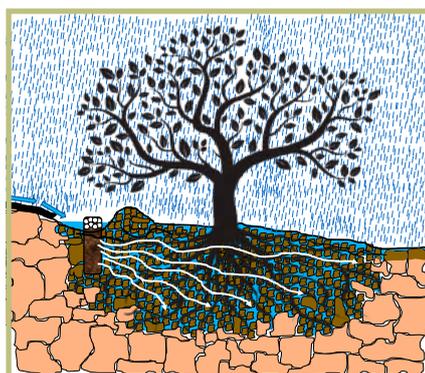
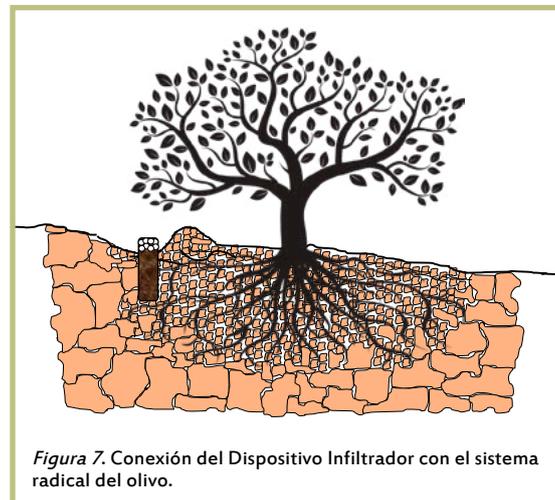
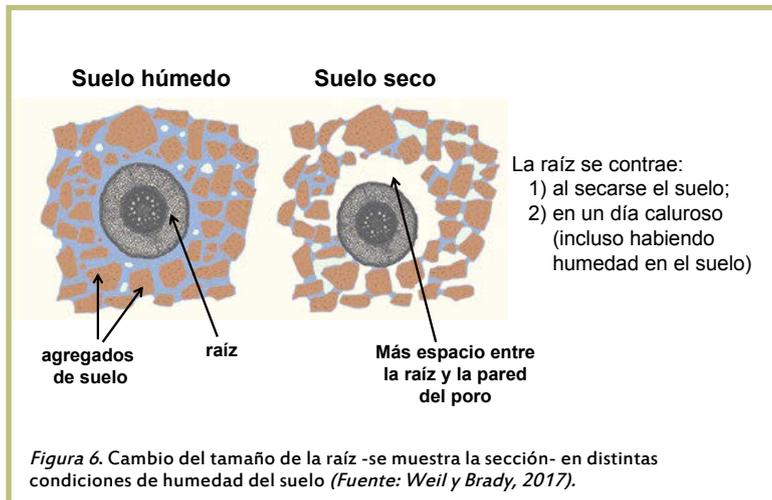
Mezcla sólida de fósforo, potasio y calcio

Nueva fórmula mejorada con nanopartículas de fósforo queladas



FERCRISA
FOS-K





dose una amplia banda con resistividad inferior a los 25 Ω·m que corresponde aproximadamente a la zona radical del olivo. La zona de alta resistividad (>80 Ω·m) que se encuentra en el centro de la anterior banda de baja resistividad corresponde al tronco del árbol.

De acuerdo con la técnica empleada, la menor resistividad se relaciona con altos contenidos de humedad y viceversa. Por tanto, se observa cómo el agua

aportada a través del Dispositivo Infiltrador no ha formado un bulbo alrededor del punto de entrada -como cabría esperar si no hubiese rutas preferentes-, sino que se ha desplazado hacia todo el sistema radical quedando reservada bajo el árbol, a disposición de éste. Otro aspecto positivo es que el agua se almacena en profundidad, alejada de la superficie, evitando su evaporación por las altas temperaturas superficiales del suelo en primavera y verano.

Resultados obtenidos en una finca experimental de olivar de secano

Los ensayos realizados desde 2017 en la finca experimental ubicada en Baena (Córdoba) con olivos de secano (variedad picuda, marco de plantación 8x8 m.), con y sin Dispositivo Infiltrador, de-

mostraron un incremento en la humedad del suelo -con el consiguiente aumento de la cosecha de aceitunas y mejora en la calidad del aceite- en los olivos a los que se les implantó el Dispositivo.

Así, se determinó la humedad del suelo de las pozas a 20 cm. de profundidad en dos condiciones: poza con Dispositivo Infiltrador y poza sin Dispositivo (control). El periodo de muestreo se extendió desde septiembre de 2017 hasta diciembre de 2021. En la *Figura 10* observamos que los valores de humedad del suelo en las pozas a 20 cm. de profundidad siguen un ciclo estacional, descendiendo en los meses de verano y aumentando en los de invierno. La humedad es siempre mayor en el suelo de los olivos con Dispositivo Infiltrador respecto a los de control, acentuándose tales diferencias en los meses de invierno por un efecto



TODOLIVO



I-15^P

Idónea para Olivar en Seto - Elevado rendimiento graso - De alta y constante capacidad productiva - Fácil y económico manejo - Tolerante a enfermedades - Excepcional AOVE



Nunca antes, cosechar temprano fue tan rentable



¿A qué esperas para plantarla?



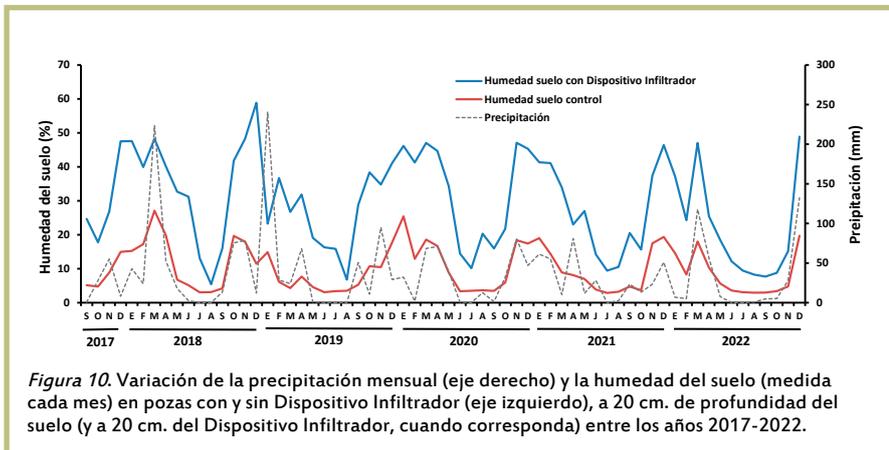


Figura 10. Variación de la precipitación mensual (eje derecho) y la humedad del suelo (medida cada mes) en pozas con y sin Dispositivo Infiltrador (eje izquierdo), a 20 cm. de profundidad del suelo (y a 20 cm. del Dispositivo Infiltrador, cuando corresponda) entre los años 2017-2022.

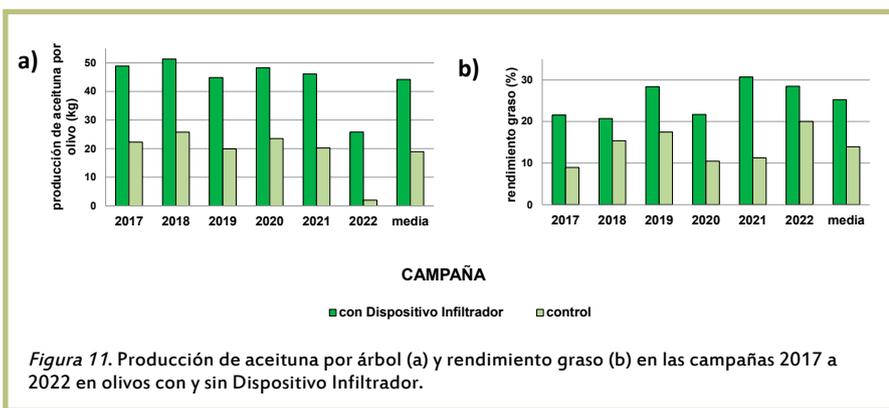


Figura 11. Producción de aceituna por árbol (a) y rendimiento graso (b) en las campañas 2017 a 2022 en olivos con y sin Dispositivo Infiltrador.

acumulativo de agua. Comparando las líneas de humedad con la de precipitación, las muestras control siguen un patrón más parecido que las del Dispositivo Infiltrador. En valores medios (meses de los años 2018 a 2021; n = 48), la humedad del suelo a 20 cm. de profundidad en las pozas con Dispositivo Infiltrador es 3,01 veces mayor que en las pozas control; lo que supone una mayor disponibilidad de agua para los olivos con Dispositivo Infiltrador.

Incrementos en la producción de aceite de oliva

Como consecuencia del incremento en el contenido de agua en el suelo, el olivo dispone de más agua y aumenta la

producción de aceituna y su rendimiento graso. En la finca experimental, en las campañas de 2017 a 2022, estas producciones de aceituna y rendimiento graso han sido variables, aunque siempre se observa una mejora en los olivos con Dispositivo Infiltrador respecto a los de control (Figura 11). En valores medios, la producción de aceituna es un 233% mayor y el rendimiento graso, un 181% mayor. Uniendo ambos valores, los olivos con Dispositivo Infiltrador han producido un 423% más de aceite que los de control.

Consideraciones finales

La implantación de Dispositivos Infiltradores como un nuevo sistema de riego

ofrece una “ganancia triple” en términos de resultados económicos, medioambientales y sociales que queda reflejada en múltiples ventajas. En primer lugar, aprovecha el agua de lluvia (agua de escorrentía), que es gratuita, disponible en la propia finca y de muy buena calidad. Además, optimiza/reduce el uso agrícola de agua en riegos superficiales por goteo y lleva el agua a la profundidad, lejos de la zona de evaporación directa; aumenta la recarga de acuíferos y permite introducir directamente a la raíz abonos -precisándose menores cantidades- o productos fitosanitarios (micorrizas, trichodermas, fungicidas, etc.); reduce la erosión hídrica del suelo y aumenta la producción agrícola, tanto en calidad como en cantidad; fija/secuestra CO₂, luchando contra el calentamiento global; revaloriza las fincas de cultivo y el aceite obtenido, que se produce con una novedosa tecnología; y, por último, fortalece suelos que actualmente son vulnerables a la degradación posibilitando que el cultivo del olivo sea sostenible.

En resumen, el Dispositivo Infiltrador aprovecha y optimiza el agua y constituye una herramienta clave para cimentar una agricultura climáticamente inteligente (*smart climate agriculture*), ya que ayuda al agricultor a adaptarse al cambio climático aprovechando al máximo el agua de lluvia o de riego y logrando riegos más eficientes, con lo que reduce considerablemente la huella hídrica. Asimismo, aumenta de manera sostenible la producción de aceite (mayores cosechas de aceitunas y rendimientos grasos de las mismas) y, por tanto, incrementa los ingresos del agricultor; al tiempo que secuestra CO₂, disminuyendo la emisión de gases de efecto invernadero -esto es, reduce la huella de carbono- por las características del dispositivo y las condiciones de manejo. 🌱

Bibliografía

Lucero-Vega, G., Troyo-Diéguez, E., Murillo-Amador, B., Nieto-Garibay, A., Ruiz-Espinoza, F. H., Beltrán-Morañes, F.A., y Zamora-Salgado, S. (2017). Diseño de un sistema de riego subterráneo para abatir la evaporación en suelo desnudo comparado con dos métodos convencionales. *Agrociencia*, 51(5), 487-505.

Mekdaschi-Studer, R. y Liniger, H. (2013). *Water Harvesting: Guidelines to Good Practice*. IFAD, Rome.

Rodrigo-Comino, J., Taguas, E., Seeger, M., y Ries, J.B. (2018). Quantification of soil and water losses in an extensive olive orchard catchment in Southern Spain. *Journal of Hydrology*, 556, 749-758.

Valentin, C., y Bresson, L.M. (1992). Morphology, genesis and classification of surface crusts in loamy and sandy soils. *Geoderma*, 55 (3-4), 225-245.

Vanwallegghem, T., Laguna, A., Giráldez, J.V., y Jiménez-Hornero, F.J. (2010). Applying a simple methodology to assess historical soil erosion in olive orchards. *Geomorphology*, 114(3), 294-302.

Weil, R.R., y Brady, N.C. (2017). *The nature and properties of soils*. Prentice Hall.





NO ARRIESGUE EN **IMITACIONES,**
COMPRE **CALIDAD**

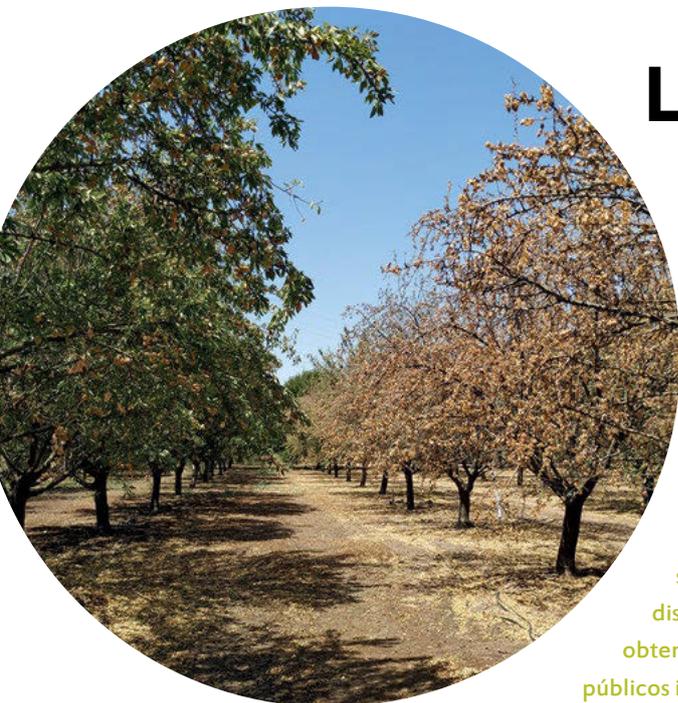


agarín

AGROCOR 



AGROFORESTAL



La amenaza de la sequía sobre las plantaciones de almendro en regadío

Si bien el almendro ha sido considerado tradicionalmente en España como una especie tolerante a la sequía, algunos trabajos recientes apuntan al riesgo que pueden suponer las restricciones severas en las dotaciones de riego en años puntuales sobre la productividad de las nuevas plantaciones. Este trabajo describe los resultados de un experimento en el que se estudiaron los efectos a corto y largo plazo de restricciones en la disponibilidad de agua para riego durante una campaña, con el fin de obtener información valiosa para agricultores, empresas y organismos públicos implicados en la gestión del agua.

Por David Moldero Romero¹ (dmoldero@ias.csic.es)
y Álvaro López Bernal²

La gran mayoría de la superficie de almendro en España está formada por plantaciones caracterizadas por un manejo en secano con bajo uso de insumos y producciones medias inferiores a los 300 kilos de pepita por hectárea. Sin embargo, en la última década están apareciendo nuevas plantaciones intensivas, existiendo en la actualidad más de 140.000 ha. con objetivos productivos por encima de los 2.000 kg/ha, para lo cual es indispensable el riego, además de un estricto control fitosanitario y manejo nutricional.

La mayor parte de estas modernas plantaciones de almendro se encuentran en zonas donde existe un problema crónico de disponibilidad de agua, lo que lleva a muchos agricultores a adoptar estrategias de riego deficitario. Esta situación empeora con las sequías, obligando a los organismos de regulación del agua a imponer recortes

severos en su uso para la agricultura. En el peor de los casos estos recortes pueden ser totales, tal y como ocurrió en el Valle del Guadalquivir durante la sequía de 1991-1995.

Si bien el almendro ha sido considerado tradicionalmente en España como una especie tolerante a la sequía, algunos trabajos recientes realizados en California apuntan al riesgo que pueden suponer las restricciones severas en las dotaciones de riego en años puntuales sobre la productividad de las nuevas plantaciones. Por ello, aún existe gran incertidumbre acerca de la respuesta productiva de estas modernas plantaciones ante situaciones de recorte severo en las dotaciones de riego como las que podrían darse ante sequías persistentes.

El experimento

El experimento (Moldero *et al.*, 2021a) se desarrolló en una plantación experimental de almendro localizada en el

IFAPA Alameda del Obispo (Córdoba) durante tres años (2017-2019). La plantación estaba formada por almendros de la variedad Guara, sobre patrón GF-677, plantado en 2009 en un marco de 6x7 m. Estos árboles fueron regados para cubrir la totalidad de sus necesidades hídricas desde su plantación. En la fecha de inicio del experimento presentaban un porcentaje de cobertura superior al 60%. En el año 2017 se establecieron tres tratamientos de riego diferenciales incluyendo: 1) un tratamiento "control" en el que se aplicó riego suficiente (764 mm.) para satisfacer la evapotranspiración máxima; 2) un tratamiento "deficitario" donde se aplicó un riego del 25% del riego control; y 3) un tratamiento "secano" en el que se suprimió el riego durante toda la campaña. Los dos últimos tratamientos simulan así situaciones de sequía excepcional en las que los organismos reguladores imponen restricciones parciales y totales, respectivamente, a las dotaciones

¹ Departamento de Agronomía, IAS-CSIC, Córdoba

² Departamento de Agronomía, Universidad de Córdoba

Síguenos en:



www.vimarequipos.com

Pol. Escodinas, 3 · 44621 Mazaleón (Teruel) · España
comercial@vimarequipos.com · (+34) 978 89 88 11

VIMAR EQUIPOS



SOLUCIONES INTEGRALES PARA PREPODA DE OLIVO



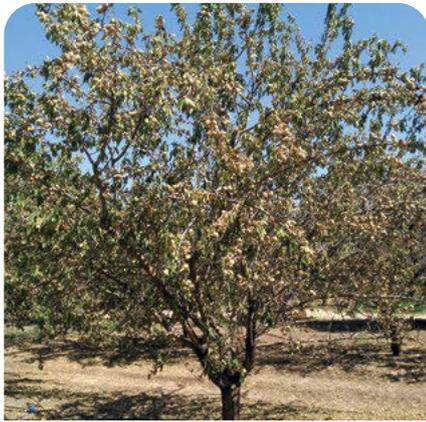
Síguenos en:



www.vimarequipos.com

Pol. Escodinas, 3 · 44621 Mazaleon (Teruel) · España
comercial@vimarequipos.com · (+34) 978 89 88 11

VIMAR
harvest solutions



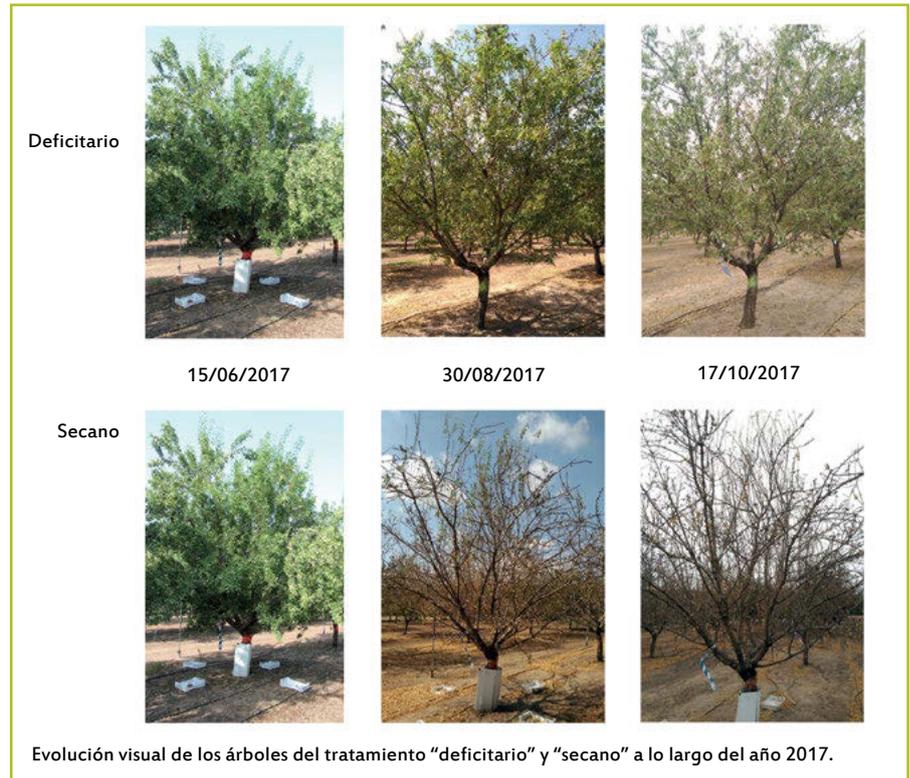
Efectos del estrés hídrico en tratamiento "deficitario".

asignadas para estas plantaciones.

Posteriormente, durante los años 2018 y 2019 se aplicó el riego necesario para satisfacer la evapotranspiración máxima del control en todos los tratamientos. En el transcurso del experimento se monitorizó el estado hídrico de los árboles a través de medidas de potencial hídrico de tallo a medio día, y se evaluó la ocurrencia de defoliación. Los árboles fueron cosechados de forma manual por separado con el fin de obtener la producción (kg/ha de pepita) y sus componentes (número de almendras y peso unitario de las pepitas) en cada uno de los árboles. También se contabilizó el porcentaje de borregos (almendras con capota adherida).

Los resultados

Los dos tratamientos de recorte de riego provocaron un empeoramiento rápido del estado hídrico durante el año 2017, especialmente en el caso del secano. Los recortes en el riego también provocaron defoliaciones prematuras de los árboles, llegando a ser total en el caso del tratamiento "secano". El estrés hídrico produjo reducciones significativas de la producción en relación al control, siendo éstas asociadas a un menor peso unitario de las almendras (*Tabla 1*) debido al impacto del estrés hídrico sobre la fotosíntesis durante el periodo de llenado de grano. Por el contrario, no se observaron diferencias significa-



tivas entre tratamientos en el número de frutos por árbol, lo que indica que el número de almendras fue determinado con anterioridad al desarrollo del estrés hídrico en los tratamientos sometidos a los recortes de riego. Además, se observó una peor calidad de la cosecha debido a un aumento en el porcentaje de borregos en los dos tratamientos con recortes en relación con el control.

Sin embargo, los resultados más relevantes del experimento se encontraron al siguiente año de la imposición de los tratamientos de riego. En la primavera de 2018 se constató que el recorte total de riego en el tratamiento "secano" condujo a una mortalidad del 92% de los árboles experimentales (sólo sobrevivió un individuo). Este resultado contrasta con la presunta reputación del almendro como especie tolerante a la sequía, más aún considerando la alta capacidad de retención de agua del suelo donde se desarrolló el experimento.

Los procesos involucrados en la muerte de árboles por estrés hídrico son

muy complejos, hasta el punto de que aún no están totalmente explicados por la ciencia. En este experimento, varios factores podrían contribuir a explicar la alta tasa de mortalidad observada. Entre ellos, la alta velocidad de entrada en estrés en el tratamiento "secano" pudo limitar el tiempo de aclimatación, dificultando el desarrollo de los mecanismos frente al estrés hídrico de los que dispone el almendro. En este sentido, el tratamiento deficitario, donde el estrés se desarrolló de forma más progresiva, no derivó en la muerte de ningún árbol.

Los datos de producción obtenidos durante 2018 y 2019 evidenciaron los efectos arrastrados del estrés hídrico sobre la producción del almendro. En el caso del tratamiento "secano", el estrés hídrico severo provocó una producción despreciable en 2018 en el único árbol superviviente, aun cuando el suministro de riego se había restaurado a los mismos niveles del tratamiento "control" (*Tabla 1*). En 2019, la producción de este árbol fue de tan

Síguenos en:



www.vimarequipos.com

Pol. Escodinas, 3 · 44621 Mazaleon (Teruel) · España
comercial@vimarequipos.com · (+34) 978 89 88 11

VIMAR
harvest solutions

Producción	Tratamiento	Año		
		2017	2018	2019
Rendimiento grano (kg/ha)	Control	2244 a	2430 a	2318 a
	Deficitario	1493 b	2083 a	2124 a
	Secano	1440 b	*32	*1303
Peso pepita (g/almendra)	Control	1.32 a	1.24 a	1.15 b
	Deficitario	0.88 b	1.18 a	1.29 a
	Secano	0.78 b	*0.76	*1.13
Frutos por árbol (almendras/árbol)	Control	7220	8430 a	8499 a
	Deficitario	7234	7355 a	7020 a
	Secano	7786	*186	*4852
Borregos (%)	Control	0 a	0	1
	Deficitario	74 b	0	1
	Secano	97 c	*0	*0

Tabla 1. Rendimiento en peso seco y componentes del rendimiento (peso unitario de la pepita y número de frutos por árbol) para los tres tratamientos de riego a lo largo del experimento (2017, 2018 y 2019). Los datos para los años 2018 y 2019 en el tratamiento "secano" corresponden al único árbol superviviente. Valores seguidos por una misma letra denotan ausencia de diferencias estadísticas entre tratamientos de acuerdo con el test LSD al 5% de significación.

sólo el 50% con respecto al control (Tabla 1). Los datos indican que estas caídas en la producción estuvieron fundamentalmente asociadas a un menor número de frutos, probablemente como resultado de la muerte prematura de estructuras florales. Por su parte, el tratamiento deficitario también exhibió valores de producción más bajos que el control, si bien en este caso las diferencias no resultaron estadísticamente significativas.



Detalle del desarrollo súbito del estrés hídrico severo en tratamiento "secano".

Las producciones medias (tres años) de cada tratamiento de este experimento se compararon con la respuesta productiva al riego obtenida en otro experimento, en este caso de seis años, realizado en la misma finca (Moldero et al. 2021b). La comparación mostró que la concentración del déficit en una temporada produce una peor producción promedio que la obtenida cuando este mismo déficit se reparte homogéneamente entre varias temporadas. Dicho resultado sugiere que garantizar un suministro mínimo de riego durante los años de restricciones severas puede ser más beneficioso para los agricultores que incrementar su dotación media.

Condiciones de tus parcelas en tiempo real

Consulta las condiciones agrometeorológicas de tus parcelas con sensores y ve un paso por delante gracias a Weenat.

- Optimizar el riego
- Meteorología de precisión y pronóstico 15 días
- Recomendaciones para optimizar tratamientos
- Alertas personalizadas (temperatura, estrés hídrico, lluvia etc.)
- Sensores móviles, geolocalizados y autónomos



Más información en:
WEENAT.COM/ES/



Estrategias de riego ante escenarios de recortes severos por sequía

Nuestros resultados experimentales demuestran que la sostenibilidad de las modernas plantaciones españolas de almendro bajo amplio suministro de agua puede verse amenazada ante recortes puntuales severos en el riego, como desgraciadamente se ha podido comprobar en algunas zonas de la geografía española durante la campaña 2022. La puesta en marcha de este tipo de plantaciones requiere de grandes inversiones, de modo que la imposición de restricciones en situaciones de sequía supone un riesgo real de pérdidas económicas devastadoras para los agricultores. En consecuencia, se antoja necesario que tanto las Conferencias Hidrográficas como la comunidad agrícola comiencen a plantearse planes de contingencia que eviten la pérdida de plantaciones y/o limiten su capacidad productiva durante varios años.

Entre tanto, algunas recomendaciones y consideraciones generales para minimizar los posibles impactos ante un escenario de recorte severo del riego incluyen:

- Eliminación temprana de la cubierta vegetal para evitar pérdidas debidas a su transpiración.
- Retraso del inicio del riego para reducir el crecimiento vegetativo en primavera, lo que reduciría la transpiración de los árboles y permitiría aumentar la disponibilidad de riego en fases posteriores, incluida la post-cosecha.
- Disminución de la fertilización nitrogenada para evitar un excesivo crecimiento vegetativo en primavera que pueda provocar un aumento de las necesidades de evapotranspiración.



Vista de los árboles experimentales justo antes del inicio del experimento, en 2017.

- Reducción de las pérdidas por evaporación concentrando el agua aplicada en un menor número de riegos (disminuir frecuencia de riego).
- La poda severa es otra alternativa presente en el imaginario de los agricultores cuando se ha de enfrentar una situación de escasez hídrica en cultivos permanentes, pero en la práctica su efectividad puede resultar baja. Por un lado, existen abundantes evidencias que demuestran que la poda puede inducir un efecto rebote al promover un mayor crecimiento vegetativo que aumente la transpiración de los árboles. Por otro, las podas severas

pueden resultar en una eliminación de las estructuras florales del árbol comparables a las ocasionadas por estrés hídrico agudo.

Para finalizar, cabe recordar de nuevo que cualquier estrategia que permita un desarrollo progresivo del estrés evitando picos del mismo tiene más visos de minimizar los impactos del recorte en las cantidades de riego. La monitorización de indicadores del estado hídrico puede ser útil en la toma de decisiones cuando esto sea posible. En cualquier caso, las estrategias siempre deben adaptarse a las características propias de la plantación y tener en cuenta las consideraciones anteriores. 💧

Agradecimientos

Este estudio ha sido financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (MCIU) a través del proyecto AGL2015-66141-R y cofinanciado por el MICIU (PCI2019-103621) y con fondos de la Unión Europea (PRAVA.AVA2019.051).

Referencias

- Moldero D., López-Bernal Á., Testi L., et al. (2021a). Almond responses to a single season of severe irrigation water restrictions. *Irrig. Sci.* (2021b). <https://doi.org/10.1007/s00271-021-00750-2>
- Moldero D., López-Bernal Á., Testi L., et al. (2021b). Long-term almond yield response to deficit irrigation. *Irrig. Sci.* 39:409–420. <https://doi.org/10.1007/s00271-021-00720-8>

Síguenos en:



www.vimarequipos.com

Pol. Escodinas, 3 · 44621 Mazaleon (Teruel) · España
comercial@vimarequipos.com · (+34) 978 89 88 11



SC904R

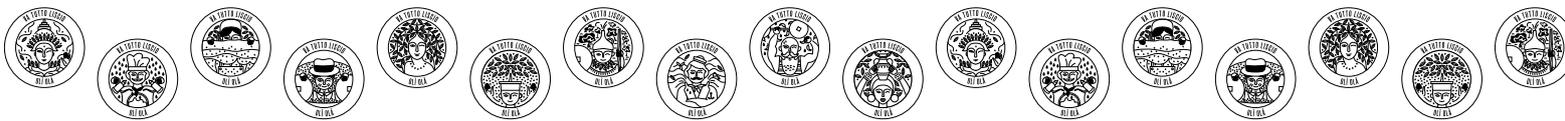
*El vareador
más ligero
del mercado*

*Descubre nuestra gama de máquinas
para agricultura y jardinería*



*Potencia y rendimiento sin
compromiso*
www.cifarelli.es





OLÌ OLÀ, saboreando el auténtico alma de Puglia



Il frantoio
Oliolà
del gusto

Reinterpretar la clásica *bruschetta* italiana en clave gourmet. Es el objetivo y el reto- con el que nació en 2010 OLÌ OLÀ, la *bruschetteria* de Di Molfetta Pantaleo en el corazón de Puglia, una propuesta que fusiona tradición y modernidad combinando de forma sencilla y deliciosa los dos grandes iconos gastronómicos de la región, el pan y el aceite de oliva virgen extra. Bienvenidos al *frantoio* del gusto.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

La historia de Di Molfetta Frantoiani comenzó en Trani, en el corazón de Puglia, en 1950. Desde entonces, tres generaciones de la familia Di Molfetta se han dedicado con pasión al fascinante arte de elaborar de modo artesanal aceite de oliva virgen extra -el auténtico alma de esta región italiana- conjugando el respeto por la tradición y la tecnología más innovadora, desde el amor por la tierra y la cotidianidad que guía todo su trabajo. Sus 30 hectáreas de olivar tradicional comprenden tres cultivares diferentes -coratina, ogliarola y peranzana- de los que se obtienen excepcionales AOVES -*Intenso, Delicato* y *BIO*- que representan la síntesis de la identidad *pugliese*.

Junto al centro de visitas y degustación, la empresa abrió en 2010 una *bruschetteria* -esto es, un restaurante especializado en *bruschetta*- dentro de la



almazara que rinde homenaje a las tradiciones de Puglia mediante sencillos y deliciosos maridajes con el AOVE como elemento central. La idea de fondo es tan simple como atrevida: unir los dos grandes iconos gastronómicos de la región, el aceite de oliva virgen extra y el pan,

para “saborear el verdadero alma de Puglia”, tal y como afirma la familia Di Molfetta. Así nació OLÌ OLÀ, una moderna *bruschetteria* gourmet que combina productos locales de gran calidad especialmente seleccionados y que desde 2014 también funciona como franquicia.



Los panes llegan frescos y listos para transformarse en algo excepcional gracias a su combinación con los diferentes AOVEs *Di Molfetta Frantoiani* provenientes de los olivares familiares

Fusión de tradición y modernidad

Reinterpretar la clásica *bruschetta* -o lo que es lo mismo, el ancestral *pane e olio*- en clave gourmet puede resultar difícil, pero con los excepcionales produc-

“La gente dice que las recetas más simples son las más difíciles de hacer bien, y nada es más cierto cuando se habla de *bruschetta*”, afirma Lucia Di Molfetta, directora de Marketing y Ventas de la compañía. En este caso, la calidad del pan es fundamental. Es por ello que en OLÌ OLÀ sólo emplean pan de Puglia elaborado con harina de trigo duro de alta calidad y masa madre

cultivada durante generaciones, procedente de una pequeña panadería artesanal de la provincia de Bari que sigue utilizando técnicas y métodos de trabajo tradicionales. Los panes llegan frescos y listos para transformarse en algo excepcional gracias a su combinación con los diferentes AOVEs *Di Molfetta Frantoiani* provenientes de sus propios olivares.



MIRANDA OLIVE OIL BROKERS

www.mirandaoliveoilbrokers.com

**Broker Internacional
de Aceite de Oliva
International
Olive Oil Broker**

Avda. Juan Sebastián Elcano 201
29017 Málaga, España
Tel. +34 690 279 733 / +34 722 140 806
compras@mirandaoliveoilbrokers.com



Reinterpretar la clásica *bruschetta* en clave *gourmet* puede resultar difícil, pero con los excepcionales productos de la despensa *pugliese* la creatividad irrumpe de forma natural y casi obligada

tos de la despensa *pugliese* la creatividad irrumpe de forma natural y casi obligada. La carta de OLÌ OLÀ ofrece 30 variedades de *bruschetta*, desde las más clásicas hasta las más innovadoras, acompañadas también de creaciones de temporada. Y es que esta moderna *bruschetteria* representa la síntesis perfecta de ingredientes típicos y sabores auténticos casi olvidados que durante generaciones han caracterizado a este mágico territorio: tomate *fiaschetto* de Torre Guaceto, *capocollo* de Martina Franca, *ricotta* fresca y aceite de oliva virgen extra con DOP. Nada más simple y excepcional al mismo tiempo.

Pero OLÌ OLÀ es mucho más que una *bruschetteria*. Su propuesta es rica en ensaladas de temporada, platos de



Lucia Di Molfetta junto a su padre Pantaleo y su hermano Girolamo.

pasta, platos principales y postres, todos elaborados con ingredientes de kilómetro cero cuidadosamente seleccionados de proveedores locales que reflejan la biodiversidad de la zona. A su llegada, el cliente es recibido con tostadas calientes y aceite de oliva virgen extra, pudiendo maridar su aperitivo, el primer y segundo plato -pescados, carnes o verduras- o la típica *bruschetta* con diferentes AOVE. Además, durante la época de recolección de la aceituna, el comensal puede observar mientras come o cena todas las etapas del proceso de elaboración y degustar el aceite recién prensado en su propio plato. Todo un lujo.

¿Y qué decir de la cerveza de hoja de olivo, con dos tipos diferentes?

OLÌ es una cerveza lager de sabor ligero y fragante, con hojas de olivo, bergamota y pimienta rosa; OLÀ, por su parte, es una cerveza roja con cuerpo y amarga, con hojas de olivo y romero.

Un espacio cultural y de reflexión

En Di Molfetta Pantaleo siempre han concebido la almazara y la *bruschetteria* como un espacio cultural enfocado al virgen extra donde reflexionar, en sinergia con el territorio, acerca de cómo construir el futuro.

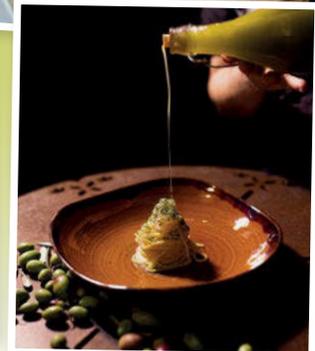
Por ello aquí se cuida con mimo la relación con los oleoturistas interesados en descubrir el mundo del aceite de oliva, coordinando visitas a la almazara y organizando talleres didácticos para niños con el objetivo de acercarlos al zumo de aceituna desde edades tempranas, convirtiéndoles en los primeros difusores de sus bondades. El amplio programa de actividades se completa con cursos técnicos de poda y cata de AOVE, eventos relacionados con la nutrición o la sostenibilidad y otras de carácter lúdico como representaciones teatrales, conciertos o cuentacuentos infantiles.





En la almazara e instalaciones de Di Molfetta Pantaleo se celebran cursos de cata y eventos sobre nutrición (en la imagen) y sostenibilidad.

Y es que, como señala Lucia Di Molfetta, se trata de “transformar un lugar mágico donde las prensas o molinos de piedra, ahora en reposo, pueden ser el escenario encantado del conocimiento, la cultura y el crecimiento de niños y adultos”. 🍋



Bruschetta Puglia Mia, bruschetta caprese y linguini al limone con tartare di gambero.



IDROMECCANICA RAMTEC siempre utiliza solo juntas en goma alimentaria de larga duración para toda la gama de bombas de pistón **IRP**. La nueva serie **XL2** de las bombas de pistón permite un mínimo mantenimiento para reducir el tiempo de parada de instalación.

XL2 = doble efecto para grandes capacidades hasta **400q/h** con solo **7,5KW**.



G.O. Subalma: estrategias sostenibles para el sector del olivar

G. O. Subalma es un grupo operativo supra-autonómico que trabaja en aras de la mejora de la productividad y sostenibilidad de los sistemas de Riego por Goteo subterráneo (RGS) que aprovechan el residuo de almazaras como fertilizante mediante el uso de nanoburbujas. El proyecto, que mejora las técnicas actuales de aplicación de economía circular, se focaliza en favorecer estrategias que apuestan por modelos eficientes en el uso de recursos para conseguir una agricultura más resistente al cambio climático.



Plataforma Experimental G.O. Subalma, Jaén.

Por Beatriz Masdemont Hernández¹, José Ramón Gómez Puig², Teresa Munuera Pérez³ y José María Buitrago López⁴

En la actualidad, la economía circular se postula como un estándar de referencia para implantar un modelo sostenible para el sector agrícola a nivel ambiental, social y económico. Ello es posible gracias a que la economía circular promueve la producción de recursos renovables cuyos subproductos pueden ser considerados como nuevos recursos con valor añadido. Importantes retos como la disponibilidad de agua, la producción sostenible de alimentos o la mitigación de los efectos del cambio climático pueden afrontarse en el marco de este tipo de estrategias.

G.O. Subalma trabaja en el sector del olivar en este sentido. Con este proyecto innovador se pretende promover el aprovechamiento de los subproductos líquidos derivados de la producción del aceite de oliva a través del diseño de alternativas de negocio que incrementen la competitividad del sector, la tecnificación de los regadíos y el incremento de la eficiencia en el uso de los recursos. Del mismo modo, la transferencia de conocimiento al sector resulta un objetivo fundamental dado que transmitir los

Una alternativa innovadora es el aprovechamiento directo del alpechín a través de sistemas de riego localizado

resultados del proyecto a los productores es el único medio para facilitar su implantación real.

Circularidad aplicada al sector del olivar

La producción y elaboración de aceite de oliva genera una gran variedad y cantidad de residuos y subproductos que deben ser gestionados adecuadamente en cumplimiento de la legislación vigente asegurando la protección y conservación del medio ambiente. Aunque, a la par, es posible considerar alternativas que generen nuevas oportunidades de negocio a los olivares al amparo del paradigma de la bioeconomía; siendo esta la senda para optimizar el uso de los recursos, las materias y los

productos disponibles manteniendo su valor en el conjunto de la economía durante el mayor tiempo posible y, en definitiva, minimizar la generación final de residuos. En este sentido, muchos de los hasta ahora mal llamados residuos se convierten en subproductos o nuevas materias primas transformando problemas en oportunidades.

Uno de los subproductos derivados de la producción de aceite de oliva en las almazaras es el agua residual procedente del lavado de la aceituna, donde se puede incluir también el agua del lavado de patios y máquinas. Estas aguas residuales deben ser gestionadas de manera adecuada bajo premisas de legalidad, sostenibilidad y rentabilidad. Para ello, en la actualidad existen diversas alternativas como la digestión anaerobia o la evaporación; procesos que son costosos o requieren fuertes inversiones pero que, sin embargo, resultan necesarios dado que la gestión de este efluente es ineludible, no sólo a nivel normativo, sino también como consecuencia del volumen generado en un breve espacio de tiempo y del limitado espacio

¹ Ingeniera química y coordinadora de proyectos de I+D+i en Sistema AZUD, S.A.

² Ingeniero técnico agrícola y técnico en ASAJA Jaén

³ Ingeniera agrónoma y coordinadora de proyectos de I+D+i en Sistema AZUD, S.A.

⁴ Ingeniero técnico agrícola y director técnico de Sistema AZUD, S.A.



disponible en las almazaras para su almacenamiento.

Por ello, una alternativa innovadora es el aprovechamiento directo de este subproducto a través de sistemas de riego localizado. La naturaleza orgánica y variable de este fluido, conocido usualmente como alpechín, convierte a esta alternativa de valorización en un desafío que ha podido ser estudiado y evaluado a lo largo del proyecto G.O. Subalma, evidenciando que se trata de una opción eficaz y ventajosa siempre y cuando se emplee la tecnología adecuada.

El riego de precisión como herramienta para la reutilización

G.O. Subalma es un grupo operativo supra-autonómico integrado por la SCA San Isidro Labrador de Canena y ASAJA Jaén representando la visión de agricultores y productores; la Diputación Provincial de Jaén, estableciendo los criterios e intereses de la propia Administración; CEBAS-CSIC, organismo de investigación nacional capaz de avalar los resultados del proyecto; la consultora Evergrant, facilitando la implantación de la tecnología mediante modelos de negocio viables; y, como líder del grupo, la compañía AZUD, fabricante de la tecnología desarrollada.

El grupo trabaja para la mejora de la productividad y sostenibilidad de sistemas de Riego por Goteo Subterráneo (RGS) que aprovechan el residuo de almazaras como fertilizante, por lo que durante su desarrollo ha centrado sus esfuerzos en analizar la viabilidad técnica

En el marco del proyecto G. O. Subalma se han desarrollado técnicas y herramientas para que el agricultor alcance sus objetivos bajo las premisas de sostenibilidad y minimización de costes asociados a la actividad productiva

nica de esta alternativa con el riego de precisión de alta eficiencia.

Para ello se ha desplegado, como uno de los ejes conductores del proyecto, una Plataforma Experimental en una finca productiva de olivar en la provincia de Jaén. En ella se han aplicado los principios de la economía circular combinada

EL ÚNICO GOTERO QUE DURA TANTO COMO TU CULTIVO

UNIRAM®



PRECISIÓN · DURACIÓN · EFICIENCIA

Se ha fomentado la creación de nuevas líneas de negocio enmarcadas en modelos basados en la economía circular

con el RGS para incrementar la eficiencia en el uso de los recursos y alcanzar el mayor impacto posible a nivel radicular. Esta alternativa de gestión requiere la implantación de determinados sistemas que preparan el subproducto y permiten su inyección precisa garantizando la plena autonomía y la máxima eficiencia de la Plataforma Experimental.

La primera etapa consiste en una filtración en profundidad mediante un sistema automático basado en discos, *AZUD Helix Automatic AA*. Este equipo garantiza una protección eficaz de la tubería emisora gracias a su capacidad para retener toda la materia en suspensión procedente del agua, del alpechín y de cualquier otro tipo de fertilizante empleado, incluso aquellos de tipo orgánico. Asimismo, garantiza un elevado nivel de autonomía gracias al uso de un sistema de limpieza automático apoyado por aire comprimido. Este tipo de limpieza, más enérgica, incrementa su efectividad frente a aguas complejas logrando la recuperación total del medio filtrante en cada proceso de limpieza, lo que se traduce en una menor frecuencia de ésta y una menor inversión en recursos para mantenimiento.

A continuación, se emplea el sistema de gestión autónoma del riego *AZUD QGROW* con el que, a través de la técnica de la fertirrigación, se inyecta el subproducto y cualquier otra sustancia nutritiva de manera independiente y en la cantidad exacta establecida previamente por el agricultor en la receta de abonado. Este sistema admite el registro de datos y la conexión a distancia, lo que, unido a la sensorización de distintos parámetros tanto en el cabezal de riego como en la propia parcela, permite disponer de información rigurosa en tiempo real para la toma de decisiones basada en datos y la actuación remota e inmediata. En definitiva, el productor



Cabezal de riego en la Plataforma Experimental de Jaén.



Sistema automático de filtrado *AZUD Helix Automatic AA*.



Sistema de gestión autónoma del riego *AZUD QGROW*.

puede establecer y alcanzar sus objetivos productivos disponiendo en todo momento de información fiable y una rápida capacidad de actuación.

La mezcla resultante de la inyección de alpechín y el resto de los fertilizantes que se han precisado en las distintas etapas de la campaña accede al sistema de riego localizado y se aplica de manera uniforme y controlada en todo el olivar. De esta manera se aprovecha el 100% del potencial productivo del cultivo garantizando que la solución nutritiva queda al alcance de la raíz en todo momento, es decir, en el punto de máximo aprovechamiento -algo que ha tenido importantes consecuencias en el rendimiento final del fruto en la dura campaña hídrica 2022/23-. Implantar un sistema de Riego por Goteo Subterráneo (RGS), además de mejorar el aprovechamiento del agua, aporta beneficios como evitar la humedad en superficie, suprimir los elementos aéreos que interfieren en las labores o reducir los



Emisor para RGS *AZUD PREMIER*.

costes asociados a la práctica de riego. En el caso de la Plataforma Experimental de Jaén, el uso de emisores *AZUD PREMIER*, compatibles con aguas de mala y muy mala calidad, ha permitido que la aplicación del alpechín -considerado como un tipo de nutrición orgánica- a través del RGS se haya revelado verdaderamente como una estrategia de éxito para el aprovechamiento de subproductos.



La jornada final de presentación de resultados del proyecto G.O. Subalma (a la dcha., foto de grupo de los participantes) tuvo lugar el pasado 23 de febrero en el Antiguo Hospital San Juan de Dios, sede de la Diputación Provincial de Jaén.

Resultados del aprovechamiento del subproducto de almazara con RGS

A nivel técnico, los resultados más destacables han sido los siguientes:

- La generación de nuevas alternativas que permiten al sector del olivar incrementar su competitividad y dar más valor al negocio. La sostenibilidad es una práctica beneficiosa que además es altamente valorada por el consumidor final.
- El desarrollo de herramientas que permiten al agricultor producir más cantidad y de forma más económica y sostenible, postulando al RGS como una de las claves que permiten el aprovechamiento directo del subproducto líquido de almazaras, ya que es capaz de provocar mejoras sustanciales en el patrón de distribución del agua aumentando el volumen útil de suelo disponible. Cuantitativamente, esto se ha traducido en un mayor aprovechamiento del agua y los nutrientes por parte del cultivo, incrementando en un 4% el rendimiento graso del fruto en la campaña en estudio.
- La demostración de que la economía circular es posible, con soluciones al alcance del productor que pueden adaptarse de manera sencilla para garantizar su eficiencia y rentabilidad.

En definitiva, en el marco del proyecto G. O. Subalma se han desarrollado técnicas y herramientas para que el agricultor alcance sus objetivos bajo las premisas de sostenibilidad y minimización de costes asociados a la actividad productiva. A su vez, se ha fomentado la creación de nuevas líneas de negocio enmarcadas en modelos basados en la economía circular; al tiempo que se ha puesto el foco en conseguir el mayor impacto en la difusión de resultados al sector con el objetivo de que la solución desarrollada sea una realidad que pueda ser ampliamente implantada. 💧

www.subalma.com

Agradecimientos

El proyecto G.O. Subalma "Mejora de la productividad y sostenibilidad de sistemas de riego por goteo subterráneo que aprovechan el residuo de almazaras como fertilizante mediante el uso de nanoburbujas", con número de expediente 000000226e2000044888, está financiado por la Unión Europea a través de los fondos FEADER (80%) y cofinanciado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (20%). El montante total de la ayuda asciende a 564.758,11 euros. La autoridad de gestión encargada de la aplicación de la ayuda FEADER y nacional es la Dirección General de Desarrollo Rural, Innovación y Formación Agroalimentaria (DGDRIFA).



SACMI

ENDLESS INNOVATION SINCE 1919

¿TE PREOCUPA LA NUEVA NORMATIVA DE ENVASES Y RESIDUOS DE ENVASES?

NUEVO WEBINAR PARA EL SECTOR DEL ACEITE DE OLIVA

Resolveremos tus dudas sobre el impuesto al plástico y la nueva normativa de gestión de residuos de envases con los mejores expertos.

RD 1055/2022



Atento a nuestra web para más info

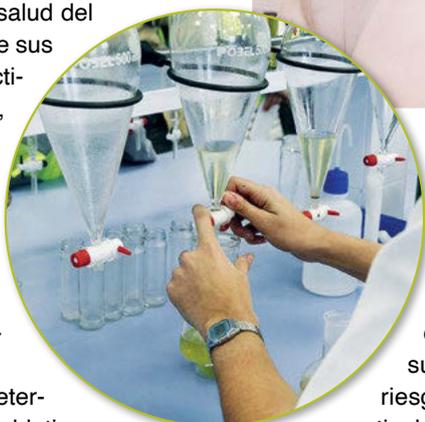
Evento organizado por SACMI Ibérica

Estudio de las propiedades en salud del aceite de orujo de oliva



A continuación se exponen los proyectos de investigación desarrollados por el Grupo de Metabolismo y Bioactividad de Fitoquímicos (BIOCELL) del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) en el Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos y Nutrición (ICTAN) entre 2017 y 2021, que muestran cómo el consumo regular de aceite de orujo de oliva puede tener efectos positivos en la salud cardiovascular y en patologías asociadas como la diabetes y la obesidad.

El aceite de orujo de oliva (AOO) es una grasa rica en ácido oleico que presenta una notable cantidad de componentes minoritarios bioactivos. Aunque resulta un aceite nutricionalmente muy interesante, es poco consumido frente a otros aceites de oliva o de semillas. Antes de iniciar los proyectos aquí resumidos, sólo existían algunos estudios *in vitro* y preclínicos en modelos animales para conocer las propiedades en salud del AOO y de algunos de sus compuestos bioactivos. Sin embargo, se desconocía el potencial efecto en salud derivado del consumo del AOO, no habiéndose desarrollado ningún ensayo clínico en humanos.



Esta situación determinó el principal objetivo de los proyectos desarrollados por investigadoras del Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos y Nutrición (ICTAN-CSIC) y financiados por la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva (ORIVA): conocer los potenciales efectos en salud derivados del consumo del AOO en la dieta.

Para ello, en el marco de estos proyectos se llevaron a cabo dos estudios de intervención en humanos para evaluar los efectos en salud del consumo prolongado de AOO en com-



Laura Bravo Clemente, profesora de investigación, y Raquel Mateos Briz, científica titular del ICTAN-CSIC.

paración con el aceite de girasol alto oleico (AGAO) (primer estudio) y el aceite de girasol (AG) (segundo estudio) tanto en sujetos sanos como con riesgo cardiovascular. En particular, se evaluó el potencial efecto cardioprotector del consumo de AOO y su acción frente a otras patologías cardiometabólicas como diabetes y obesidad, así como frente a estados inflamatorios y oxidativos. Los dos ensayos clínicos tuvieron un diseño experimental robusto y de alta fiabilidad -se trató de ensayos controlados, aleatorios, ciegos y cruzados-, e involucraron a un total de 65 adultos normocolesterolémicos (representantes de consumidores sanos) y 67 moderadamente hipercolesterolémicos

(sujetos en riesgo de padecer enfermedad cardiovascular).

Cada estudio tuvo una duración de 14 semanas, con dos fases de intervención de cuatro semanas (AOO frente a AGAO o AG), cada una de ellas precedida por un período basal y por una etapa de lavado, ambas de tres semanas de duración. Sobre las muestras obtenidas se analizaron un amplio rango de parámetros clínicos, bioquímicos, hormonales, nutricionales, etc.

Los resultados mostraron que el consumo regular de AOO reducía significativamente los niveles de colesterol total ($p=0,017$), colesterol LDL ($p=0,018$) y el perímetro de la cintura ($p=0,026$). Además, en el grupo sano, los niveles de un marcador de peroxidación lipídica, malondialdehído, disminuían significativamente ($p=0,004$) tras la ingesta de AOO en comparación



Estos resultados ponen de manifiesto las propiedades beneficiosas en salud del aceite de orujo de oliva, desconocidas hasta ahora y que avalan su consumo

el índice de sensibilidad a la insulina QUICKI ($p=0,049$) tras el consumo de AOO. Los marcadores de inflamación analizados no mostraron variaciones significativas por efecto del aceite. Por último, la hormona anorexigénica leptina ($p=0,005$) experimentó una ligera tendencia al alza tras la ingesta de AOO en el grupo hipercolesterolémico.

De manera general estos resultados sugirieron que la ingesta de AOO podía mejorar biomarcadores de riesgo cardiometabólico, especialmente al re-

con el AGAO. Por el contrario, tras la intervención dietética con el AG y el AOO se pudo apreciar un aumento significativo de la apolipoproteína (Apo) B ($p < 0,001$) y la relación Apo B/Apo A ($p < 0,001$) como marcadores de riesgo cardiovascular, siendo esta subida me-

nos acusada tras la ingesta de AOO. Adicionalmente, se observó una menor resistencia a la insulina en el grupo de sujetos sanos, disminuyendo los valores de insulina ($p=0,004$) y del índice de resistencia a insulina HOMA-IR ($p=0,015$), así como un aumento en



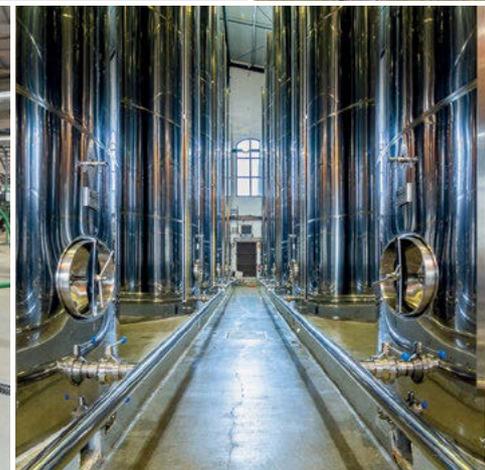
El objetivo del grupo es la búsqueda continua de la excelencia, desde el campo a la almazara. Nuestro equipo humano trabaja con dedicación para que la aceituna llegue a nuestros clientes transformada en un aceite de la máxima calidad.

MOLINO DEL GENIL y LAGAR DO SOBRADO cuentan con las más modernas instalaciones, llegando a procesar entre las dos almazaras **200 millones de kg de aceituna por campaña**. Disponen además de una capacidad de almacenamiento de 30 millones de kg de aceite.

Para controlar la calidad, el grupo cuenta con un **laboratorio autorizado** que ofrece al agricultor y al envasador la información requerida para optimizar el producto. En la actualidad está dotado con la tecnología adecuada para realizar las analíticas específicas de calidad, físico-químicas y residuos (CG y HPLC-MS), tanto en aceituna como en aceite.



LAGAR DO SOBRADO



MOLINO DEL GENIL



El aceite de orujo de oliva, una opción saludable pero poco conocida



Tras más de cuatro años de investigación, los resultados de los dos estudios englobados bajo el epígrafe *“Evaluación del efecto en salud del aceite de orujo de oliva frente al aceite de girasol y girasol alto oleico en consumidores sanos y en población de riesgo”*

se dieron a conocer a los medios de comunicación en una rueda de prensa celebrada en la Residencia de Estudiantes de Madrid el pasado 19 de enero de 2023. Al acto, organizado por ORIVA, la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva -promotora de los estudios-, asistieron las doctoras Laura Bravo Clemente, profesora de investigación, y Raquel Mateos Briz, científica titular del ICTAN-CSIC; Ana Castro Morera, vicepresidenta adjunta de Transferencia del Conocimiento del CSIC; y José Luis Maestro Sánchez-Cano, presidente de ORIVA.

“Cuando comenzamos este proyecto, sólo se habían llevado a cabo estudios *in vitro* o preclínicos en animales de experimentación con algunos componentes del aceite de orujo de oliva. Sin embargo, no se conocía el efecto del consumo regular de este aceite en personas. Por ello, nos propusimos evaluar el impacto de su consumo diario en la salud cardiovascular y en dos patologías asociadas como son la diabetes y la obesidad, tanto en consumidores sanos como en personas con riesgo cardiovascular”, afirmó Laura Bravo Clemente.

Con este objetivo, se llevaron a cabo dos estudios clínicos de intervención aleatorizados, controlados, cruzados y ciegos en 132 voluntarios. Según explicó Raquel Mateos Briz, “distribuimos aleatoriamente a los participantes en dos grupos para consumir el aceite de orujo de oliva o el aceite control -aceite de girasol y aceite de girasol alto oleico, de amplio uso en nuestro país- durante cuatro semanas. Transcurrido este plazo, y tras una fase de lavado, se cruzaron los participantes para consumir el otro aceite durante el mismo periodo de tiempo. Los estudios eran ciegos, por lo que los voluntarios desconocían el aceite que nosotros les proporcionábamos en cada etapa y que consumían a razón de 45 gramos al día; al tiempo que tenían restringido el consumo de otras fuentes dietéticas grasas”.

Los resultados obtenidos han mostrado los efectos positivos de un consumo regular de aceite de orujo de oliva frente a enfermedad

cardiovascular, disminuyendo los niveles de colesterol total, colesterol LDL o malo y la oxidación lipídica (efecto antioxidante). Además, se produjo una reducción del perímetro de cintura y mejoraron biomarcadores relacionados con la resistencia y sensibilidad a la insulina, una cuestión de importancia dada la asociación de la obesidad y la diabetes tipo 2 con un mayor riesgo cardiometabólico. En el caso de la diabetes mellitus tipo 2, los resultados del estudio han evidenciado un descenso en los niveles de insulina y en el índice de resistencia a la insulina (HOMA-IR), asociados a un mayor riesgo de desarrollar esta

enfermedad, mejorando en cambio la sensibilidad tisular a insulina, lo que podría implicar un menor riesgo de padecer diabetes.

Cabe destacar que el presente estudio se enmarca en la labor de investigación promovida por la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva en colaboración con el CSIC en aras de llenar el vacío bibliográfico existente sobre este aceite proveniente del olivar. Como resultado, desde 2015 se han promovido un total de ocho proyectos de investigación.



De izqda. a dcha., Alicia Vives Gutiérrez, directora general de ORIVA; Laura Bravo Clemente, profesora de investigación del ICTAN-CSIC; José Luis Maestro Sánchez-Cano, presidente de ORIVA; Ana Castro Morera, vicepresidenta adjunta de Transferencia del Conocimiento del CSIC; y Raquel Mateos Briz, científica titular del ICTAN-CSIC.

ducir los parámetros relacionados con el colesterol, el perímetro de la cintura y la oxidación lipídica en sujetos sanos e hipercolesterolémicos. Además, la modulación positiva en el grupo normocolesterolémico de biomarcadores e índices que evaluaban la resistencia y sensibilidad a la insulina, sugerían que el consumo de AOO podía conducir a un menor riesgo de padecer diabetes tipo 2

en consumidores sanos. Por tanto, en su conjunto estos resultados ponen de manifiesto las propiedades beneficiosas en salud del aceite de orujo de oliva, desconocidas hasta ahora y que avalan el consumo de este aceite saludable.

Dichos resultados han sido objeto de varios artículos de acceso abierto publicados en revistas de alto impacto internacional en su área de conocimiento

(*European Journal of Nutrition, Nutrients y Foods*), al tiempo que este trabajo que engloba los estudios de intervención en humanos con el AOO constituye el objeto de la tesis doctoral de la licenciada Susana González Rámila, realizada en el marco de un contrato financiado por ORIVA y titulada *“Evaluación del efecto en salud del aceite de orujo de oliva en consumidores sanos y en población de riesgo”*. 🍯



STIHL

NUEVO

EL VAREADOR QUE ESTABAS ESPERANDO. CON BATERÍA.

FIABLE Y EFICAZ. EL NUEVO VAREADOR SPA 130.

Recoge el 100% de tu cosecha con el nuevo vareador de batería SPA 130. Más ligero, con un peso reducido de 2,6 kg y un diseño ergonómico, te permite terminar la jornada con menos esfuerzo y buenos resultados.

El motor encapsulado y la robusta caja reductora cumplirán con tus expectativas de resistencia y potencia, incluso en condiciones meteorológicas adversas. Además, con el Smart Connector 2 A podrás hacer el seguimiento a todas tus máquinas.

MÁS INFORMACIÓN EN [STIHL.ES](https://www.stihl.es)



APIII
SYSTEM



Nuevos procesos de elaboración de aceitunas de mesa para el aprovechamiento integral de sus vertidos

Por Pedro García Serrano*. Resumen de la tesis galardonada con el VI Premio a la Mejor Tesis Doctoral "Calidad e Innovación en el sector agroalimentario" convocado por la Cátedra AgroBank

Aunque existen numerosas formas de preparación de aceitunas de mesa, sólo las aceitunas verdes estilo español y las negras oxidadas tienen relevancia en España, ya que representan más del 95% de la producción nacional. En estas elaboraciones se produce un volumen elevado de vertidos, con una gran carga orgánica y sobre todo mineral debido a la presencia de sodio. A pesar de los numerosos estudios efectuados no existe una metodología para la depuración de estas aguas residuales a un coste asumible por las empresas. El objetivo de esta tesis ha sido el desarrollo de nuevos procesos de elaboración de aceitunas de mesa libres de sodio para obtener productos similares a los tradicionales y la evaluación del empleo de las soluciones generadas como fertilizantes.

Hoy en día, la gestión de los vertidos consiste en su almacenamiento en balsas de evaporación, lo que es una medida transitoria ya que medioambientalmente no es sostenible por los problemas de olores, filtraciones y durabilidad de las mismas. Una posible solución sería reutilizar agrónomicamente las aguas residuales, para lo que será necesario eliminar el sodio de los procesos prescindiendo de la sal cuando sea posible y sustituyendo el empleo de NaOH por KOH, lo que generaría unas soluciones ricas en K que se podrían utilizar como fertilizantes.

Elaboración de aceitunas negras

Para evitar la presencia de sal durante la conservación se estudió a nivel de planta piloto el empleo de un medio ácido sin sal en condiciones aeróbicas, comprobándose que la adición de clo-

[Los resultados muestran la viabilidad del empleo de KOH para la elaboración de aceitunas verdes estilo español con similares resultados a cuando se emplea el NaOH]

ruro o lactato de calcio evitó el ablandamiento de las aceitunas como ocurría en los testigos sin el catión.

Estos resultados se confirmaron también a escala industrial. Además, se demostró que disminuía la proporción de frutos arrugados en la variedad hojiblanca respecto de la conservación tradicional en salmuera. Por otra parte, para tener vertidos libres de sodio se estudió la posibilidad de sustituir el NaOH por KOH durante la oxidación, observándose que

ni el color, ni la firmeza ni el sabor de las aceitunas negras se veía afectado.

Como conclusión se puede afirmar que la conservación de aceitunas destinadas a negras oxidadas en medio ácido sin sal con adición de calcio mejora la calidad del producto final, disminuyendo el porcentaje de frutos arrugados e incrementando su firmeza;

y el empleo de KOH en la oxidación de aceitunas da lugar a un producto final con similares características físico-químicas y organolépticas a cuando se utiliza el NaOH.

Elaboración de aceitunas verdes estilo español

El empleo de KOH en vez de NaOH, a igual concentración peso/volumen que el NaOH durante el "cocido" de estas aceitunas, no produce cambios en el posterior



* Pedro García Serrano realizó su tesis doctoral en el Instituto de la Grasa (CSIC). Tras defenderla en la Universidad Pablo de Olavide, actualmente disfruta de una beca post-doctoral en la Facultad de Farmacia de la Universidad de Sevilla.



Conservación de aceitunas en fermentadores a escala planta piloto.

proceso de fermentación de los frutos de las variedades manzanilla y hojiblanca; ni tampoco diferencias en el color, textura y sabor del producto final.

Todo ello muestra la viabilidad del empleo de KOH para la elaboración de aceitunas verdes estilo español con similares resultados a cuando se emplea el NaOH.

Características y acondicionamiento de los líquidos generados

En la elaboración de aceitunas negras, tanto en la industria como en la planta



Figura 1. Tratamientos de los vertidos ricos en K para obtener un concentrado con posibilidades de emplearse agrónomicamente.

piloto, se originan unos 4 litros de líquido por kilogramo de aceituna. Cuando se emplea KOH, el vertido global tiene entre 6.700-8.300 mg. de kg./l.

El volumen de aguas residuales generadas durante la campaña de recolección en la elaboración de aceitunas verdes (lejíjas y aguas de lavado) es de sólo 1 l./kg. de aceituna, presentando una concentración en K similar a las negras.

El uso directo de estas soluciones ricas en K para regar plantearía el inconveniente de su almacenamiento en grandes balsas o depósitos. Asimismo, si se pretende su aprovechamiento comercial sería conveniente transportar sólo un concentrado de los mismos.

Como algunas industrias disponen de evaporadores al vacío para gestionar sus vertidos, el tratamiento en ellos de las



El autor del artículo, Pedro García Serrano, galardonado con el VI Premio a la Mejor Tesis Doctoral "Calidad e Innovación en el sector agroalimentario" convocado por la Cátedra AgroBank.

aguas generadas en los nuevos procesos permitiría obtener un concentrado fácil de transportar y almacenar. Sin embargo, debido a que proceden de soluciones alcalinas tendría un pH superior a 10 unidades que haría imposible su empleo como



ESPECIALISTAS EN SOLUCIONES DE DISTRIBUCIÓN EXPRES DE MERCANCÍA PALETIZADA EN ESPAÑA, PORTUGAL, ISLAS Y EUROPA

CONFÍE EN NOSOTROS



- ✓ Trazabilidad Total: seguimiento on line de su mercancía
- ✓ TEE (Tiempo Estimado de Entrega): mayor facilidad de entrega
- ✓ Máxima Fiabilidad: distribución rápida y segura

Además contamos con www.palletwaysonline.com/es-es/ para servicios puntuales





Figura 2. Ensayos de fertilización en plantas de tomate en la finca Las Torres del IFAPA.

[La aplicación del nuevo proceso generaría un beneficio de unos 27 céntimos de euro/kg. de aceitunas en comparación con el proceso con NaOH, sin considerar los beneficios medioambientales y de gestión de las aguas residuales]

fertilizante; por ello, se debe corregir el pH hasta valores de 5,5-6,0 mediante adición de ácido nítrico (Figura 1).

Los concentrados obtenidos a partir de los líquidos, tanto del proceso de oxidación como de aderezo, poseen un contenido en potasio de entre 60-80 gr./kg. Sin embargo, el contenido en nitrógeno es bajo (11-17 gr./kg).

Así, los concentrados cumplirían las especificaciones en cuanto al contenido en potasio y carbono para considerarse un abono líquido órgano-mineral, siendo necesario complementarlos con nitrógeno para cumplir la legislación española.

Actividad fertilizante de los concentrados

El estudio de la actividad fertilizante de los concentrados procedentes de las aguas residuales de aceitunas tratadas con KOH se llevó a cabo durante 3 campañas en plantas de tomate en campo abierto (Figura 2).

Cuando se fertiliza con el concentrado procedente de la elaboración de aceitu-

Tipo de Fertilización	Aceitunas negras		Aceitunas verdes	
	Frutos/planta	g/planta	Frutos/planta	g/planta
Agua	14,6	1370	14,6	1352
Abono tradicional (NH ₄ NO ₃ + KNO ₃)	27,0	2282	27,0	2282
Concentrado (30mL)	14,4	1352	-	-
Concentrado + Nitrógeno (30mL + NH ₄ NO ₃)	28,5	2245	27,5	2360

Tabla 1. Influencia de la fertilización con los concentrados de los líquidos del proceso de la elaboración de aceitunas negras y verdes en la producción de tomate.



Figura 3. Tratamientos de los vertidos ricos en K para obtener un concentrado con posibilidades de emplearse agrónicamente y un destilado con ligera carga contaminante.

nas negras, los parámetros de producción (frutos por planta y gramos por planta) fueron superiores a los del riego efectuado sólo con agua (Tabla 1), pero inferiores a los del abonado tradicional (NH₄NO₃+KNO₃). Sin embargo, si se aplica el concentrado junto con el abono nitrogenado comercial (concentrado+NH₄NO₃) se mitiga el déficit de nitrógeno, dando lugar a unos parámetros de producción similares al abonado tradicional. Los mismos resultados se obtienen con los concentrados procedentes de la etapa de aderezo de aceitunas verdes (Tabla 1).

Por tanto, los concentrados de los líquidos de procesos de la elaboración de aceitunas negras y verdes resultaron ser un sustitutivo del abono potásico comercial (KNO₃). Además, la calidad de los to-

mates no se vio afectada por el hecho de utilizar estas soluciones.

Tratamiento para la disminución de la carga contaminante de los destilados

En la evaporación al vacío de estas aguas residuales, además del concentrado también se genera un volumen muy elevado de destilado que debe contener la menor contaminación posible con vistas a su utilización para riego agrícola.

Sin embargo, los destilados presentan una relativa alta carga orgánica debida fundamentalmente al contenido en ácido acético y etanol. Para evitarlo, se desarrolla un novedoso proceso, simple y de fácil realización en las industrias, previo a la evaporación al vacío, basado en la simple



Figura 4. Descripción global de los nuevos procesos de elaboración de aceitunas de mesa con vistas al aprovechamiento integral de sus vertidos.

en potasio para su empleo como fertilizante (Figura 3).

Estimación económica de los nuevos procesos con KOH

El sobrecoste por emplear KOH en lugar de NaOH para la elaboración de aceitunas negras sería de unos 7 céntimos de euro/kg. de aceitunas. Ahora bien, la venta del concentrado al precio equivalente del KNO_3 comercial representaría un ingreso de 34,4 céntimos de euro/kg. de aceitunas.

Por tanto, la aplicación del nuevo proceso generaría un beneficio de unos 27 céntimos de euro/kg. de aceitunas en comparación con el proceso con NaOH. Todo ello sin tener en cuenta los beneficios medioambientales y de gestión de las aguas residuales.

Conclusión

El corolario de la tesis, que se englobaría dentro de lo que se conoce como economía circular, se resumiría en la Figura 4. ♣

aireación y depuración del vertido global por los propios microorganismos presentes en el mismo (Figura 3).

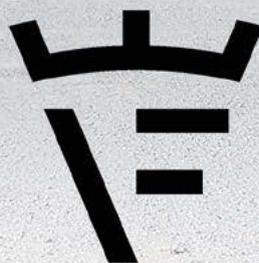
Con vertidos industriales se comprobó que la simple aireación durante un par de días reducía en más del 70% la

DQO de los destilados. Es decir, después del tratamiento de aireación de los vertidos y su evaporación al vacío se podrá disponer de un destilado apto para su uso en riego agrícola y de un concentrado con un elevado contenido

Agradecimientos

A Agrobank por su apoyo a la investigación en el campo de la agroalimentación, tal y como se refrenda con la convocatoria de este premio.

www.valeformoso.com



LAGAR HERDADE
VALE FORMOSO

En Lagar Herdade Vale Formoso apostamos por la producción de un AOVE de la mayor calidad. Con este fin disponemos de las más cuidadas y modernas instalaciones, integradas en el entorno del pantano de Alqueva, corazón del Alentejo portugués y referente mundial de la olivicultura moderna.

Todo nuestro esfuerzo se centra en un cuidado minucioso de la aceituna recibida y de los AOVES obtenidos, adaptando todos nuestros procesos a los más altos estándares de calidad y de seguridad alimentaria.



Felipe Medina, secretario general técnico de ASEDAS

“Distribuidores y envasadores de aceite deberán colaborar estrechamente para responder a los cambios en las necesidades y demandas de los consumidores”



La distribución alimentaria ha tenido que hacer frente a un periodo complicado que comenzó con la pandemia provocada por el COVID-19 y continuó con acontecimientos como la guerra en Ucrania, que ha creado una inusitada tensión sobre los costes y los precios obligando a la cadena de valor agroalimentaria a una nueva y rigurosa adaptación a las circunstancias. Sobre la situación actual hablamos con Felipe Medina, secretario general técnico de la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS). Fundada en 1999, se trata de la primera organización empresarial española de distribución alimentaria con más de 300.000 trabajadores, más de 19.000 tiendas y 10 millones de metros cuadrados de superficie comercial de alimentación, el 75% del total en España.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

¿**C**ómo está afectando a la distribución alimentaria el incremento del precio de la energía y los carburantes, así como el encarecimiento de las materias primas?

El coste de la energía ha pasado a ser el primero o el segundo para las empresas de distribución alimentaria que, en la mayoría de los casos, han multiplicado este gasto por tres en el último año. La distribución de alimentación es un sector altamente intensivo energéticamente que, por ofrecer un servicio fundamental, no puede parar ni un solo día, entre otras cosas, para garantizar la cadena del frío en los alimentos.

Toda la cadena agroalimentaria tiene un problema con los costes de la energía, los carburantes, los fertilizantes, las materias primas... La formación de precios de los alimentos es fruto del trabajo de una cadena de valor que, en su conjunto, está sufriendo esta alta presión so-

bre los costes. En el caso de las empresas de distribución, el 75% de sus gastos son compras de mercancías, que se están pagando un 40% más que hace un año en el caso de los frescos y un 20% en el de los alimentos transformados.

¿**C**ómo hace frente la distribución a situaciones de crisis tales como la que se desencadenó con la venta de aceite de girasol por la guerra en Ucrania?

La situación creada por la guerra en Ucrania ha supuesto dificultades en el acceso a algunas materias primas y ha sido un nuevo ejemplo de la eficiencia de la cadena agroalimentaria en España, ya que, en ningún momento, han faltado productos o sustitutos para que el consumidor español realizara una compra de alimentación completa y variada. La situación puntual que se produjo ante el acopio inusual de aceite de girasol en los primeros momentos de la guerra se resolvió con rapidez cuando

el consumidor comprendió que no iba a faltar dicho producto.

¿**C**ómo está trasladando la distribución comercial en el punto de venta la subida de los precios de los aceites de oliva?

El aceite de oliva ha experimentado un incremento de precio en origen del 150% en 2021 y 2022, pasando de 2 euros/litro a 5,5 euros/litro. Entre otros, los productores señalan la escasa producción derivada de la sequía como una de las causas. Como se observa en el gráfico, los precios en origen y en destino corren en paralelo e incluso, en los últimos meses, se observa un estrechamiento de las diferencias de precio entre origen y destino.

Con el objetivo de paliar la subida de los productos agroalimentarios, el Gobierno ha rebajado al 5% el IVA para los aceites de oliva y de semi-

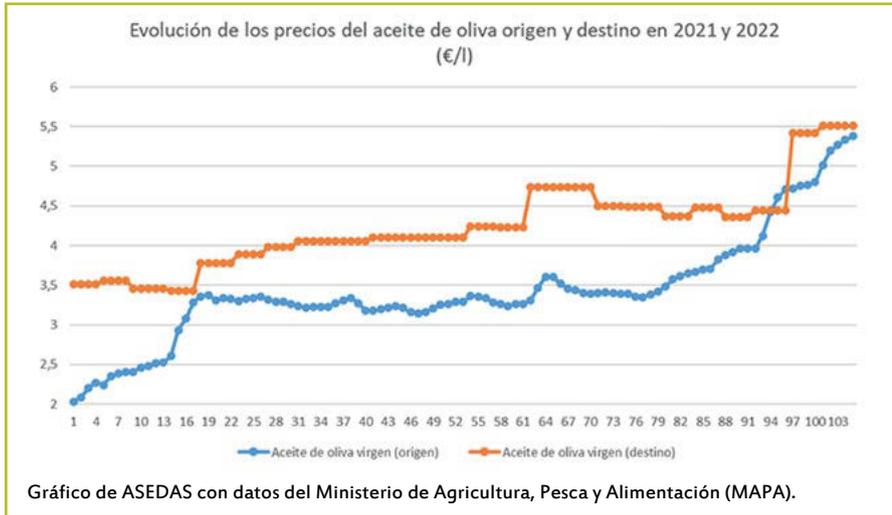


“El debate sobre las diferencias entre marca de distribuidor y marca de fabricante está superado”

básicos están sujetos a fluctuaciones por circunstancias de producción y, aunque se observa una cierta desaceleración en los mercados a futuro, los expertos advierten de que estos movimientos tardan en trasladarse a los precios de toda la cadena.

La venta a pérdidas ha sido un foco de conflicto entre agricultores y la distribución desde hace muchos años. ¿Qué supone la prohibición de esta práctica, incluida en la reforma de la Ley de la Cadena Alimentaria, para todos los eslabones de la cadena?

La venta a pérdidas no forma parte de las estrategias comerciales normales de



illas. ¿Qué supone esta rebaja para las empresas de la distribución alimentaria? ¿Qué balance hace de esta medida desde su entrada en vigor?

La medida de la supresión del IVA en algunos alimentos se ha mostrado eficaz para contener mayores subidas de precios. De hecho, el IPC alimentario

registró una ligera bajada de tres décimas en enero, explicada, sobre todo, por los precios de los productos en los que se produjo rebaja del IVA. Ahora bien, el problema de costes (energía, carburantes, materias primas...) que ha generado esta crisis inflacionista sigue presente, los precios de los productos

polaris
automazioni

¡¡¡Línea de embotellado automática para Aceites a un **Precio Realmente Conveniente!!!**

expoírva
PABELLÓN INTERIOR
CAJA RURAL
STAND
D-8B

- Productividad nominal 500 b/h
- Capacidad de 10ml a 5 l
- Cambio rápido de formato

¡El buen aceite se embellece!



Polaris Automazioni srl - Reggio Emilia - Italia
Móvil: 0039.0522.308873
Correo: sales@polarisautomazioni.com
www.polarisautomazioni.com



B02, Monobloc de Embotellado para Llenar y Tapar
a sólo € 32.000,00

B02 ET, Monobloc de Embotellado para Llenar, Tapar y Etiquetar por delante y por detrás
a sólo € 46.000,00



“La supresión del IVA en algunos alimentos se ha mostrado eficaz para contener mayores subidas de precios”



la distribución alimentaria. Desde ASE-DAS siempre hemos apoyado una regulación clara al respecto, que dé seguridad jurídica a los operadores. La estabilidad y la seguridad en las relaciones comerciales de la cadena agroalimentaria son necesarias para el crecimiento del sector en su conjunto y para servir cada día mejor al consumidor.

La conservación es imprescindible si se quiere tener aceites en los lineales que mantengan los estándares de calidad. ¿Cómo ha optimizado la distribución alimentaria los controles y, por tanto, las pruebas de calidad de los aceites de oliva en los lineales?

Las cadenas de supermercados tienen desde hace años relaciones estables y de mutua confianza con sus proveedores. El conjunto de los operadores de la cadena del aceite de oliva pone su máximo esfuerzo para garantizar la mejor calidad en todos sus aceites. Además, la gran eficiencia de las empresas de distribución alimentaria permite que el producto esté en sus manos apenas unas horas, ampliando-

se así su vida útil en el hogar, reduciendo al máximo su pérdida de calidad y permitiendo a los consumidores adquirir únicamente el producto que van a consumir sin necesidad de tener que almacenar cantidades excesivas de producto en sus hogares.

¿Los consumidores se inclinan más por el consumo de aceites de oliva de marca de distribuidor o marca propia?

Los más de 330 supermercados que operan y compiten en España registran conjuntamente casi un 60% de la cuota de mercado de la venta del aceite de oliva al consumidor final y ofrecen una gama de opciones para que el consumidor encuentre la que mejor responda a sus gustos. Existen numerosas opciones para los consumidores, gracias a una gran diversidad de formatos, variedades, volúmenes, tipos de envase, calidades, precios, etc. Consideramos que el debate sobre las diferencias entre marca de distribuidor (MDD) y marca de fabricante (MDF) está superado, ya que la MDD es una marca más en el mercado con los mismos atributos que la MDF. Reducir los hábitos de consumo tan sólo a esa diferenciación sería un análisis demasiado reducido. Se trata de diferentes formas de presentar el producto al cliente y de diferentes

modelos de relación entre fabricantes y distribuidores. Pero hay tanta variedad entre los productos de MDD como en los de MDF.

La pandemia ha tenido un gran impacto en los hábitos de compra de los consumidores. Algunos de estos cambios se han mantenido en el tiempo, como es el desarrollo del e-commerce. ¿Qué destacaría de las nuevas tendencias de consumo y compra?

Los datos recogidos por Mercasa en su informe anual apuntan a que el comercio electrónico alcanza una cuota de mercado de comercialización del aceite de oliva del 4%. Según el Observatorio de Comercio Electrónico en Alimentación, que ASE-DAS realiza junto con las universidades Complutense y Autónoma de Madrid, una de las razones del consumidor para hacer sus compras *on line* es la conveniencia en cuanto a volumen y peso de los productos. Según este mismo estudio, el 90% de los consumidores que comenzaron a comprar productos de alimentación a través del canal *on line*, manifiesta que lo seguirá haciendo. Por todo ello, distribuidores y envasadores de aceite deberán colaborar estrechamente para responder a los cambios en las necesidades y demandas de los consumidores. 🟩



fertisac



Fabricantes de crecimiento

Nitrogenados



Liberación gradual de nitrógeno



Ecológicos



Orgánicos



Complejos



Fosfatados





Adiós a Alfredo Barral

el pionero de los AOVEs de pago



Fundador, propietario y director de Hacienda Queiles hasta junio de 2021, Alfredo Barral fue uno de los grandes abanderados de la búsqueda de la excelencia en la elaboración del zumo de aceituna y de la lucha por el reconocimiento del virgen extra español. “Ser el *Ferrari* del aceite cuesta sangre, sudor, lágrimas y dinero”, reconoció. Todo un pionero de los AOVEs de pago que incorporó una filosofía, la de la ultracalidad, que hoy abraza la mayoría de productores de aceite de oliva virgen extra de nuestro país.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

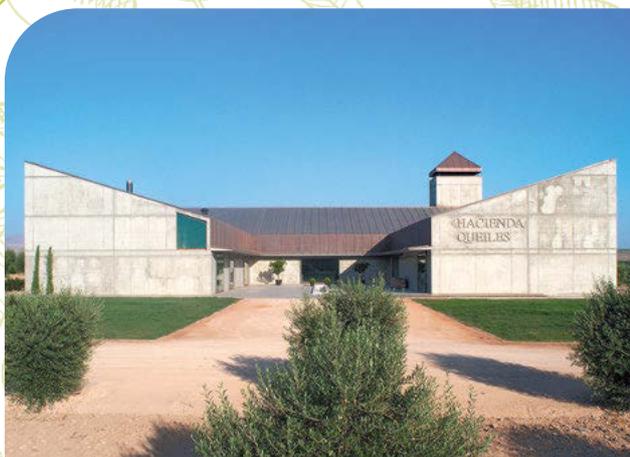
“**Q**uise que mi aceite fuera como un Ferrari”. La cita, pronunciada en una entrevista mantenida con el diario *Cinco Días* en 2014, ejemplifica el carácter ganador y la personalidad arrolladora de Alfredo Barral Peralta (Tudela, 1950), un navarro que tras enamorarse de los olivares en un viaje al Bajo Aragón creó Hacienda Queiles y la marca *Abbae de Queiles* en 1998, toda una referencia en el segmento de los AOVEs Premium que llegó a tener presencia en más de una veintena de países. A Barral nunca le movió el negocio -“nunca he trabajado por el dinero”, afirmó-, sino la entrega y pasión desahogada por el olivar y la cultura del virgen extra, de la que fue un gran impulsor y difusor.

Empresario con experiencia previa en los sectores del mármol, inmobiliario y financiero, a Alfredo Barral nunca le asustaron los retos por difíciles que fueran. Perfeccionista y amante del trabajo

bien hecho, culto, vehemente y exigente, Barral fue un pionero en la defensa al ultranza del virgen extra de calidad. Su exhaustiva formación en el sector y afán de superación le llevó a alcanzar elevadas cotas de excelencia a través de su marca *Abbae de Queiles*, en cuya elaboración se empleaba la más moderna tecnología a la vez que se mantenía un cuidado casi artesanal, siempre bajo la premisa del respeto al medio ambiente. Así lo demuestran los numerosos galardones obtenidos, entre los que destacan el Premio Mario Solinas del COI en 2012, 2013 y 2014 en la categoría Frutado Maduro o el Premio Alimentos de España 2012 y 2017 al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra de España Ecológico y al Mejor AOVE en la categoría Frutado Maduro, respectivamente.

Barral fue socio fundador de QvExtra! Internacional y co-fundador de Grandes Pagos de Olivar (GPO) junto a Marqués de Griñón y Aubocassa, una asociación con casi 20 años de

trayectoria que reúne a siete firmas españolas de AOVEs producidos en sus propias fincas -reproduciendo en el olivar el concepto de *chateau* típico de la cultura vitivinícola-, y que presidió desde su fundación en 2005 hasta mediados de septiembre de 2021. El pago de Hacienda Queiles formaba parte de las antiguas tierras que pertenecieron al Monasterio de Tulebras, primera abadía femenina de la Orden del Císter en Europa (siglo XII). En su finca, situada en el valle del Queiles -vinculado al cultivo del olivo y la vid desde los tiempos del Imperio Romano- y presidida por la imponente figura del Moncayo, se alza su moderna almazara -única en España-, declarada Mejor Almazara de España en 2008 por la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) y reconocida como edificio singular por numerosos arquitectos -su tipología recuerda a las abadías cistercienses-, de corte sobrio y elegante, perfectamente integrada en el paisaje oleícola.



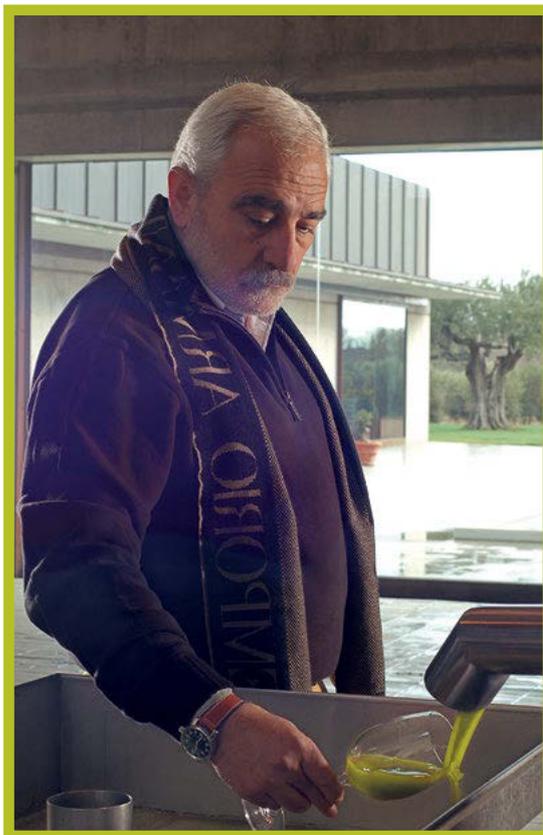
La almazara de Hacienda Queiles se localiza en un entorno único, el Valle del Queiles, en el sur de Navarra, lugar donde en los siglos XI y XII se implantaron tres abadías de la Orden del Cister.

Un antes y un después en la forma de entender el mundo del virgen extra

José Antonio Nieto, director general de Aceites Oro Bailén-Galgón 99, recuerda que “tuve la suerte de viajar mucho con él y fue maravilloso. Como persona me transmitía paz, sosiego y tranquilidad. Y como profesional era la revolución, el movimiento, la inquietud, un transgresor. Se nos ha ido un amigo y sobre todo un luchador, un pionero, creo que personas como él merecen un reconocimiento especial por parte del sector”.

Por su parte, el elaiólogo Miguel Abad ha perdido ante todo “a un amigo. A veces hablábamos de todo menos de aceite. Alfredo supuso un antes y un después en la forma de entender el mundo del virgen extra. Para mí la palabra que lo definía era la excelencia, aplicada a todo lo que hacía, tanto en la relación con sus amigos como a nivel profesional”.

Para Soledad Serrano, CEO de Fincas Duernas y presidenta de la asociación QvExtra! Internacional, “además de elaborar un aceite excepcional, uno de los mejores de España, Alfredo era una persona entrañable y muy valiente, que decía las cosas como las sentía ante un sector que no seguía el mismo



camino de excelencia que él proponía. Se va un magnífico profesional que, con su forma de ser, entereza y autenticidad, ayudó al sector a posicionarse en el tema de la calidad. Además cabe recordar que fue uno de los socios fundadores de QvExtra! Internacional y para mí fue un pilar fundamental, aprendí mucho a su lado”.

Perfeccionista y amante del trabajo bien hecho, culto, vehemente y exigente, Barral fue un pionero en la defensa a ultranza del virgen extra de calidad

Auténtico entusiasta y defensor del AOVE

Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei, le profesaba un “grandísimo aprecio personal y un enorme respeto profesional”, destacando que “Alfredo era un auténtico entusiasta y defensor del AOVE de calidad y de la excelencia por encima de todo. Una persona de firmes convicciones de la que siempre me impactó su profunda devoción por el olivar y el aceite de oliva virgen extra. Era un excelente anfitrión, le encantaba recibir visitas en su almazara. Sin duda, fue uno de los grandes abanderados del aceite de pago y del segmento de los AOVES Premium”.

Todas las personas que formamos parte de Grupo Editorial Mercacei queremos rendir homenaje a esta figura única y transmitir nuestro más sincero pésame a sus hijos, familiares y amigos. 🍷



La WOOE celebra su edición más internacional



Con más de 300 empresas representadas procedentes de España, Italia, Líbano, Jordania, Portugal, Túnez, Turquía y Nueva Zelanda, y más de 4.500 visitantes de 45 nacionalidades, la World Olive Oil Exhibition (WOOE) se consolidó como la gran feria internacional del aceite de oliva, según subrayó la empresa castellano-manchega Pomona Keepers, organizadora del encuentro. En el marco de este evento, cabe destacar la celebración de la mesa redonda “Las mujeres del AOVE toman la palabra”, coordinada y moderada por Pandora Peñamil Peñafiel, directora de *Olivatessen* y la *Guía EVOOLEUM*, que fue un éxito rotundo y reunió a numerosos asistentes provenientes de países como Sudáfrica, Túnez o Perú, que se desplazaron a Madrid expresamente para asistir a esta actividad a la que siguió un cóctel *networking*.

[TEXTO: Cristina Revenga Palacios]

“**J**untos creamos oro” fue el lema elegido este año para la WOOE, celebrada los días 7 y 8 de marzo en el Pabellón 6 de IFEMA Madrid y donde se pudo encontrar negocio, gastronomía, diseño, salud, sostenibilidad y futuro; y las tendencias del mundo oleícola internacional, debatidas por reconocidos expertos del sector.

La feria reunió aceites de calidad de diferentes perfiles, una diversidad que, según sus organizadores, agradecieron los profesionales que visitaron IFEMA: importadores, cocineros, restauradores, jefes de compra de hoteles, tiendas gourmet, *e-commerce*, etc.

Durante la inauguración, el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, apeló a la necesidad de mantener unos precios razonables del aceite de oliva para seguir mejorando el consumo interno y ampliar los mercados internacionales. En su opinión, el liderazgo mundial de España se

debe a la buena adaptación del cultivo, a la tradición olivarera, a una industria dotada de una tecnología avanzada y a la gran profesionalización del conjunto del sector.

En relación con la calidad, el Ministro subrayó que la mitad del aceite producido actualmente en España es aceite de oliva virgen extra y un 30% corresponde a aceite de oliva virgen. Además, precisó que las exportaciones de aceite envasado se han triplicado en los últimos cinco años y continúa la tendencia al alza.

Planas se mostró convencido de que “estamos en un buen momento para impulsar un aumento de la demanda de aceite de oliva, ya que los consumidores requieren cada vez alimentos más saludables, producidos de forma sostenible”.

En el acto inaugural de la WOOE también participaron el director ejecutivo del Consejo Oleícola Internacional (COI), Abdellatif Ghedira; la CEO de Pomona Keepers, Otilia Romero de Condés; y el director de la feria, José Luis Murcia, así

como autoridades y personalidades de Castilla-La Mancha, que quisieron mostrar su apoyo al escaparate mundial del aceite de oliva y a las empresas oleícolas de la región.

Durante su intervención, Ghedira indicó que este sector continúa realizando grandes esfuerzos por buscar la competitividad.

Por su parte, la CEO de Pomona Keepers celebró que almazaras, productores, importadores, cocineros, representantes del canal Horeca, prensa especializada y, en definitiva, todo el sector del aceite de oliva, se reúna en el décimo aniversario de la feria “para seguir potenciando un negocio en el que creemos y al que nos dedicamos con pasión”.

El director de la WOOE resaltó que 2023 está siendo un año de incertidumbre y cambios dentro del sector del aceite de oliva, debido a la alta demanda y a la escasez de producción. Por ello, “necesitamos estar preparados y encontrar nuevas respuestas para nuevos retos”, añadió.



La WOEE contó con un amplio programa de catas de AOVEs procedentes de Jaén, Extremadura, Toledo, Aragón, Canarias o Jordania, entre otros; además de con el Olive Oil Bar, una zona de cata libre donde se pudieron descubrir de forma independiente algunos de los mejores vírgenes extra del momento.

Asimismo, el encuentro dispuso una edición más del Área Gourmet, el espacio abierto de cocina para degustar las creaciones del chef Kike Piñeiro, del reconocido restaurante A Horta do Obradoiro (Santiago de Compostela).

Cabe resaltar que la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía representó la riqueza del sector oleícola andaluz a través de un stand institucional que contó con una superficie de 144 metros cuadrados y que incluyó un espacio donde los Consejos Reguladores de la mayoría de las DOPs de AOVE andaluzas pudieron realizar actividades de promoción y difusión de sus productos

de calidad diferenciada. Las DOPs Aceite de Lucena, Baena, Estepa, Poniente de Granada, Priego de Córdoba, Sierra de Segura, Sierra Mágina y Sierra de Cazorla y la IGP Aceite de Jaén exhibieron sus extraordinarios zumos.

Entre las actividades que mostraron la excelencia del AOVE andaluz, destacó la que tuvo como protagonista a la chef Celia Jiménez, primera mujer andaluza en conseguir una estrella Michelin, que guió una cata maridada también con productos andaluces: “Los oros del sur, 8 AOVEs en 8 tapas para descubrir los auténticos aceites andaluces con Denominación de Origen Protegida”.

La Diputación de Jaén también participó un año más en la WOEE, donde promocionó los AOVEs “Jaén Selección 2023” y también productos con el sello de calidad *Degusta Jaén* elaborados con aceite de oliva.

Asimismo, la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva (ORIVA) estuvo presente en la feria en representación de

este producto que, a su juicio, “se confirma como una de las categorías de aceite más competitivas del panorama actual por su calidad nutricional, rendimiento culinario y rentabilidad económica”.

En un marco como la WOEE, esta organización resaltó la proyección internacional del producto. “Nuestra experiencia en el mercado exterior, así como el valor medioambiental de nuestra actividad, haciendo sostenible la producción oleícola, representan la apuesta por la sostenibilidad e internacionalización del sector oleícola español”, apuntó su presidente, José Luis Maestro.

Conferencias

La sostenibilidad, el cultivo ecológico, el proyecto LIFE Olivares Vivos y la convivencia entre olivar tradicional e intensivo fueron los temas que centraron la primera mesa de debate -moderada por el consultor estratégico Juan Vilar- del programa de conferencias de la WOEE. En ella, M. Imed Ghodhmani, director del Labora-

SLEEVES DE ALTA CALIDAD



Convertimos tu envase en premium y sostenible

Diferencia tu marca con nuestros sleeves

Materiales reciclables y reciclados

Acabados y texturas especiales

Protección del producto



La WOOF contó con un amplio programa de catas, además de con el Olive Oil Bar.



La chef Celia Jiménez guió una cata maridada para descubrir los AOVEs andaluces con DOP.

torio de Análisis de Aceites Comestibles de CHO GROUP, puso de manifiesto la importancia de la trazabilidad para salvaguardar la genuinidad de los aceites de oliva. Asimismo, José Gilabert, presidente de la SCA San Vicente de Mogón, explicó que a través de la diferenciación, sobre todo en el ámbito ecológico, se puede ser competitivo, contribuyendo a la renta neta del olivicultor; mientras que José Eugenio Gutiérrez, coordinador de LIFE Olivares Vivos, expuso que este proyecto supone un vector de sostenibilidad económica y biodiversidad; y Macarena Sánchez del Águila, miembro del Grupo de Trabajo de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, se refirió a la contribución que Almazaras Federadas de España está llevando a cabo de forma conjunta con la Interprofesional de Aceite de Oliva Español en materia de sostenibilidad, tanto económica como medioambiental, generando valor en el sector. Para concluir, Jaime Lillo, director adjunto del COI, habló sobre la expansión del cultivo a nivel internacional y como ello está aportando valor a la fijación de CO₂ o a la biodiversidad.

A su vez, la presidenta de la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO), Lola Amo; y el diputado de Promoción y Turismo de Jaén, Francisco Javier Lozano, presentaron el proyecto



El chef Kike Piñeiro en el Área Gourmet.

“Oleoturismo en España”, que pretende establecer las rutas del aceite en nuestro país -articulando las mismas a través de las provincias- para crear un producto turístico de calidad que anime al visitante a conocer la cultura del olivo y del AOVE.

La WOOF también acogió la presentación libro *“La diferenciación de los aceites de oliva como ventaja estratégica competitiva. 100 casos singulares”*, editado por la empresa FOSS. La publicación -coordinada por Juan Vilar, a quien presentó Antonio Martínez, responsable de Negocio Oleícola de FOSS Iberia- recoge 100 ejemplos significativos y singulares sobre diferenciación de procesos, orígenes, modos de elaboración y cultivo.

Posteriormente, intervino Nizar Jamal Agail Haddad, director del Centro Nacional de Investigación Agrícola (NARC) de Jordania, quien habló sobre el crecimiento de la producción de aceite de oliva en este país; mientras que Juan Vilar moderó la mesa “El arma secreta

de las cocinas”, en la que participaron Daniel García Peinado, chef ejecutivo de El Gourmet de La Roja (RFEF) y delegado nacional de la Selección Española de Cocina Profesional; y Juanjo Martínez, hostelero, consultor y empresario, quienes se refirieron a la diferenciación de la cocina cuando se utilizan aceites de oliva vírgenes extra que son indicados tanto para condimentar como para fritos por su mayor durabilidad. Además, apostaron por divulgar más las características de este singular producto.

A su vez, el papel del AOVE en la salud centró una mesa en la que se abordó cómo y qué comunicar al consumidor y en la que participaron Primitivo Fernández, vocal de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español y director de Anierac; el doctor Ramón Estruch, coordinador del estudio Predimed; Antonio Escribano, catedrático de Nutrición Deportiva de la Universidad Católica de Murcia (UCAM); y Javier Tovar, director de *EFE Salud*.

ORIVA también hizo visible el esfuerzo del sector en materia de investigación con la presentación del estudio “Eva-





Mesa de debate sobre sostenibilidad.



Presentación del proyecto "Oleoturismo en España".

luación del efecto en salud del aceite de orujo de oliva en consumidores sanos y en población de riesgo", elaborado por el Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos y Nutrición del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (ICTAN-CSIC). Las investigadoras responsables -Laura Bravo, profesora de investigación del ICTAN-CSIC y Raquel Mateos, científica titular del ICTAN-CSIC- explicaron los efectos observados del consumo regular de este producto en la salud cardiovascular y en patologías asociadas, como la diabetes y la obesidad, tras haber publicado las principales conclusiones en las revistas científicas *European Journal of Nutrition*, *Nutrients* y *Foods*.

También participó en el programa de conferencias el secretario de la DOP Baena, José Manuel Bajo; y el secretario y director técnico de la DOP Aceite del Bajo Aragón, Juan Baseda, que hablaron sobre la calidad y la diferenciación como herramientas estratégicas de competitividad en el mercado del aceite de oliva virgen. En este sentido, abordaron la situación de las DOPs a día de hoy y su diferenciación en el mercado e indicaron que estos sellos son en Europa el máximo exponente de calidad, ya que representan la vanguardia en la defensa del AOVE.

Juan Vilar también moderó la mesa sobre "Tendencias en distribución y comercialización de AOVEs" en la cual Carmen Morillo, directora financiera de Oleícola Jaén, detalló las estrategias de su Grupo y mencionó la difícil situación de oferta que el sector está experimentando en la actualidad; mientras que Chania Chagas, propietaria de Empório do Azeite, habló sobre la importancia del mercado brasileño, siendo el segundo mayor importador de aceite de oliva del mundo fuera de la Cuenca Mediterránea; María del Mar Manrique, gerente de la SCA San Vicente de Mogón, expuso la idiosincrasia de una almazara cooperativa y sobre cómo cuida la entidad la elabo-

Canals

EXPERIENCIA E INNOVACIÓN



Cápsulas y Precintos para Envases de Aceite Capsules and Quality Seals for Oil Bottles



**Av. Pau Claris, 36-38 08760 Martorell
(Barcelona) SPAIN**

Tel. +34 93 775 04 62

ventas@mmcanals.com

Fax: +34 93 775 55 54

www.mmcanals.com



El consultor estratégico Juan Vilar.



Mesa sobre el AOVE en las cocinas.



Nizar Jamal Agail Haddad, director del Centro Nacional de Investigación Agrícola (NARC) de Jordania.



Mesa sobre el papel del AOVE en la salud.



Las investigadoras del ICTAN-CSIC Raquel Mateos (izda.) y Laura Bravo (dcha.).



El secretario de la DOP Baena, José Manuel Bajo; y el secretario y director técnico de la DOP Aceite del Bajo Aragón, Juan Baseda.

ración de sus aceites; y Antonio Gallego, vicepresidente de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español y director comercial de Migasa, mencionó el esfuerzo de los productores de los aceites de alta gama para llevar su producto al lineal y cómo van ganando cuota en mercados distintos a los del aceite de oliva, mejorando el consumo general de esta categoría, y dando una oportunidad al resto de aceites de oliva, cuyos usos también son necesarios en la cocina.

En la mesa “¿Cuándo se producirá el punto de inflexión en la tendencia al alza del precio en los aceites de oliva?”, Frankie Gobbee, CEO y fundador de Argentina Olive Group, puso de manifiesto que los aceites argentinos están cada vez más presentes en Europa y se refirió a la ventaja que les otorga el hecho de ser producidos en junio, ya que permite la oportunidad de que el “viejo continente” tenga aceite fresco en dicha época. Por su parte, Juan Vilar, afirmó que hay dos magnitudes que podrían incidir en el precio, la climatología -a corto plazo- y el deterioro de consumo -a medio y largo plazo-; y Dayrelis Mena, profesora de la Universidad de Sevilla y directora técnica de EC2CE, habló sobre la herramienta a través de la cual se puede prever la tendencia de precios mediante algoritmos.



Mesa sobre tendencias en distribución y comercialización.



Mesa sobre precios.

Finalmente, Javier Cirujeda y Adrián Alcaide, directores del *podcast* “La Picaeta”, realizaron un *podcast* especial sobre aceite de oliva desde la WOOE; y Juan Chica, director de Aprovisionamientos de Sacyr, explicó que el alpechín es un componente activo dentro de la pavimentación ecológica de carreteras, al contar ya con más de 90 kilómetros. En su intervención, destacó los beneficios medioambientales del uso de este residuo, así como el ahorro de energía que se produce en el proceso.

Premios WOOE a la Excelencia

En el primer día de la feria se entregaron los Premios WOOE a la Excelencia, unos galardones que ponen en valor a aquellos profesionales, empresas, proyectos y productos que a través de

sus acciones y propuestas contribuyen a mejorar y desarrollar el sector del aceite de oliva.

Además de al director ejecutivo del COI, la WOOE premió a la Consejería de Agricultura, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, por su apoyo decidido al aceite de oliva en la gastronomía a través de iniciativas como “Campo y Alma”. Un galardón que recogió la directora general de Alimentación de la Junta de Castilla-La Mancha, Elena Escobar.

También fueron galardonados José Antonio Medina, jefe de cocina del restaurante El Coto de Quevedo, en Torre de Juan Abad (Ciudad Real), por el uso en su cocina del aceite de oliva de proximidad; y Carlos de la Sierra, por su trabajo a favor del aceite de oliva desde





Javier Cirujeda y Adrián Alcaide, directores del podcast "La Picaeta".



Juan Chica, director de Aprovisionamientos de Sacyr.

su doble condición de presidente de la DOP Aceite de la Alcarria y de Globalcaja. De la Sierra reiteró el apoyo a esta iniciativa que forma parte del "ADN de la entidad" y demuestra su "compromiso con el desarrollo de nuestra tierra y las personas". "Cuando en Globalcaja decimos *'no es lo mismo'* nos referimos, entre otras muchas cosas, a nuestra

participación en iniciativas de este tipo, que reafirman nuestra posición como dinamizadores de nuestro entorno", destacó durante su discurso de agradecimiento como portavoz de todos los galardonados, entre los que también figuraron Carlos Morillo, presidente de Oleícola Jaén, y la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural

de la Junta de Andalucía, por su modelo corporativo de desarrollo del entorno y su trabajo a favor del aceite de oliva.

Desafío WOOE

Un año más, la feria acogió los "Desafíos WOOE", los concursos de cocina en los que los participantes tienen que preparar en directo un plato con una serie de in-

quatro®

ETIQUETAS



*Sleeves · Etiquetas adhesivas · Precintos garantía
Maquinaria reimpresión y packaging*



Galardonados con los Premios WOOE a la Excelencia.



La ganadora del "Desafío WOOE Junta de Andalucía" fue María José Angurel, de Angurela Catering.



Carmine Bavuso, del restaurante Remedios, ganó el "Desafío WOOE Campo y Alma Castilla La-Mancha".



Ganadores de los premios "Olive Oil Delicatessen".

gredientes concretos y cuyo primer premio está dotado con 1.500 euros.

En concreto, se celebró el "Desafío WOOE Junta de Andalucía", que planteó una interpretación del remojo andaluz, para el que los concursantes debían utilizar naranja, cebolla y AOVEs andaluces. El jurado estuvo integrado por Alfonso Fernández, miembro de la Academia Andaluza de Gastronomía; María Ritter, directora de la *Guía Repsol*; Ofelia Hentschel Batallán, chef y ex concursante de *MasterChef*; Enrique Garrido, secretario general del Consejo Regulador de la DOP Montilla Moriles; y Ana Belén Toribio, directora de *Gastrostyle*.

La ganadora de este certamen fue María José Angurel, de Angurela Catering. La cocinera -que recibió el premio de manos de Cristina de Toro Navero, directora general de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria de la Junta de Andalucía- explicó que su plato era un homenaje a sus dos tierras: "He elaborado un ceviche de remojo de Jaén empleando el AOVE de Sierra Mágina, como guiño al país que me

acogió durante 30 años, Venezuela". El segundo premio fue para Luz Ladera, de Humo; y el tercer premio para Carlos Granado García, de Reunión Catering.

Por su parte, el "Desafío WOOE Campo y Alma Castilla-La Mancha" planteó la elaboración de una ensalada creativa, para la que los concursantes debían utilizar queso, miel, nueces y AOVEs de Castilla-La Mancha.

En este caso, el jurado estuvo formado por Elena Escobar, directora general de Alimentación de la Junta Castilla-La Mancha; María Morales, propietaria del restaurante *Esencia by María Morales*; María Orriols, periodista gastro; Maya Andújar Urrutia, experta en AOVE y ex-profesora de Escuela de Hostelería de Fuenllana; y Ángel Ramírez Ludeña, secretario general de la Academia de Gastronomía de Castilla-La Mancha.

El ganador fue Carmine Bavuso, del restaurante Remedios, y natural de Basilicata, al sur de Italia, que subrayó que su plato era un homenaje a su madre: "Quise hacer la misma ensalada que me hacía mi madre de niño. Un cuscús de verano con sabor mediterráneo, con al-

bahaca, caviar de tomate, mayonesa de aceitunas de Castilla La-Mancha, crema de queso curado y un calabacín frito en aceite de ajo y hierbabuena".

El segundo premio fue para Óscar de la Fuente, de El Madrileño Guadarrama; mientras que Víctor Comín, de Elianco Gourmet, recibió un accésit.

El chef e *influencer* gastronómico Juan Pozuelo fue el encargado de dirigir ambos concursos donde recaló la calidad de todas las elaboraciones.

En el marco de la feria también se entregaron los premios "Olive Oil Delicatessen", que galardonaron a aquellas empresas que utilizan el aceite de oliva en sus elaboraciones. En concreto, en la categoría "Aceite de oliva como ingrediente principal" el primer premio fue para el AOVE con trufa blanca, de Mykes Gourmet; mientras que la empresa Suerte de Ariza obtuvo el segundo premio, por el aceite de autor naranja, y dos accésit, por el aceite de autor pimienta de Madagascar y aceite de autor ajo.

En la categoría "Aceite de oliva como elemento de conservación", el primer premio *ex aequo* lo recibieron Sandro Desii, por el cremoso de AOVE de tomates maduros en rama; y Mykes Gourmet, por su crema de queso de oveja con cecina de León. A su vez, obtuvieron el segundo premio *ex aequo* Foie-Good, por FoieGood Rillettes de Pato 115 g.; y Santo Reino, por Lata 1965. El accésit *ex aequo* fue para Mykes Gourmet, por salsa tartufata; y Eira Foods/Olivar de Castro, por su espuma de sal con AOVE. En la categoría "Aceite de oliva como ingrediente mejorante", el primer premio fue para Mykes Gourmet,





Catas EVOOLEUM en el stand de Mercacei



Una edición más, Grupo Editorial Mercacei, como *media partner* de la feria, contó con stand propio desde el cual llevó a cabo catas de los AOVEs premiados en la última edición de los EVOOLEUM Awards.

La experta catadora de este concurso Maribel Simón invitó a los asistentes a degustar los AOVEs españoles ganadores de los galardones EVOOLEUM Absolute Best (*Rincón de la Subbética Altitude*), EVOOLEUM TOP10 AOVEs Saludables (*5 Elementos Gran Selección Picual*), EVOOLEUM Mejor de Producción Limitada (*Oleum Naturale*), Mejor Picual (*Puerta de las Villas Picual Temprano*) y Mejor Arbequina (*Olíric Arbequina*).

Además, el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, visitó nuestro stand y conoció algunos de estos AOVEs.

por su queso de oveja en AOVE con trufa blanca; y el accésit también fue a parar a esta empresa por su carpaccio de trufa *tuber melanosporum* en AOVE.

Finalmente, en la categoría de “Cosméticos o productos alimenticios que utilicen aceite de oliva”, el primer premio recayó en Señoríos de Rellou, por su ja-

bón artesanal con AOVE; mientras que DLR Cosmética, por su jabón facial de azahar; y Top Dog, por *Leave in mask*, obtuvieron sendos accésits. 🍯

ASESORES EN GESTIÓN DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD EN LA ELABORACIÓN DE LOS MEJORES AOVES

EXTRA PREMIUM LES OFRECE, DADA SU DILATADA EXPERIENCIA, LA MEJOR SOLUCIÓN EN LA COMPRA-VENTA DE SUS EQUIPOS DE CENTRIFUGACIÓN EN PRIMERAS MARCAS

CIENTOS DE EQUIPOS COMERCIALIZADOS, NACIONAL E INTERNACIONALMENTE, A PLENA SATISFACCIÓN DE NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN

CALIDAD, SERVICIO Y GARANTÍA



Extra Premium

EXTRA PREMIUM, S.L.

POL. IND. LOS CERROS

C/ Albañilería, Pasaje B Nave 2

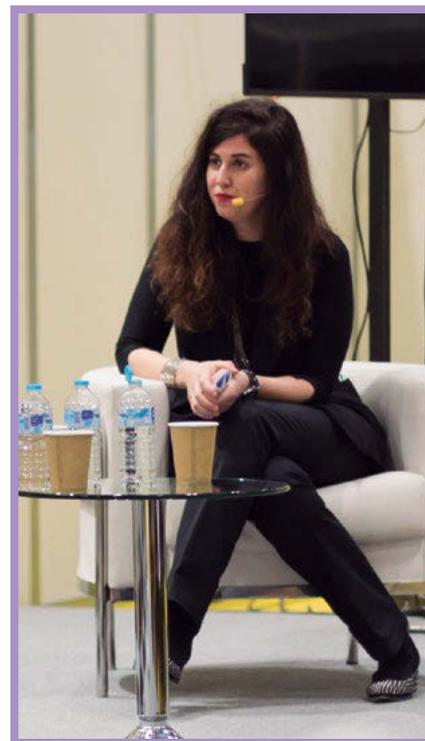
23400 Úbeda • Jaén SPAIN

www.extrapremiumsl.com • extrapremium.sl@gmail.com

Tif :+34 638 167 387 • +34 638 096 670



Las mujeres del AOVE toman la palabra



La mesa redonda “Las mujeres del AOVE toman la palabra”, coordinada y moderada por Pandora Peñamil Peñañiel, directora de *Olivatessen* y la *Guía EVOOLEUM*, fue un éxito rotundo y reunió en el marco de la World Olive Oil Exhibition (WOOE) a numerosos asistentes provenientes de países como Sudáfrica, Túnez o Perú, que se desplazaron a Madrid expresamente para asistir a esta actividad a la que siguió un cóctel *networking*.

Coincidiendo con la celebración del Día Internacional de la Mujer, siete brillantes expertas del sector que representaron a toda la cadena de valor, tomaron la palabra, nunca mejor dicho, en

la conferencia “Las mujeres del AOVE toman la palabra” para reflexionar acerca del papel que juegan las mujeres en el mundo del aceite, las particularidades del sector o las oportunidades del AOVE frente a otras grasas en los mercados exteriores, aprovechando la presencia de profesionales provenientes de Grecia y Brasil.

De este modo, Pandora Peñamil Peñañiel moderó un pionero y animado debate en el que participaron Herminia Millán, gerente de QvExtra! Internacional; Ana Martínez, secretaria general de Infaoliva y vocal del grupo de trabajo de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español; Consoli Mo-

lero, gerente y responsable de producción de la cooperativa Colival; Chania Chagas, catadora, coach y propietaria de Empório do Azeite (Brasil); Anita Zachou, ingeniera agrónoma, catadora y fundadora de Mykonos Olive Oil Tasting; y María Morales, finalista de MasterChef 9 y propietaria de Esencia by María Morales.

Así vivieron sus protagonistas la experiencia:

LA MAYOR GAMA DE TRACTORES DEL MERCADO

HOMOLOGACIÓN TRACTOR EUROPEO
3 AÑOS DE GARANTÍA

POLARIS **RANGER** DE 2 A 6 PLAZAS!



RANGER XP KINETIC



RANGER 570 SP



RANGER CREW



RANGER DIESEL HD EPS



RANGER 1000 EPS



RANGER XP 1000 EPS

DESDE 13.630€* SIN IVA
(*PVP MODELO RGR 570 EPS MY23 TRACTOR)

POLARIS **SPORTSMAN** MÁS DE **1.000.000** VENDIDOS EN TODO EL MUNDO



SPORTSMAN 570



SPORTSMAN 570 EPS



SPORTSMAN 570 EPS -
TRACTOR AGRI PRO

DESDE 7.760€* SIN IVA
(*PVP RECOMENDADO MODELO SPORTSMAN 570 MY23 TRACTOR
SUJETO A CAMBIOS LEGISLATIVOS VINCULADOS A LA LEY IEMDT)





Herminia Millán

Gerente de QvExtra! Internacional

Participar en esta mesa redonda ha sido un regalo para QvExtra!, no por el hecho de haber participado en una mesa formada por mujeres, sino por haber compartido espacio con grandes profesionales, todas ellas líderes en la búsqueda de valorización del sector, desde el campo hasta la cocina.

Con respecto a algunas de las cuestiones que abordamos, en concreto la referida al concepto de “alto precio” asociado al AOVE, desde QvExtra! defendemos que, como primer productor mundial, nos creemos conocedores de este producto, lo tratamos de tú a tú y, por ello, quizás le hemos perdido el respeto. Sin embargo, dentro de nuestro sector, gracias a las aportaciones de la ciencia, sí hemos entendido que estamos ante un producto verdaderamente revolucionario y trabajamos día a día para obtener el mayor valor añadido, lo que nos ha llevado a invertir en tecnología e innovación, con el aumento de costes que todo ello conlleva.

Debemos transmitir al consumidor que el AOVE que llega hoy a sus cocinas es algo radicalmente diferente a lo que tenían hace años. Necesitamos cambiar la mentalidad y los hábitos de ese consumidor, y el sector no puede hacerlo sólo, a contracorriente, necesita más apoyo y responsabilidad por parte de las administraciones, el canal Horeca, los cocineros, la prensa y todos aquellos que utilizan nuestro producto y saben lo que cuesta producir un buen AOVE.

En relación al Nutri-Score, consideramos necesario dar un golpe encima de la mesa en Europa. No podemos permitir que las personas que toman decisiones a nivel europeo comparen, desde un punto de vista saludable, el AOVE con la *Coca-Cola*. Estas personas están jugando con el pan de nuestros agricultores y si nos catalogan mal, no contaremos con herramientas para defendernos ni valorizar nuestro producto fuera de nuestras fronteras. Por ello, si no levantamos la mano -y hablo concretamente de nuestra administración-, ¿quien lo hará?

Finalmente, con respecto a la proliferación de nuevos sistemas de plantación, la convivencia del olivar tradicional y el superintensivo es ya una realidad. Sin embargo, una reconversión completa es imposible, al menos en base al conocimiento que tenemos actualmente sobre este cultivo y sus posibilidades. Aún así, tendremos que encontrar sí o sí la forma de valorizar y rentabilizar el olivar tradicional y eso pasa por explotar la gran oportunidad que nos brinda su capacidad para capturar CO₂. Esta es nuestra obligación, así como defender los precios del producto final. No podemos permitir que el precio del AOVE caiga por debajo de los precios de coste... es inviable.

“No podemos permitir que las personas que toman decisiones a nivel europeo comparen, desde un punto de vista saludable, el AOVE con la *Coca-Cola*”



Ana Martínez

Directora de Infaoliva e integrante del Grupo de Trabajo de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español

Tenemos que estar orgullosos del trabajo transformador que, a lo largo de los últimos años, ha realizado el sector, logrando poner en el mercado aceites de oliva de gran calidad gracias al esfuerzo de cada una de las almazaras, cada vez más profesionalizadas. Hemos conseguido llenar los lineales de AOVes maravillosos, ofreciendo al consumidor una gran variedad de referencias donde elegir y con unos envases y etiquetas cada vez más atractivos, a la altura de un producto único.

Sin embargo, además de ser buenos produciendo calidad, tenemos que saber transmitir las maravillosas cualidades que posee la mejor materia grasa del mundo. Creo que el consumidor actual no duda de los beneficios saludables del aceite de oliva, pero debemos incidir en la gran versatilidad que tiene este producto, en sus distintos usos en la cocina y en su utilización y consumo en la restauración, tanto en sala como en la propia elaboración de los platos. Y eso lo lleva haciendo la Interprofesional del Aceite de Oliva Español los últimos 14 años, con infinitas acciones para llegar al consumidor, desde cursos de formación, campañas de promoción -tanto nacionales como internacionales-, colaboración con programas culinarios de máxima audiencia, participación en ferias, etc.

Con respecto al Nutri-Score, sería muy interesante que de cara al futuro se nos permitiese indicar en la botella, de forma clara y sencilla, las bondades saludables de nuestros aceites de oliva -avaladas todas ellas por estudios científicos-, con el fin de ofrecer al consumidor información veraz para que conozca y pueda identificar el producto que está comprando.

Aprovechando que esta mesa se celebró el Día Internacional de la Mujer, quiero ensalzar la gran labor que están realizando las mujeres de este sector al frente de cada vez más almazaras, en cargos de dirección y gerencia, algo impensable hace unos años en un sector representado, en su gran mayoría, por hombres. Asimismo, cada vez son más las mujeres que ocupan puestos también de dirección en las organizaciones representativas del sector y, aunque hemos avanzado mucho, aún queda un largo camino que estoy segura de que recorreremos cada vez más mujeres juntas.

“Además de ser buenos produciendo calidad, tenemos que saber transmitir las maravillosas cualidades que posee la mejor grasa del mundo”



Apto para uso en agricultura
Ecológica y Biodinámica

Knowledge grows

Protege tus olivos
frente a condiciones
meteorológicas
adversas

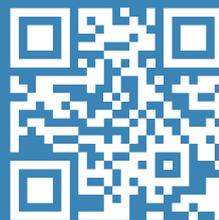


YaraVita™ OPTIMARIS

El nuevo Bioestimulante de Yara promueve el crecimiento equilibrado de la planta y el desarrollo de los frutos combatiendo el estrés abiótico (sequías, inundaciones, heladas, etc.)

- ✓ Estimula la capacidad fotosintética.
- ✓ Alta concentración de compuestos bioactivos extraídos de las algas *Ascophyllum nodosum*.
- ✓ Con Potasio, para mejorar los parámetros cualitativos de la producción y la respuesta de la planta ante periodos de estrés ambiental.

Más información:



C
8%

K₂O
6,4%



2 l/ha



Aplicación
foliar





Consoli Molero

Gerente y responsable de producción de la cooperativa Colival

Ante la escasez de mujeres líderes en el mundo del AOVE, considero que conformamos una mesa redonda donde fomentamos los nuevos liderazgos de mujeres que trabajan por y para el virgen extra en sus diferentes facetas: chefs, CEOs, gerentes, directoras y productoras, todas con una gran diversidad y con un gran potencial. Mujeres que hemos derribado barreras internas y externas, incorporándonos a este sector y cogiendo el testigo y la experiencia de otras mujeres líderes. Esas mujeres referentes nos dieron la oportunidad de exponer hoy nuestras experiencias y somos lo que somos gracias a nuestra perseverancia. Porque, en el fondo, todos queremos lo mismo, un sector más dimensionado, con mayor rentabilidad en nuestras empresas y en nuestros agricultores. Un sector que avance en la cadena de valor y tenga cada vez mayor aceptación en el mercado.

A menudo soñamos con una base social más comprometida, donde las mujeres puedan desarrollar un proyecto de vida en el medio olivarero. La mujeres en este sector marcamos la hoja de ruta, pensamos en el futuro que queremos crear y lo trabajamos. Emprender cualquier camino, cualquier aventura o proyecto no es tarea fácil, pero estamos trabajando para que el AOVE siga siendo un sector de oportunidades. Crear un carrito de vírgenes extra en los restaurantes, trabajar activamente las redes sociales, abrir nuevos mercados, dar a conocer los diferentes monovarietales, cuidar el packaging, posicionar una marca... Es un gran trabajo el que tenemos por delante, pero España tiene un gran potencial con el AOVE y tenemos que trabajar aún más para ofrecerle el posicionamiento que merece.

“Hemos derribado barreras incorporándonos a este sector y cogiendo el testigo de otras mujeres líderes”



Chania Chagas

Catadora, coach y propietaria de Empório do Azeite (Brasil)

Participar en esta mesa redonda con tantas mujeres emprendedoras y grandes empresarias ha sido un lujo. Me ha hecho muy feliz constatar que, a pesar de los distintos puntos de vista, todas compartimos un propósito común: mostrar a los consumidores el valor y el potencial de un buen aceite de oliva virgen extra desde el punto de vista saludable y de bienestar, así como luchar contra la desinformación que, por desgracia, existe en el mercado y que en muchas ocasiones confunde al consumidor.

Hemos hablado sobre los componentes saludables del AOVE pero también sobre su lado más gastronómico, incidiendo en la necesidad de que los chefs apoyen este producto, no sólo en la sala, sino en la cocina. Tenemos que mostrar a estos profesionales, grandes prescriptores y creadores de opinión en el mundo actual, el abanico de sensaciones, aromas y sabores que pueden aportar los distintos AOVES a sus platos. De esta manera también estaremos transmitiendo a los consumidores la gran calidad y versatilidad que tiene este producto.

Puedo concluir que las mujeres del sector estamos muy preocupadas y comprometidas con defender el aceite de oliva virgen extra de calidad y seguiremos trabajando intensamente para difundir esta cultura por todo el mundo.

“A pesar de los distintos puntos de vista, todas compartimos un propósito común: mostrar a los consumidores el valor y el potencial de un buen virgen extra”



Anita Zachou

Ingeniera agrónoma, catadora y fundadora de Mykonos Olive Oil Tasting

Me sorprendió la pasión, la experiencia y la profesionalidad de todas las mujeres que formaron parte de esta mesa y admiro el éxito que tienen cada una de ellas en sus propio campos.

Todas nosotras estuvimos de acuerdo en que aún queda mucho trabajo por hacer para cambiar la cultura y la mentalidad que existe hoy en día en torno al aceite de oliva virgen extra y, sin duda, la educación es la herramienta más poderosa.

En el campo de la gastronomía, muchas cosas han cambiado a mejor pero aún queda mucho camino por recorrer y necesitamos educar a los profesionales de este gremio porque, desde ellos y sus restaurantes, el consumidor puede conocer y enamorarse del aceite de oliva virgen extra.

“Aún queda mucho trabajo por hacer para cambiar la cultura y la mentalidad que existe en torno al AOVE”



María Morales

Chef, propietaria de Esencia by María Morales y finalista de *MasterChef 9*

El AOVE lo es todo en mi cocina. Calculo que el 90% de las elaboraciones contienen este producto. Es más, este verano hemos tenido un postre, que maridaba a la perfección con una cerveza negra, que era un reinterpretación del clásico "Chocolate, aceite y sal", en el que el aceite de oliva virgen extra era el gran protagonista.

En Esencia by María Morales servimos un menú degustación que se va modificando casi semanalmente, ya que cocinamos con productos de temporada, ofreciendo siempre alimentos de calidad. No contamos con una carta donde el comensal puede elegir los platos, sino que vienen a probar la cocina que me sale del corazón, ajustándome a estos productos de temporada. Esta es la razón por la que no tengo una carta de AOVes -¡algo que, por cierto, me parece una gran idea!- pero, no por ello, deja de ser indispensable en mi menú. Me apasiona el aceite, siempre ha formado parte del día a día en mi casa, y el buen aceite siempre ha tenido un sitio preferente en casa de mis padres.

Lo que sí hago es presentar los platos del menú degustación y voy maridando los platos con diferentes AOVes que voy probando y que me parecen interesantes. Por ejemplo, si se presenta una *vichyssoise* de pera con carpaccio de uva y boquerón en vinagre, maridamos con un AOVE arbequino, etc.

Los buenos AOVes son la mejor opción para potenciar las elaboraciones y, por ello, me parece vital educar al comensal, pero también a los chefs, que debemos aprender que cada aceite tiene su uso en cocina.

Parte de nuestra responsabilidad como profesionales del sector es cambiar y modificar ciertos estereotipos como, por ejemplo, que el AOVE no se tiene que emplear en las frituras. Tenemos que transmitir al comensal que sí que se fríe con virgen extra, ya que tiene muchísimas ventajas. No solo soporta altas temperaturas -hasta 180°-, sino que potencia el sabor, mantiene los nutrientes de los alimentos y encima es reutilizable. Si somos capaces de transmitir todo esto a nuestros comensales pienso que ayudaremos mucho al sector del AOVE y al incremento del consumo de este alimento.

Con respecto al tema de la discriminación de la mujer en el sector de la gastronomía, es algo a lo que llevo dándole vueltas muchos meses. Antes de pasar por *MasterChef* y que mi vida diera un giro de 360 grados, trabajé en muchos sectores y, sinceramente, nunca me sentí discriminada. Sin embargo, cuando comencé a adentrarme en el mundo gastro comencé a notar que me costaba mucho más que se me tomase en serio que a cualquier hombre. De hecho, una vez, en un *showcooking*, preparé una degustación para 100 personas de un plato muy especial para mí, un guiso de caza que necesita mucho mimo, y cuando llegué al lugar en cuestión, que estaba repleto de chefs masculinos, me preguntaron: ¿quién te ha hecho esto? Me quedé helada y pensé que esto jamás se lo habrían preguntado a un hombre.

Es un sector donde el 80% son hombres. Es cierto que a mí me llaman para muchos eventos, pero sé que a me va a costar mucho más trabajo ser valorada por mi profesión, que al final no es otra que ser chef. No es que no estemos valoradas, es que no se nos toma tan en serio.

En este breve periodo de tiempo me han otorgado muchos reconocimientos, por los cuales estoy inmensamente agradecida, pero mi mayor logro ha sido poder tener mi propio restaurante, donde cocinamos solamente dos mujeres. Sacamos adelante las dos solas 200 platos diarios de un menú degustación para 14 comensales. Cocinamos y organizamos todo nosotras, intentando buscar platos diferentes, fusionando tradición con toques distintos. Si esto lo hubiera montado un hombre, el restaurante ya estaría mucho más valorado a nivel gastronómico que el mío.

"Me parece vital educar al comensal acerca del AOVE, pero también a los chefs"

Multitank™

Diseñado para mejorar el **embalaje**, **almacenamiento** y **transporte** de productos a granel.

75% Ahorro de espacio de almacenamiento

15% Ahorro en costes de transporte

65% Ahorro en costes de packaging



Un IBC de 400l **retornable** y **reutilizable** que combina sus diferentes ventajas de seguridad, trazabilidad y almacenaje.





Balance "muy positivo" de Oleomaq y Oleotec

Enomaq, Oleomaq, Tecnovid, Oleotec y E-Beer cerraron cuatro días de intensa actividad dedicada a mostrar las últimas tendencias en maquinaria, equipos y tecnología aplicada a la industria de los sectores del vino, el aceite y la cerveza. Feria de Zaragoza realizó un balance "muy positivo" de la edición número 23 que contó, del 14 al 17 de febrero, con más de 28.000 visitantes profesionales.



[TEXTO: Cristina Revenga Palacios]

El Salón Internacional de Maquinaria, Técnicas y Equipos, que englobó las citas vinculadas con los sectores del vino (Enomaq y Tecnovid), el aceite (Oleomaq y Oleotec) y la cerveza (E-Beer), puso el foco en la especialización, ofreciendo las últimas soluciones en maquinaria, técnicas y equipos reflejando un marco tecnológico y económico acorde a la situación actual de mercado, donde los profesionales compartieron experiencias y recabaron toda la información posible acerca de la tecnología que les permita desarrollar su actividad de la manera más eficiente.

"El trabajo de nuestra institución, después de cuatro años tras la pandemia, ha buscado concentrar oferta y demanda, así como dar visibilidad a los sectores representados", subrayó el director general de Feria de Zaragoza, Rogelio Cuairán, quien resaltó "la calidad del visitante, así como las sinergias existentes entre los tres sectores. Por otra parte, hemos conseguido apoyar a las empresas para desarrollar su negocio y queremos trabajar en la mejora de nuestro modelo, ya que buscamos la mejora continua de nuestra propuesta



Una edición más, Grupo Editorial Mercacei estuvo presente en la feria con sus publicaciones.

de valor. Somos un instrumento al servicio de estos sectores profesionales".

Feria de Zaragoza subrayó que regresó después de cuatro años con una asistencia de 1.059 marcas procedentes de 20 países, "ya había sido reconocido como un éxito, pero tras estos cuatro días repletos de reuniones estratégicas, encuentros y misiones comerciales de alto nivel, valoramos de manera muy positiva el desarrollo de estos cinco certámenes que se celebran de manera simultánea ocupando cinco pabellones y una superficie de más de 50.000 metros cuadrados".

Durante la inauguración, el consejero de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Gobierno de Aragón, Joaquín Olona, resaltó que "el sector del aceite de oliva, junto con el del vino, tiene una gran capacidad para representar al territorio. En Aragón, precisamente, ya tenemos dos DOPs, Aceite del Bajo Aragón y Aceite Sierra del Moncayo, y Aceite del Somontano en tramitación".

Para estrechar vínculos comerciales, esos días se reunieron en los salones más de 50 delegaciones comerciales procedentes de países como Israel, Líbano, Marruecos, Túnez, Turquía,



Confíe su cultivo a la experiencia de la marca líder en olivar

HERBICIDAS



Recoge tu aceituna sin preocupaciones



Eficacia y seguridad



El herbicida cargado de tecnología



Acaba con las malas hierbas de hoja estrecha

FUNGICIDAS



Protección combinada de cobres



Lo máximo en cobre
Generación tras generación



Protección de Oro frente al repilo

NUTRIENTES Y BIOESTIMULANTES



Nutriente-estimulante foliar de rápida absorción



Suelo sano, cultivo rentable



La energía más eficiente para su olivar



La fijación natural del nitrógeno en tu mano



La salud de hierro para tu olivar



La potasa líquida que su olivar necesita



Nutriente foliar de rápida absorción



La fertilización foliar más completa

INSECTICIDAS



Tecnología integrada para el control de la mosca del olivo



Alta eficacia contra las plagas del olivar

AHORA, AL COMPRAR PRODUCTOS SYNGENTA PARA OLIVAR, PODRÁS

GANAR
ESTE MAGNÍFICO



**TOYOTA
HILUX**

* Por la compra superior a 100€ de productos de Syngenta Gama Olivar podrás participar en el sorteo de un Toyota Hilux. Consulte las bases en: www.syngenta.es/promociones o infórmese en su distribuidor Syngenta habitual.

syngenta[®]



© 2023 Syngenta. Todos los derechos reservados. [™] y [®] son marcas comerciales del Grupo Syngenta. Use los productos fitosanitarios de manera segura. Lea siempre la etiqueta y la información sobre el producto antes de usarlo.



Nuria Yáñez y Almazara Artal, premiadas por Oleomaq



Nuria Yáñez, directora técnica de Almazaras de la Subbética (Córdoba), fue galardonada con el Premio Maestra de Almazara, como reconocimiento a su trayectoria profesional y sus logros en el sector del aceite de oliva; mientras que Almazara Artal, de Albalate del Arzobispo (Teruel), obtuvo el Premio Excelencia Oleomaq en el marco del Concurso de Novedades Técnicas convocado por los salones de maquinaria y equipos para bodegas yalmazaras Enomaq y Oleomaq.

La institución ferial de Zaragoza reconoce en este certamen a los productos innovadores más importantes del sector destacando su aportación tecnológica, innovación y respuesta a las demandas del mercado.

En cuanto al Concurso de Novedades Técnicas 2023 convocado por Enomaq-Oleomaq y E-Beer, el jurado otorgó la Novedad Técnica Sobresaliente a *Hercoles*, un novedoso sistema de refrigeración que, gracias a un diafragma bajo el que se acumula CO₂, se consigue una temperatura de fermentación homogénea en todo el depósito. El sistema fue presentado por Talleres Mecánicos Jimeno, de Cariñena (Zaragoza). También fue premiada como Novedad Técnica Sobresaliente el sistema Olive Oil Booster, que combina diferentes tecnologías para optimizar la producción y mejorar la calidad del aceite.

Otros diez productos reconocidos por Enomaq-Oleomaq y E-Beer han sido:

- *Ampelos*, de Della Toffola Ibérica, S.A.U. (La Rioja), sistema que utiliza la inteligencia artificial y el aprendizaje automático para permitir que tres prensas trabajen de forma única.
- *Autoanalizador enológico SPICA*, de BioSystem (Barcelona), que utiliza tecnología LED con conectividad 4.0 para análisis en bodega o laboratorio de todos los parámetros de interés enológico.
- *Avaferm*, de HTS (Marsala, Italia), un innovador sistema automático para la gestión automática de las levaduras que permite optimizar el metabolismo de las mismas evitando ralentizaciones y/o paradas de fermentación.
- Envase con membrana, de Alfonso Soro Gayán (Fuentes de Ebro, Zaragoza), y cuya innovación más importante consiste en una membrana microporosa que permite que el vino siga evolucionando una vez es envasado.
- *Oenofoss 2*, de Foss Iberia SAU (Barcelona), un

equipo de análisis multiparamétrico mediante tecnología FTIR para mosto, mosto en fermentación, vino y vino espumoso.

- *Protolv*, de Talleres Mecánicos Jimeno, de Cariñena (Zaragoza), diseñado para la protección de caídas al interior de la tolva, tanto en el proceso de elevación como posteriormente ya elevada. Permite el tránsito de vehículos y personas sobre la misma.
- Sistema automático para poner y quitar tapones de silicona de las barricas, presentado por Equipamientos Industriales (Castejón, Navarra), que facilita una reducción de tiempos considerable en los tiempos de limpieza al automatizar el proceso de taponado/destaponado de las barricas.
- Sistema de monitorización de la segunda fermentación "Winegrid", de Watgrid (Ihavo Portugal), que permite monitorizar de forma remota y en tiempo real el segundo proceso de fermentación.
- *Uvypress*, de GAB Sistemática Analítica (Moja-Olèrdola, Barcelona), una prensa de uva portátil con un innovador diseño que profesionaliza los controles de maduración justo antes de la vendimia.
- *2 by Cleanwood*, de Cleanwood Technology (Lanciego, Álava), con tecnología aplicada a través de la máquina Zerob1.2 que permite regenerar, desinfectar y limpiar las barricas de roble mediante un tratamiento físico de ondas de alta frecuencia. De esta manera, se consigue no alterar el perfil organoléptico de la madera recuperando sus compuestos aromáticos.

Novedades Técnicas de Tecnovid y Oleotec

Por otra parte, Tecnovid y Oleotec también entregaron los premios de su Concurso de Novedades Técnicas 2023.

En la categoría de Novedad Técnica Sobresaliente fue reconocido el producto *Electroherbicida X Power XPS*, presentado por CNH Industrial Maquinaria Spain (New Holland), una solución para el tratamiento no selectivo de malas hierbas, lo que supone una alternativa a las escardas químicas y mecánicas con un modo de acción sistémico sin alterar el medio en el que se trataba y conservando la integridad del suelo.

Otros tres productos reconocidos como Novedad Técnica por el jurado de este concurso fueron *88ADR*, de Mollificio Bortolussi (Veneto, Italia), que presentó un soporte de guía autobloqueante para el tensado de alambres que otorga mayor fuerza de tensado de manera más sencilla; *Helios*, presentado por UV Boosting SAS (Saint-Nom-la-Bretèche, Francia), que permite reducir los tratamientos fitosanitarios en la viña fortaleciendo el sistema inmunitario de la planta a través de la estimulación natural de las defensas de la viña por flash UV-C; y *Vitipic 335+*, de Julien SAS (Cairanne, Francia), un poste con punta en X para facilitar su implantación y mejorar la estabilidad, reduciéndose además el riesgo de rotación del poste.



Nuria Yáñez, directora técnica de Almazaras de la Subbética (arriba), y Almazara Artal (abajo), fueron premiadas en Oleomaq.





mañez lozano

Pasión, experiencia, compromiso e innovación

A principios de los 90 incorporamos por primera vez en la historia la electrónica a los atomizadores, revolucionando la pulverización del olivar con nuestro sistema **SISTROMATIC**.

Con el nuevo mando **SISTRONIC** volvemos a hacer historia



SISTRONIC 4.0

Empieza una nueva era

PLANIFICA, GESTIONA, CONTROLA,
OPTIMIZA Y EVALÚA TUS TRATAMIENTOS

- Conectividad GSM 4G
- Agenda de de campos y cuadernos, INFORMACIÓN Y CONTROL sobre tratamientos
- Mapeo en tiempo real sobre el área de trabajo
- Envía órdenes de trabajo
 - Lista de productos y porcentajes a aplicar
 - Condiciones de trabajo: caudal, dosis, presión
- Sistema de alarma, comunica las posibles incidencias

**SISTRONIC 4.0**
Connected smart control

!Descubre más sobre
nuestro mando!





Novedades destacadas



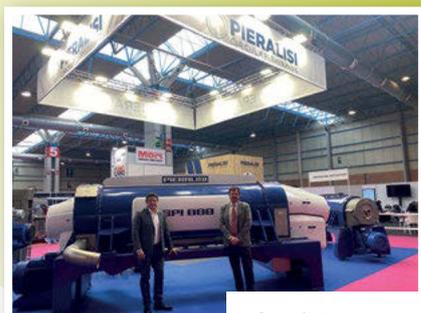
New Holland presentó el modelo exclusivo para olivar Braud 10.90X.



Soporte y grifo vertedor para garrafas de 2, 3 y 5 litros de Berlin Packaging I Bruni Glass.



Fixedtop mostró sus bag-in-box hexagonales y el novedoso Hands-free Tap, su dispositivo manos libres para válvulas Vitop.



Pieralisi expuso sus últimas novedades en Oleomaq.

Smurfit Kappa dio a conocer las soluciones de Bag-in-Box® más sostenibles.



Más de 50 delegaciones comerciales procedentes de diversos países se reunieron en los salones.

Grecia o Sudáfrica. “Esta participación tan destacada y de alto nivel nos permite situar a Feria de Zaragoza en el centro de los intereses comerciales de los tres sectores y convertir a esta cita en una de las más importantes en toda Europa, un certamen muy consolidado que el sector estaba esperando con

Verallia recibe el premio al mejor stand

Un año más, Feria de Zaragoza entregó a Verallia el premio al mejor stand en Enomaq 2023, un reconocimiento al diseño, la originalidad, la sostenibilidad y la integración de producto.



muchas ganas”, señaló el director general de la entidad.

Programa de catas

Otro aspecto muy relevante de estos días fue el programa de catas, que se convirtieron en un gran atractivo del certamen “ya que han sido una excelente manera de abrir contacto y estrechar vínculos comerciales”. Este año, los sa-

lones contaron con un espacio exclusivo para catas guiadas y maridadas de cervezas, así como de una selección de los mejores AOVEs. Cabe destacar que EVOOLEUM llevó a cabo una cata especial impartida por José María Penco, director del Concurso Internacional EVOOLEUM, denominada “Las mejores variedades del Mediterráneo by EVOOLEUM” y que fue un éxito. En esta ac-





EVOOLEUM llevó a cabo una cata impartida por José María Penco, director del Concurso Internacional EVOOLEUM.

vo a cabo una original cata combinando lo mundos de la cerveza y el aceite a cargo de la Asociación Española de Técnicos de Cerveza y Malta (AETCM).

Asimismo, Feria de Zaragoza resaltó la calidad del público profesional, así como el “ambicioso” programa de actividades, conferencias y debates sobre los retos actuales y de futuro de los sectores involucrados. Por ejemplo, ICEX España Exportación e Inversiones presentó su novedoso proyecto de formación con el que impulsa la internacionalización de las empresas españolas conectándolas con el talento joven; mientras que el Instituto Tecnológico de Aragón (ITAINNOVA) expuso cómo la tecnología puede mejorar la competitividad de las pymes.

La institución ferial avanzó que Enomaq, Oleomaq, Tecnovid, Oleotec, y E-Beer abrirán de nuevo sus puertas en 2025 con muchas novedades, “lo cual será nuevamente un fiel reflejo de la importancia de estos cultivos y productos especiales en la Península Ibérica”.

tividad -que supone otra acción más para poner en valor a los productores del TOP100 de EVOOLEUM y fomentar

la cultura del AOVE- se cataron cinco muestras de arbequina, picual, hojiblanca, coratina y koroneiki. También se lle-

Talcooil

Hasta la última gota



LAMINAR



MICRONIZADO



NATURAL



Microtalco natural

Coadyuvante tecnológico para almazaras



Escanea este código con la cámara de tu móvil y descubre más sobre las ventajas de Talcooil.



Balance de Agroexpo 2023: “excelente” volumen de negocio, expositores y visitantes



La 35ª edición de Agroexpo, celebrada del 25 al 28 de enero en las instalaciones de FEVAL en Don Benito (Badajoz), registró “lleno absoluto” de expositores nacionales, europeos y extracomunitarios, así como una “excelente” cifra de visitantes, hasta alcanzar los 40.000 asistentes, que disfrutaron de las novedades del sector agrario presentadas en los stands y de las charlas técnicas desarrolladas en el marco de la feria, según informaron sus organizadores.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

Se trata de una cita que “ha ido creciendo con los años y que sin duda lo seguirá haciendo. Estamos en un momento disruptivo en la agricultura, no solo en Extremadura y en España, sino en el mundo entero, y creo que este tipo de eventos es muy importante para sacar provecho puesto que lo tenemos aquí, en Extremadura, y no hay que desplazarse a otra Comunidad Autónoma”, resaltó José María Naranjo, presidente del Comité Organizador de Agroexpo 2023.

Por su parte, la directora de FEVAL, Susana Cortés, subrayó que “visitantes, organizadores y expositores han destacado el buen ambiente que se ha vivido en esta edición, cuyos pasillos rebosaban de público todos los días, lo que ha permitido el gran volumen de negocio que las empresas nos manifiestan. El balance a nivel económico ha sido muy bueno”.

Cortés precisó que Agroexpo ha recuperado el espacio expositivo supe-

rando las expectativas, ya que “hemos tenido una altísima demanda con empresas llegadas desde varios puntos del país y de fuera de nuestras fronteras. Más allá de las siempre bienvenidas portuguesas, hemos contado con nueve empresas extracomunitarias, algunas de ellas procedentes de China o Irán”.

Así, la feria contó con la presencia de más de 250 empresas y 500 marcas representadas en los cuatro pabellones y la zona exterior. Desde la organización señalaron que “algunas compañías se han tenido que quedar en lista de espera porque no había más espacio, lo que nos ilusiona aún más para el año que viene porque estamos seguros de que volverá a tener tendrá una gran acogida”.

Agroexpo también acogió diversas charlas técnicas, así como jornadas monográficas dedicadas al agua como “Elemento invitado”, donde se pudo debatir sobre los retos de futuro en los que han de trabajar tanto la Administración como los agricultores con el objetivo de



Una edición más, Grupo Editorial Mercacei estuvo presente en Agroexpo con stand propio.

que este recurso se utilice de manera eficiente y sostenible. Entre otros temas, en estas actividades se dio a conocer el plan estratégico regional del regadío, que es la hoja de ruta que va a seguir la Junta de Extremadura durante los próximos años en esta materia con el fin de que sean más sostenibles y eficientes. Manuel Mejías, secretario general de Po-



Un auditorio con aforo para 700 personas y repleto de agricultores reflejó, según la institución ferial, el éxito de la temática escogida este año para esta jornada que forma parte de la programación habitual de Agroexpo, al igual que sucedió con la dedicada a la Política Agraria Común (PAC) -patrocinada por Cajalmendralejo-, que permitió conocer las novedades para 2023. Así, se abordaron los nuevos requisitos, principalmente medioambientales, como la aparición de los llamados eco-regímenes o la denominada condicionalidad reforzada, mediante la cual se hace necesario cumplir con una serie de prácticas agrarias y medioambientales. También se trató la futura implantación obligatoria de un cuaderno digital de explotación.

Jornada sobre la calidad de los aceites de oliva vírgenes

A su vez, en el marco de Agroexpo, Química Verde Masul organizó una jornada técnica sobre la calidad de los aceites

blación y Desarrollo Rural del Gobierno extremeño, detalló que se está trabajando en la modernización de los regadíos actuales donde “la primera fase ha ido dirigida principalmente a disminuir la pérdida de agua en las instalaciones de las comunidades de regantes, mientras que el siguiente paso pretende conseguir un riego más eficiente a través de la presurización y hacer llegar a las parcelas el agua para que pueda seguir siendo utilizada mediante riego por goteo”.

Además, las confederaciones hidrográficas del Guadiana y Tajo dieron a conocer en profundidad los planes hidrológicos de sus cuencas para los próximos años; técnicos del Cicytex abordaron la digitalización en la agricultura; y la Sociedad Estatal de Infraestructuras Agrarias (SEIASA) desgranó el sistema de modernización en el regadío, al tiempo que las comunidades de regantes debatieron sobre este asunto en una mesa redonda.

Fabricando bombas desde 1970



EQUIPOS DE BOMBEO
www.bombasparralamanca.com



Polígono Industrial Serycal · Avda. Julián Sáez, nº 38 · PEDRO MUÑOZ · Ciudad Real



Galardonados en los 10º Premios a la Innovación Empresarial (izda.) y jurado del concurso del que formó parte Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei (drcha.).



de oliva vírgenes obtenidos en la almazara que completó el aforo con la presencia de 70 personas.

El encuentro, dirigido a los profesionales de almazara, analizó desde diferentes perspectivas las causas y circunstancias por la que no se consigue la calidad del aceite prevista, debido a las condiciones ambientales, a los errores de post-cosecha, a las malas praxis o a la dejadez en la higienización de las superficies por las que pasan los frutos y aceites.

En los últimos años se ha potenciado la recolección temprana y mejorado notablemente la calidad de los aceites. No obstante, según sus organizadores, aún queda margen de mejora en las producciones, sobre todo, para reducir la aparición de defectos leves (sobre maduro, agrio, avinagrado, ligeros atrojados...) que provocan la pérdida de categoría comercial y que, de forma sencilla, se podrían subsanar, aumentando el porcentaje de AOVE en las bodegas.

Para abordar este tema, la jornada contó con la participación de diferentes protagonistas de la cadena de valor de los aceites de oliva, quienes aportaron su experiencia y presentaron soluciones para corregir y evitar estos puntos de pérdida de calidad.

El investigador del Centro Tecnológico Nacional Agroalimentario (CTAEX) Alfonso Montaña, expuso el importante papel que juega la fracción biótica (levaduras y bacterias) en la calidad final de los aceites, desde la post-cosecha, durante el proceso de extracción y en la conservación en bodega. A continua-



Jornada organizada por Química Verde Masul sobre la calidad de los AOVs.

ción, se presentaron los diferentes puntos en el proceso de extracción en los que se pierde calidad, así como las soluciones para solventarla o minimizarla. A su vez, Adolfo Medina, de la empresa Química Verde Masul, puso en valor el hecho de mantener en óptimas condiciones las diferentes etapas del proceso de elaboración de aceite de oliva, ya que aunque se posean frutos de calidad y la última tecnología, una mala o ineficiente eliminación de solidificaciones, incrustaciones y adherencias aportan sabores y olores malos a cualquier aceite, dando lugar a un daño irremediable, así como una pérdida económica importante para la almazara.

Tras las charlas, se realizó una cata en la que se presentaron diferentes aceites afectados por una mala limpieza en la almazara, como arrastre o sucio, con el fin de ayudar a detectar estos defectos en los aceites de principio

de campaña. Finalmente, se abrió una mesa de debate, en la que, además de contestar a las cuestiones de los asistentes que no se habían resuelto previamente, se analizaron los puntos clave en el proceso en los que se pierde calidad y son más urgentes de solventar.

Garantía de futuro para la agricultura

Agroexpo, a su vez, entregó sus reconocimientos a los mejores expedientes académicos 2021-2022 relacionados con el sector agrícola y agroindustrial, que recibieron nueve personas que obtendrán un contrato de seis meses en empresas extremeñas.

Otra de las citas destacadas fue el acto de entrega de los 10º Premios a la Innovación Empresarial, cuyo objetivo es premiar los resultados relevantes en productos que sirvan para el desarrollo agrícola, agroganadero y agroalimentario. Unos galardones que este año contaron con productos innovadores, como una herramienta para mejorar la calidad del aceite de oliva o una solución tecnológica para acelerar el desarrollo de semillas, y cuyo primer premio -dotado con 2.000 euros- fue para la empresa BALAM Agriculture, por su producto "Cultiva Carbono". También se concedió un primer accésit y una dotación de 1.000 euros para reconocer el producto "Eco Humus", de la empresa Abona Global; mientras que el segundo accésit fue para la empresa Agrocentro Don Benito, creadora del "Robot de Trasplante", que obtuvo 500 euros. 🍓



SICMA

Tecnología avanzada para la recolección de aceitunas,
nueces, almendras y frutos pendientes



 **expoliva**[®]

Feria Internacional del Aceite de Oliva e Industrias Afines

Pabellón Syngenta - Stand 56

TALLERES MUÑOZ S.L.

Polígono industrial

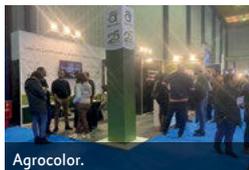
Fuente Granada C/ Genil, 9 - 11

23680 - Alcalá la Real (Jaén)

Teléfono: **953 58 10 10 - 606 38 51 92**



Galería de expositores del sector del olivar



Agrolor.



Agromillora.



Agrotronik.



Aldama.



Amenduni y Tamesur.



BALAM Agriculture.



Básculas SOPP.



Bautista Santillana.



Bayer.



CaixaBank.



Cajamar.



Calero Group.



Centrifugación Alemana.



Cosvalinox.



Grupo De Prado.



DF Grupo.



Eurochem.



Fertinagro Biotech.



FOSS.



Greenfield Technologies.



Grupo Fertilberia.



Improfort.



Isagri.



Ildefonso Rosa Ramirez e Hijos-JAR.



Bandas Cortés.



Magón Aceros.



Makita.



Mantra.



Mález y Lozano.



Multiscan.



New Holland.



Pieralisi.



Química Verde Masul.



Banco Santander Agro.



Seipasa.



SIPCAM Iberia.



Tutorolivo.



Unicaja Banco.



Videlsur.



Viveros El Castillo.



Viveros Garmoplant.



Viveros Grupo Oleaplant.



Viveros Lucena.



Viveros Monreal.



TECNOLOGÍA AGRÍCOLA INTENSIVA

VIVERO DE OLIVOS CERTIFICADOS

PRODUCIENDO UNA AMPLIA GAMA DE VARIEDADES



PLANTAS DE OLIVOS PARA
PLANTACIONES DE
ALTA DENSIDAD
LÍDER A NIVEL MUNDIAL



WWW.OLEAPLANT.COM

VIVEROS LES CHAMPS MODERNES (MAROCCO)

✉ groupe@oleaplant.com / restagri@yahoo.fr

SOCIÉTÉ OLEUM CANARY (ESPAGNE)

✉ oleumcanary@hotmail.com

TEL: 00 34 69 17 37 593 / 00 212 661 25 64 99





El AOVE andaluz con DOP e IGP, a la conquista de Madrid Fusión 2023



Un año más, la Junta de Andalucía regresó a Madrid Fusión, el congreso gastronómico que se celebró del 23 al 25 de enero en IFEMA, respaldando a los alimentos andaluces con DOP e IGP, tales como la aceituna de mesa o el aceite de oliva virgen extra, que volvió a figurar como producto oficial de este evento internacional. El stand andaluz ofreció un completo programa repleto de talleres, demostraciones y otras actividades relacionadas con sus productos de calidad diferenciada ligada al origen.

[TEXTO: Cristina Revenga Palacios]

Madrid Fusión Alimentos de España cerró su XXI edición con las mejores cifras de toda su historia. Este año tenía el reto -superado con creces, según sus organizadores- de volver a sus fechas habituales de finales de enero tras los cambios de calendario generados por la pandemia en las dos citas previas. Además, la cumbre internacional de gastronomía constató que el sector está más vivo que nunca y que sigue siendo capaz de ilusionar y sorprender. Después de tres intensas jornadas de intercambio continuo de conocimiento, Madrid Fusión demostró su inagotable capacidad para reunir a cocineros y empresas vinculadas a la gastronomía, pero también a los mundos del vino, la pastelería y la panadería. Las

cifras fueron rotundas: 21.106 visitantes (un 25% más que en 2022), más congresistas (1.771 a los que se sumaron 708 jóvenes de Escuelas de Hostelería) y más periodistas (1.216).

La Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía acudió a este congreso gastronómico para promocionar entre los profesionales de la alta cocina los distintos productos agroalimentarios y pesqueros andaluces con calidad diferenciada, entre ellos las aceitunas y el aceite de oliva virgen extra.

En su visita a este evento, la titular andaluza de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, Carmen Crespo, resaltó que "Andalucía es un binomio campo-mar perfecto con productos de calidad suprema disponibles para los chefs, que son sus embajadores".

A través de la marca *Gusto del Sur*, la Consejería contó con varios espacios dentro de Madrid Fusión 2023 donde se celebraron actividades, ponencias, talleres, catas, experiencias gastronómicas, etc., siempre bajo la premisa de degustar y valorizar los productos agroalimentarios y pesqueros de calidad de Andalucía. Una de las acciones principales desarrolladas por Andalucía fue la ponencia de Pedro Sánchez, del restaurante Bagá (Jaén), bajo el título de "Composiciones binarias".

Asimismo, los cocineros Xanty Elías, del restaurante Finca Alfoliz Verde (Aljaraque, Huelva), y Nieves Barragán, del restaurante Sabor (Londres), realizaron una demostración fundamentada en el empleo en la cocina del aceite de oliva virgen extra con DOP, bajo el título "La magia del AOVE en la cocina".



Talleres sobre los aromas de los AOVEs andaluces con DOP



Denominaciones de Origen de Andalucía". Ambos chefs estuvieron acompañados por Francisca García, secretaria general del Consejo Regulador de la

DOP Priego de Córdoba y del doctor Rafael Moreno Rojas, miembro de la Academia Andaluza de Gastronomía y Turismo y presidente de la Cátedra de

Gastronomía de la Universidad de Córdoba. También tuvo lugar una demostración fundamentada en los productos amparados por figuras de calidad dife-

GUILLEN

BROKER



MIGUEL GUILLÉN

INTERNATIONAL OLIVE OIL BROKER

Empresa española especializada en la intermediación de operaciones de compra y venta de aceite de oliva a nivel mundial desde 1995. Especialistas en mercados de Túnez y Turquía y principal colaborador de las empresas punteras del sector





Premio "Defensa del producto" de *Alimentos de España*

En el marco de Madrid Fusión, el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, hizo entrega del Premio en "Defensa del Producto" de *Alimentos de España* al cocinero Borja Marrero por el proyecto que desarrolla en su restaurante MuXgo, en Las Palmas de Gran Canaria.

Este premio, que cumplió su tercera edición, tiene como objetivo reconocer el protagonismo del producto español en las propuestas gastronómicas, como es el caso de MuXgo, que hace una oferta culinaria basada en los productos de la isla, producidos y manipulados de forma sostenible, eficiente y responsable.

El titular de Agricultura, Pesca y Alimentación remarcó el papel de los chefs y cocineros como embajadores de la gastronomía española y de los productos de calidad que la hacen posible.



La DOP Priego de Córdoba atendió a sus visitantes desde un stand propio.

para dar a conocer los usos de sus AOVEs, así como las distintas marcas amparadas y sus singularidades, permitiéndolas, también, atender y captar nuevos clientes. En concreto, en esta ocasión estuvo presente la empresa Almazaras de la Subbética. La entidad precisó que se atendieron de manera directa a más de 500 prescriptores, en su mayoría del canal Horeca y tiendas delicatessen procedentes del territorio nacional pero también de Japón, México, Brasil, Perú y Francia, Venezuela, China, Londres. En palabras de Francisca García, secretaria general del Consejo Regulador de la DOP Priego de Córdoba, "en esta edición hemos detectado una gran afluencia de público que ha llegado buscando un producto con garantía y autenticidad de origen a la par que sostenible, siguiendo la tendencia que exige el mercado actual". A su vez, se dieron a conocer los atractivos turísticos y gastronómicos de la comarca a través de su ruta "Turismo y Aceite".

En concreto, en el espacio que la DOP tuvo durante toda la feria en el stand del Ayuntamiento de Córdoba se llevaron a cabo degustaciones y se realizó una cata comentada y armonizada con platos dulces. A su vez, el AOVE de este sello de calidad también fue protagonista en el comedor de Andalucía. "Es importante resaltar y

renciada ligadas al origen y reconocidos en Andalucía, denominada "Nueva cocina andaluza de ReCuerdos". Esta charla fue impartida por Periko Ortega, propietario del restaurante Recomendando (Córdoba).

Otra de las acciones desarrolladas por Andalucía durante los tres días de congreso fue "Descubre los aromas de los AOVEs andaluces con Denominación de Origen". En cada cita se cata entre tres y cuatro vírgenes extra de los diferentes Consejos Reguladores participantes (DOPs Baena, Estepa, Lucena, Priego de Córdoba, Poniente de Granada, Sierra de Cazorla, Sierra Mágina y Sierra de Segura y la IGP Aceite de Jaén). Como conductores de los tres talleres estuvieron Jesús Sutil, gerente de la DOP Sierra Mágina; Francisco Moreno, secretario de la DOP Sierra de

Segura; y Miguel Soto, secretario de la IGP Aceite de Jaén.

Además de estas actividades, la DOP Priego de Córdoba atendió en esta edición a sus visitantes desde un stand propio que contó con la presencia de representantes de sus empresas y de las oficinas de turismo de su territorio y en el que se pudieron degustar los AOVEs de la nueva campaña. Otro espacio en el que su oro líquido estuvo presente fue en el stand del Ayuntamiento de Córdoba, en el que se dio a conocer la gastronomía cordobesa junto con el resto de DOPs de la provincia. En este mismo stand, todos los días se pudieron degustar los productos de los distintos sellos de calidad cordobeses.

En el stand de la DOP Priego de Córdoba se realizaron todos los días *showcooking*s y desayunos molineros



Los AOVEs "Jaén Selección 2023" se promocionaron en Madrid Fusión.

dar a conocer que somos un producto diferenciado, con una contra-etiqueta que garantiza nuestra calidad y que el consumidor debe buscar para asegurarse de que compra nuestras firmas. Promocionarnos en ferias de este tipo nos ayuda a posicionarnos dentro del sector y a ser conocidos internacionalmente", recalcó el presidente de este distintivo, Rafael Muela.

Por su parte, los ocho aceites de oliva vírgenes extra "Jaén Selección 2023" y productos "Degusta Jaén" de 14 empresas agroalimentarias jiennenses se promocionaron en Madrid Fusión de manos de la Diputación Provincial. El presidente de la Administración jiennense, Francisco Reyes, hizo hincapié en la importancia de participar en esta feria, ya que "se dan cita cada año los principales chefs a nivel mundial para mostrar las nuevas tendencias culinarias e intercambiar experiencias y conocimientos, además de que se dan a conocer nuevos talentos de la cocina, por lo que supone una importante oportunidad para mostrar los productos agroalimentarios de calidad que se elaboran en nuestra provincia, que son principal carta de presentación de la rica y variada gastronomía jiennense".

Espacio gastronómico *Gusto del Sur*

Para completar todas estas actividades, la Consejería contó con un espacio enfocado al desarrollo de experiencias gastronómicas para poner en valor todos los productos agroalimentarios y pesqueros de Andalucía. Esto se llevó a cabo a través de una propuesta culinaria diaria, que consistió en un menú elaborado con estas producciones por chefs andaluces, nacionales e internacionales y armonizado con vinos andaluces con DOP.

Para la elaboración de dicha propuesta gastronómica diaria fue fundamental, según la Junta de Andalucía, la colaboración de los Consejos Reguladores (un total de 17) entre los que, además de los ya mencionados de AOVE, se sumaron los de la DOP de AOVE Sierra de Cádiz, las DOPs Jabugo y Los Pedroches (jamón ibérico), las IGP's Aceituna Manzanilla y Aceituna Gordal de Sevilla, y, en el caso del vino, las DOPs Montilla-Moriles, Jerez-Xérèz-Sherry, Manzanilla-Sanlúcar de Barrameda, Málaga y Sierras de Málaga. 🍷



La experiencia nos distingue



A la vanguardia en tecnología y servicios



Productos españoles como el AOVE muestran su potencial en EEUU



La Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), con el apoyo del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), organizó el pabellón agrupado español en la feria Winter Fancy Food de EEUU, que se celebró entre el 15 y el 17 de enero en Las Vegas. El pabellón español dio a conocer productos del sector gourmet como el aceite de oliva virgen extra.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

Fancy Food Show cuenta con una gran tradición y es un certamen organizado desde 1954 por Specialty Food Association en Estados Unidos. Tiene lugar dos veces al año -Winter Fancy Food, que regresó a Las Vegas en 2023, y Summer Fancy Food, que se celebrará en Nueva York del 25 al 27 de junio-. La Winter Fancy Food es la edición invernal que cubre el mercado de la Costa Oeste, siendo la exposición de productos gourmet y delicatessen más relevante y de mayores dimensiones de la Costa Oeste del país norteamericano.

Esta edición contó con la presencia de más de 1.100 empresas de productos gourmet. Entre los visitantes de la muestra destacaron minoristas, distribuidores y mayoristas, representantes del canal Horeca, fabricantes y servicios empresariales (empresas de embalaje, brokers...). Además, Specialty Food Association presentó un completo programa de talleres y seminarios para ayudar a las nuevas empresas, a los fabricantes y a los compradores a tener éxito en un mercado en constante cambio.

Como cada año, a la feria acudieron diversos productores de aceite de oliva virgen extra español, que ofrecieron su amplia oferta en esta gran cita internacional.

Con la colaboración de los organismos de promoción autonómica de Andalucía (Extenda) y Castilla y León

(ICE), el espacio español reunió a un total de 29 empresas del sector para dar a conocer sus productos del sector gourmet y delicatessen.

El pabellón español también acogió un espacio gastronómico en el marco de la campaña *#SpainFoodNation* impulsado por el MAPA e ICEX España Exportación e Inversiones. Durante la celebración de la feria, tuvo lugar un programa completo con los productos españoles expositores como protagonistas y que incluyó seminarios y degustaciones a cargo de cocineros y profesionales del mundo de la restauración.

El aclamado chef Mat Schuster, propietario de Canela Bistro & Wine Bar, fue el anfitrión oficial de la *#SpainFoodNation Gastro Area* en el Pabellón Español. Este restaurante ubicado en San Francisco elabora versiones modernas de la cocina tradicional española. Fundado en 2011, Canela Bistro & Wine Bar supone el sueño de este cocinero de compartir su amor por la cocina y la cultura española en San Francisco. Schuster ha dedicado su vida a crear sabores sofisticados utilizando sólo productos locales de primera línea junto con productos gourmet españoles.

El chef dirigió varios seminarios y programas de cocina en vivo, ofreciendo a los invitados la oportunidad de probar y explorar los ingredientes de alta calidad de la rica cocina española, tales como el AOVE.

Además, la Agencia Ejecutiva de Investigación Europea (REA), en nombre de la Comisión Europea, organizó un Pabellón de la Unión Europea en la feria, en el que FIAB colaboró para que las empresas del pabellón español contribuyeran a la promoción de los productos agroalimentarios y participando en

los talleres sectoriales informativos organizados acerca de sectores como el aceite de oliva. Asimismo, en su panel *Big Idea Stage* colaboraron autoridades del MAPA, ICEX y FIAB.

Con esta acción en EEUU, FIAB puso en marcha el calendario de actividades de promoción internacional 2023 elabora-

do junto al MAPA e ICEX. Este

completo programa cuenta con más de 45 actividades, entre las que se incluyen ferias, misiones de exportadores, promociones en puntos de venta o encuentros virtuales con compradores profesionales. Todas ellas con el objetivo de fortalecer las relaciones comerciales con compradores internacionales y continuar expandiendo la presencia



FIAB organizó el pabellón agrupado español en la feria.



del sector español en todos los rincones del mundo.

“Animamos a todas las empresas a participar en este tipo de actividades. Presentar nuestros productos directamente a los compradores internacionales es una de las mejores herramientas para posicionarnos en los mercados estratégicos, especialmente en momentos de incertidumbre económica internacional como la actual”, subrayó Mauricio García de Quevedo, director general de FIAB.

EEUU mejora su posición en el ranking exportador

En el “Informe de Mercados Prioritarios” de FIAB, un documento que analiza los países de mayor interés y proyección para el sector, la federación señalaba a EEUU como el principal país para los intereses comerciales del sector. En los primeros diez meses de 2022, la industria española exportó alimentos y bebidas por un valor de 2.079 millones de euros. Así, el país norteamericano se



Edurne Rubio y José Gálvez, de Aceites Oro Bailén Galgón 99, con el chef Mat Schuster.

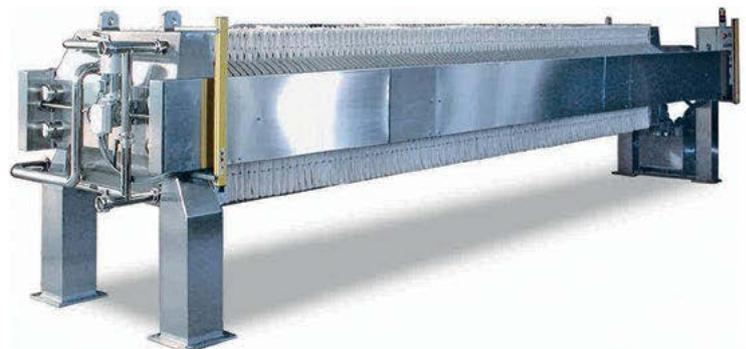
sitúa como el cuarto socio comercial de España a nivel global, superando a Alemania, y primer socio extracomunitario por delante de China.

Uno de los principales impulsos en las relaciones comerciales con España ha sido la supresión temporal del arancel que penalizaba a 113 productos españoles por el conflicto Airbus entre EEUU y la Unión Europea. A raíz de dicha supresión

en marzo de 2021, las ventas en este mercado recuperaron de nuevo su dinámica. De hecho, en la comparación interanual de las exportaciones del periodo enero-octubre, el sector ha mejorado sus ventas en 2022 en un 10,9% con respecto al ejercicio anterior.

En este sentido, según FIAB, uno de los retos que tiene el sector en este mercado es revertir la situación de la aceituna negra de mesa, que todavía se ve afectada por la aplicación de aranceles, así como la supresión permanente de la tasa sobre el resto de los productos afectados.

Según datos de ICEX, el mercado estadounidense muestra una demanda específica y creciente por el producto español y la marca España, no solo en los productos tradicionales sino en otros más novedosos y especializados. Por productos, el ranking de los cinco primeros está liderado por el sector del aceite de oliva, con 473 millones de euros, seguido por el del vino (319 millones de euros) y el de las aceitunas (181 millones de euros). 🟡



Zona Industriale
05018 ORVIETO - Italy
+39 0763 316181 r.a.
info@spadoni.it

Representado en España por:
PRODUCTOS AGROVIN S.A.
13600 - CIUDAD REAL
www.spadoni.it



Conde de Benalúa impulsa la excelencia del sector del olivar

La cooperativa Conde de Benalúa patrocina este año Expoliva, XXI Feria Internacional de Aceite de Oliva e Industrias Afines, a la que acudirá con la marca *Amarga y Pica*, como patrocinadora, a su vez, de El Gourmet de La Roja, proyecto gastronómico oficial bajo licencia de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF). Gracias a esta apuesta por la calidad y la proyección internacional de la empresa, *Amarga y Pica* ha recibido el Primer Premio a la Calidad de la Denominación de Origen Protegida Montes de Granada 2023, lo que enfoca a la marca hacia el incremento de producción y al aumento de la eficiencia del negocio de sus socios agricultores.

La imagen actual de liderazgo que proyecta la cooperativa Conde de Benalúa (Benalúa de las Villas, Granada) en el sector del olivar es el resultado de la estrategia llevada a cabo durante años orientada a innovar y a obtener productos altamente diferenciales y de calidad, a través del Big Data, la Industria 4.0, la innovación tecnológica o la seguridad. Estos conceptos se ven reflejados de forma visible en la proyección y posicionamiento actual de esta cooperativa -productora de aceite de oliva virgen extra y virgen desde 1954- a nivel internacional.

La cooperativa acude con orgullo a Expoliva 2023 tras su doble triunfo en la XV Edición de los Premios a la Calidad del Consejo Regulador de la DOP Montes de Granada. Así, su marca *Amarga y Pica by Conde de Benalúa*, se ha alzado con el Primer Premio en la Categoría Mejor AOVE Frutado de la Denominación de Origen Protegida Montes de Granada, un galardón que “no sólo reconoce la calidad de uno de los mejores AOVes del mundo, sino la puesta en valor de la agricultura que la cooperativa realiza, con una importante inversión económica destinada



Antonio Rafael Serrano, presidente de Conde de Benalúa, recogiendo el Primer Premio a la Calidad de la DOP Montes de Granada.

a sus socios”. Así, todos los agricultores que apuesten por *Amarga y Pica*, incrementando su producción, aumentarán la eficiencia de su negocio, accediendo a un mayor pago por su producto, además de a la asesoría y apoyo técnico que la entidad viene ofreciendo al socio. Se trata de un excelente aceite de oliva virgen extra de cosecha temprana y categoría superior “que enamora por su carácter y sabor intenso”. Asimismo, Conde de Benalúa también ha obtenido el Premio en la Categoría de Mayor Volumen de AOVE envasado con DOP Montes de Granada durante la campaña 2021/22.

“Transformación en Benalúa es esto: el compromiso de todos los que formamos



Los cuatro AOVes principales -*Amarga y Pica, Especial, Bio y Conde de Benalúa*- de la cooperativa con la caja que contiene el slogan actual “*Ama lo bueno. Amarga y Pica*”.

nuestra cooperativa de continuar moviéndonos por el cambio, elaborando de forma profesional y garantizada un zumo de aceituna único, singular, especial por su paladar y por sus propiedades nutricionales, en las mejores instalaciones con olivos centenarios y desde el compromiso con el medio ambiente y el aval de la Denominación de Origen Protegida, que aporta valor a la tierra. Una transformación que recibe este importante premio, cuya fórmula se basa en los valores de libertad, agilidad, respeto e innovación”, han destacado desde la cooperativa.

Estos valores han atraído a El Gourmet de La Roja, que ha fichado al aceite de oliva virgen extra *Amarga y Pica* entre los mejores productos de la gastronomía española para representar a nuestro país, convirtiéndose en nuevo patrocinador de este proyecto gastronómico oficial bajo licencia de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF).

Este acuerdo tiene como objetivo transmitir la excelencia gastronómica de España a través de los valores del deporte del fútbol y de la selección nacional. En este sentido, *Amarga y Pica* ha sido seleccionado como el aceite de oliva virgen extra gourmet ideal para sa-



La marca *Amarga y Pica* se ha convertido en patrocinadora de El Gourmet de La Roja.

borear con intensidad las victorias de la selección española de fútbol. Este AOVE se podrá adquirir en grandes superficies y supermercados de todo el territorio nacional y en diferentes canales de El Gourmet de La Roja junto a la selección de productos gourmet que también representan al equipo español. “A través de este acuerdo de colaboración, uno de los mejores sabores españoles como es *Amarga y Pica* mostrará al mundo nuestro patrimonio gastronómico y cultural”, han subrayado desde la cooperativa.

Expoliva 2023 será el escenario donde Conde de Benalúa visibilizará su apuesta por la excelencia, con productos de alta calidad como *Amarga y Pica*. La cooperativa ha elegido apoyar a Expoliva con el propósito de enriquecer este espacio de encuentro dotándolo de mayor presencia de producto de calidad, experiencia de consumo y dinamismo, así como convertirlo, de forma definitiva, en un cita exclusiva y fundamental para los profesionales oleícolas en la que establecer sinergias en aras de la transformación del sector agroalimentario.

El gerente de Conde de Benalúa, Eduardo Valverde, ha subrayado que “apostamos rotundamente por la calidad, la innovación y la excelencia en todo nuestro ciclo de producción, para lo que invertimos esfuerzos y recursos en ayudar a nuestros socios a impulsar dicha excelencia con servicios y condiciones profesionales únicas. Excelencia que queremos proyectar en Expoliva 2023 transformando este espacio de encuentro profesional en una cita de referencia del mejor aceite del mundo”.

“El consumidor, la comunidad agroalimentaria y el planeta demandan esta transformación y en la cooperativa estamos liderándola con convencimiento a través de un producto de calidad reconocida, innovando en los procesos y capacitando y reconociendo el valor profesional”, ha resaltado. 🟢



OLEA METAL

ÚBEDA - S.C.A.

- Reparación y mantenimiento de maquinaria oleícola
- Fabricación y montaje de depósitos a medida, tuberías y colectores en acero inoxidable
- Reparación de decanter todas las marcas



OLEA METAL ÚBEDA, S.C.A.

Polg. Los Cerros - C/. Agricultura s/n.
23400 Úbeda (Jaén)

Telf.: +34 953 793 168 • Móvil: +34 687 821 670

E-mail: oleametal@oleametal.com • www.oleametal.com



El Museo Terra Oleum acoge la presentación del libro "El secreto del cambio. Nociones sobre el olivo y su aceite"

El Museo Terra Oleum, en Mengíbar (Jaén), acogió el pasado 23 de marzo el acto de presentación del libro "El secreto del cambio. Nociones sobre el olivo y su aceite", elaborado y coordinado por José Luis Romera Vizcaíno, que cuenta con la participación de 28 expertos del sector del olivar y el aceite de oliva, haciendo un recorrido desde el campo a la mesa.



[Texto: Cristina Revenga Palacios]

En este acto -que congregó a un gran número de asistentes y no faltaron la mayoría de los expertos y coautores del libro, junto a su coordinador y autor principal-, se explicó cómo se había realizado esta publicación, que encierra experiencias en torno al olivar y el aceite de oliva y en la que se suman docencia, investigación e innovación.

El evento también contó con la participación del gerente del Museo Terra Oleum y la Fundación del Olivar, Javier Olmedo; y el diputado provincial de Promoción y Turismo, Francisco Javier Lozano, quienes resaltaron la importancia del sector oleícola que, a su juicio, "necesita acciones de este tipo que ayuden a conocer mucho más nuestro olivar y aceite de oliva".

Asimismo, se dio a conocer la recién creada Asociación Cultural Oliva Sabia, una entidad sin ánimo de lucro que nace para impulsar la promoción del olivar y el AOVE trabajando desde el lado cultural y que ya tiene en proyecto varios trabajos que ayudarán a conocer el mundo oleícola. Dicha asociación es la editora y distribuidora de este libro, así como de otros muchos trabajos que se elaborarán en un futuro.

Detalles del libro

Ante la falta de conocimiento que existe en el mundo sobre el aceite de oliva, Romera decidió contactar con las "personas más formadas y válidas del sector oleícola, con el fin de que participaran en este libro y así poder seguir ayudando a promocionar nuestro oro líquido y animar al lector a conocer nuestro olivar".

De esta forma, según el autor, la aportación de estos expertos permite conocer más y mejor el mundo rural, la contribución del olivar para mitigar el cambio climático y frenar el efecto invernadero, la importancia que tiene el AOVE en la salud y "lo bien que saben los platos cocinados con un buen virgen extra".

Asimismo, el prólogo -bajo el título "El olivo, ese árbol de bendición" y escrito por Ezequiel Martínez Jiménez, periodista, poeta y ex director de *Tierra y Mar*, CSTV (1992-2013)- "nos pone en el camino del conocimiento de nuestro olivar y su aceite".

Tras el prólogo, se subraya la trayectoria vital del autor hasta el día de hoy, de la que "destaco la apasionante descripción -con análisis costumbrista-



del ayer que rememora con añoranza tantas vivencias compartidas durante la niñez en el pueblo".

A través de esta obra, el autor ha conseguido anar la experiencia y la ciencia



José Luis Romera Vizcaíno es el autor y coordinador del trabajo plasmado en esta publicación.



y sencilla”, se explica la importancia del AOVE dentro de la Dieta Mediterránea, así como del oleoturismo como actividad que “en poco tiempo está contribuyendo de forma muy positiva a dar a conocer nuestro aceite de oliva desde el campo hasta la mesa”.

La portada del libro es un fragmento de la obra “*Oli Poema II*”, de la diseñadora gráfica Isabel Cabello, directora creativa de Cabello x Mure, quien también escribe en esta publicación.

“Aunque este libro se titula ‘*El secreto del cambio*’, he de confesar que no sólo hay un camino, sino que hay miles de ellos ocultos en el quehacer diario y por ende múltiples caminos pendientes en este mundo que nos apasiona como es el olivo y su aceite”, aseguró Romera Vizcaíno.

Esta obra contiene también vivencias personales del autor “arropadas por otros escritos de personas afanasas e ilustres, que aportan nociones para conocer este apasionante mundo”.

El libro se puso a la venta el pasado 1 de abril en la página web www.asociacionolivasabia.com y en Amazon. También existe la posibilidad de adquirirlo en formato digital a través de *Kindle*, además de en la mayoría de las librerías de la localidad de Úbeda. 🟡

que avalan a los coautores que firman sus respectivos artículos y que abordan temas como “España domina el sector estratégico”, “Profesionalización, mucho más que una cultura milenaria” o “Promoción, comunicación, distribución, demanda, retos y prioridades para el desa-

rrrollo sostenible en el olivar tradicional”. Asimismo, “el aceite de oliva virgen extra como grasa saludable se analiza con una visión poliédrica desde las diferentes caras y ángulos de utilidad: cultura, salud, paisaje, calidad y sabor”, resaltó el autor, quien añadió que, de forma “amena

Tecnologías innovadoras para la producción de aceite de oliva

VLS Technologies es una empresa especialista en el sector de las máquinas para el tratamiento de líquidos, desde el diseño hasta el montaje y reparación. Tenemos amplia experiencia en la filtración de aceite de oliva: contáctenos para más información.

www.vlstechologies.it



Filtro de placas



Filtro de tierra



España refuerza la imagen de sus AOVEs en Japón



ICEX España Exportación e Inversiones, en colaboración con la Oficina Económica y Comercial de España en Tokio, organizó la participación española con un Pabellón España en la 48ª edición de Foodex Japan, que tuvo lugar del 7 al 10 de marzo en el recinto ferial Tokio Big Sight. La Interprofesional del Aceite de Oliva Español también mostró en esta feria el “poderío” de los AOVEs españoles.



[Texto: Cristina Revenga Palacios]

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 esta 48ª 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 albergó más de 80 empresas españolas -entre ellas productoras de AOVE- que mostraron la diversidad de nuestra gastronomía. Además, contó con un espacio de cata y degustación, dirigido a profesionales internacionales y destinado a la exposición de productos de la despensa española como el aceite de oliva virgen extra con el objetivo de introducirlos entre el público japonés.

En este espacio, el fundador y presi-

dente de la Japan Olive Oil Association (OSAJ), Toshiya Tada, impartió un año más el seminario “Aceite de Oliva Virgen Extra: un tesoro de oro de España”, en el que compartió con los asistentes -más de 40 personas- el atractivo del aceite de oliva español a través de la cata de seis AOVEs.

Tada habló sobre la producción de aceite de oliva en España, su peso a nivel mundial y la evolución del volumen de producción durante los últimos 15 años, detallando las principales variedades por regiones y sus aromas y sabores. En concreto, se cataron las marcas

7 - 9
MARZO
2024

BARI - IT
NUOVA FIERA
DEL LEVANTE



El fundador y presidente de la OSAJ, Toshiya Tada, durante la cata de seis AOVEs españoles.

Maeva Toro, Venta del Barón, Saqura, Texturas Organic, BETIS y Hejul, que fueron seleccionadas por ICEX.

Según este experto, la demanda de aceite de oliva español por parte de los comerciantes japoneses continúa siendo muy alta, por lo que muchos visitantes acudieron a la muestra para debatir con los expositores.

La Interprofesional participa con stand propio en Foodex

Por su parte, la Interprofesional del Aceite de Oliva Español participó por primera vez con stand propio en Foodex, donde un total de 38 empresas dieron a conocer las numerosas referencias que comercializan en ese mercado. Este espacio -que estuvo integrado dentro de la propuesta que España llevó a esta feria- contó con la presencia de la gerente de la organización, Teresa Pérez, que fue la encargada de atender la visita de diversas autoridades institucionales, entre ellas la del embajador de España en Japón, Fidel Sendagorta Gómez del Campillo; y el consejero jefe de la Oficina Comercial y Económica, Fernando Hernández Jiménez-Casquet.

Además, los profesionales que acudieron a este espacio recibieron información sobre el producto y pudieron realizar degustaciones. Según Teresa Pérez, “el liderazgo de España en el mercado japonés se remonta a 2013. Es muy importante retomar un contacto con los japoneses que se vio truncado por el COVID. El consumidor y el distribuidor necesitan de esa presencia y cercanía para reiterar su confianza y apostar por el producto”.

Por otro lado, y en el marco de la presencia de la organización en Japón, la gerente de la Interprofesional fue también la encargada de dirigir dos seminarios celebrados en Tokio y Osaka, destinados principalmente a distribuidores, importadores, formadores y medios de comunicación, que pudieron conocer que “España es el líder mundial en calidad, producción y comercialización de aceites de oliva”.

enoli expo

agriotecnica
wine & olive oil technology

Feria Internacional de Maquinaria, Tecnologías y Servicios para la Producción de Aceite de Oliva y Vino

WWW.ENOLIEXPO.COM



La Interprofesional del Aceite de Oliva Español participó por primera vez con stand propio en Foodex.



La directora comercial de Castillo de Canena, Rosa Vañó.



La gerente de la Interprofesional, Teresa Pérez, atendió la visita de diversas autoridades institucionales.

Los seminarios -en los que se formaron más de 100 profesionales- se cerraron con una cata de algunos de los monovarietales más representativos de la producción española a cargo del experto Alfonso Fernández, con el apoyo de la catadora local y presidenta de la Japan Olive Oil Taster Association, Himoyo Nagatomo; y de la nutricionista y cocinera Ms. Shie. En su exposición, Fernández insistió en los valores diferenciales de los vírgenes extra españoles. Según explicó, “los japoneses tienen la creencia que el aceite bueno es el suave y hoy se han dado cuenta de que todos tienen cabida. Han aprendido la versatilidad que tiene un buen aceite de oliva virgen extra y también que lo pueden utilizar para cocinar y no sólo en crudo”.

Otra de las actividades relacionadas con el sector del aceite de oliva, desarrollada como antesala a Foodex, fue la charla que impartió la directora comercial de Castillo de Canena, Rosa Vañó,

Mercado japonés: oportunidades y recomendaciones

La pandemia ha acelerado el cambio en el comportamiento de los consumidores japoneses, que buscan opciones más saludables en su estilo de vida. Este hecho, así como la popularización y la progresiva integración de la comida occidental en el día a día de los ciudadanos de este país, abre una vía de crecimiento para el aceite de oliva, según un estudio de ICEX España Exportación e Inversiones.

Y es que la proliferación de los restaurantes españoles y de la cultura culinaria de España está forjando paulatinamente una imagen producto-país que favorece la comercialización de productos que son sinónimos de nuestra comida nacional. Sin embargo, según el informe, nuestro país todavía se sitúa por detrás de Italia en lo que se refiere al número de productos y marcas de aceite de oliva presentes en las superficies *retail* y en otros comercios que venden al consumidor final.

Para maximizar las oportunidades de éxito de cara a una penetración o expansión en Japón resulta necesario, según ICEX, comprender las características particulares de los consumidores japoneses y la sociedad en su conjunto. El incremento de los hogares unifamiliares, la incertidumbre económica y la mayor propensión al ahorro y la propia tradición culinaria determinan tanto los formatos de venta, como sus ocasiones de uso y la necesidad de realizar actividades de promoción para fomentar su consumo entre una población todavía poco docta en el aceite de oliva.

En este sentido, este organismo recomienda al exportador hacer énfasis en las cualidades del aceite de oliva como producto saludable, disponiendo de una página web en inglés o en japonés ejemplificando dichas propiedades mediante recetas en las que se usa este producto; y hacer hincapié en la buena relación calidad-precio de los aceites de España, sobre todo aquellos destinados a las cadenas de supermercado tradicionales.

También aconseja mantener la relación con el importador/agente japonés como la que mantienen dos socios y no una simple relación entre un productor y su cliente. Según detalla, este importador ayudará a entender dónde se venden los productos, cuáles tienen más éxito y qué estrategias pueden ser efectivas en el mercado japonés, entre otros puntos.

Finalmente, considera necesario entender las características del consumidor japonés en cuanto a formatos y ocasiones de uso, así como las de los supermercados que disponen espacio limitado en los lineales.



en la Embajada de España en Japón, que se centró en el valor añadido de los AOVEs en la restauración y la gastronomía japonesa. Tras esta clase magistral, se degustaron varios platos maridados con los AOVEs de Castillo de Canena.

En este encuentro, más de 80 personas se dieron cita entre chefs, gastrónomos, periodistas, *influencers* y distribuidores. Una experiencia gastronómica que se cerró con una cena-fusión japonesa en Eneko Tokyo. 🍷



JUAN VILAR

CONSULTORES ESTRATÉGICOS
ANALISTAS AGRONÓMICOS INTERNACIONALES

www.juanvilar.com

+34 629 221 983

juanvilar@juanvilar.com

INNOVACIÓN
EXPERIENCIA
FORMACIÓN
CREATIVIDAD

LA MÁS ALTA EXPERIENCIA A SU SERVICIO



CONSEJERÍA
EXTERNA



FORMACIÓN



HEADHUNTER



ESTRATEGIA



MARKETING
Y VENTAS



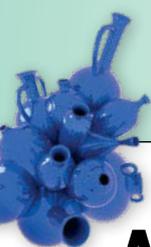
DESARROLLO
CORPORATIVO



ORGANIZACIÓN



OPERACIONES



Amenduni, el mejor aliado tecnológico para la extracción de AOVE de alta calidad

AMENDUNI



Más de un siglo de tradición y dedicación al sector oleícola e industrial consolidan a Amenduni como una de las empresas punteras en tecnología para extracción y soluciones de separación. Su rápida expansión en el mercado global se explica por un constante afán de mejora y una envidiable capacidad de adaptación a todos los cambios acaecidos en el sector, optimizando procesos y encontrando soluciones innovadoras y eficaces para satisfacer plenamente las necesidades de sus clientes.

Grupo Amenduni constituye una de las realidades industriales más grandes a nivel mundial para la producción de aceros especiales, proveyendo de materias primas a sectores clave como el aeroespacial, nuclear o médico-quirúrgico, entre otros. Desde su renovada sede en Jaén, epicentro del mundo del aceite de oliva, Amenduni Ibérica, S.A. gestiona y atiende las instalaciones en España y Portugal ofreciendo un impecable servicio de asistencia técnica. Su equipo humano, siempre en constante formación, es capaz de aplicar mejoras en cada revisión, fruto de nuevas experiencias y campañas atípicas como la de este año. La profesionalidad y alta cualificación de su personal técnico, su trato cercano y un cuidado servicio de atención al cliente son algunos de los factores diferenciadores de Amenduni que explican su posición de liderazgo.

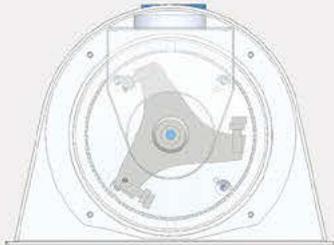
Fiel a la Feria Internacional del Aceite de Oliva e Industrias Afines desde su primera edición, Amenduni siempre ha

[Además de por sus óptimos rendimientos, durabilidad y eficiencia, los decánters de Amenduni destacan por su excepcional versatilidad]

considerado a Expoliva el marco ideal para presentar sus novedades e innovaciones. Así lo hizo con la serie de decánters REX para la extracción de AOVE de alta calidad, que destacan por su elevada eficiencia energética, lo que supone una importante ventaja competitiva; los molinos trituradores (modelos A40, A50 y A60) dotados de rotores de martillos y los nuevos rotores de cuchillas intercambiables entre sí; el acondicionador de pastas de alta eficiencia HEATEX, lanzado en respuesta a la demanda de AOVEs de gran calidad que



requieren una cosecha temprana donde el proceso de extracción precisa de una adecuada optimización de la pasta; o los nuevos modelos de centrifugas



MARTILLOS



■ NUEVOS MOLINOS



CUCHILLAS



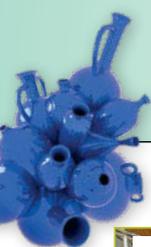
■ NUEVO ACONDICIONADOR DE PASTAS "HEATEX"



NUEVAS TERMOBATIDORAS ■

NUEVAS LINEAS "EVO" Y "REX LIMITED" ■





La Cooperativa Oleícola La Loperana apostó esta pasada campaña por la última tecnología de Amenduni en la completa renovación de sus instalaciones en Lopera (Jaén).



Los molinos de alta producción de Amenduni están contruidos en acero inoxidable y vienen provistos de rotores intercambiables de martillos o cuchillas que permiten al usuario dirigir la extracción.



El acondicionador de pastas HEATEX ofrece excelentes resultados en términos de eficiencia y calidad del AOVE obtenido.



Los modelos de decánters Amenduni Double Drive garantizan la mayor flexibilidad y versatilidad de producción, junto con un considerable ahorro energético.

secundario de tipo regenerativo, desarrollado junto con los técnicos de ABB, que garantizan la mayor flexibilidad y versatilidad de producción, junto con un considerable ahorro energético. La regulación independiente de velocidades de tambor y sinfín, junto con la amplia regulación de fases de los decánters de Amenduni, permiten alcanzar óptimos rendimientos de extracción con aceites limpios con destino al tamiz.

Por su parte, los molinos trituradores de alta producción vienen provistos de rotores intercambiables de martillos o cuchillas que permiten al usuario dirigir la extracción ya desde esta primera y crucial fase del proceso. Provistos de un sinfín accionado por motorreductor independiente para una mejor dosificación de su alimentación, tanto su carcasa como el resto de sus componentes -dos tipos diferentes de rotores, martillo con pastillas intercambiables, criba, muelas, etc.- están contruidos en acero inoxidable.

Finalmente, los nuevos modelos de centrífugas A4500 y A7500 simplifican las operaciones de desmontaje y limpieza a lo largo de la campaña oleícola e introducen importantes mejoras de eficiencia, consumo de agua y energía, siendo capaces de realizar una perfecta separación de restos de humedad y partículas en suspensión. 💧

A4500 y A7500, totalmente automatizadas y dotadas de autolimpieza.

Vayamos por partes. El proceso de extracción comienza desde la rotura del fruto, de vital importancia antes de acometer el batido de la masa. El departamento técnico de Amenduni Ibérica suele recomendar el tipo de rotor más indicado en función de las necesidades de cada cliente. El acondicionador de pastas HEATEX logra excelentes resultados realizando un pre-batido y asegurando una eficiente separación de las fases que constituyen la masa a batir.

La extracción se lleva a cabo en las centrífugas horizontales, que pueden ser suministradas con doble motor para el control independiente de la velocidad del tambor y del sinfín. Además de por sus óptimos rendimientos, durabilidad y

eficiencia, los decánters de Amenduni destacan por su excepcional versatilidad, logrando adaptarse a la perfección a todo tipo de circunstancias: primera extracción, segunda extracción, dos o tres fases, producciones elevadas y pequeñas... y todo ello sin perjudicar los rendimientos finales y la eficiencia obtenida. La empresa sigue un proceso de análisis de muestras de aceituna y rendimientos grasos para valorar los puntos críticos susceptibles de mejora y obtener una óptima relación calidad del AOVE-rendimiento del proceso.

Amenduni Double Drive

Cada vez más clientes optan por decánters de doble motor a la hora de abordar la reforma o ampliación de sus almazaras. En la pasada campaña, casi el 70% de las ventas se centraron en los modelos Amenduni Double Drive con motor

Amenduni Ibérica, S.A.
amenduni@amenduni.es
www.amenduni.com

BBVA

Creando Oportunidades

El campo ya está pidiendo la PAC

Domicilia tu PAC con nosotros y te ayudaremos a hacer crecer tu explotación con:

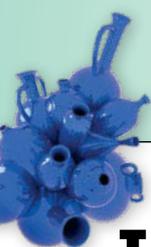
Liquidez para el día a día: Agropréstamo Anticipo PAC

Financiación para invertir: Agropréstamo inversión

Sin comisión de apertura



Puedes domiciliar tu PAC en BBVA hasta el **31/5/2023** y después solicitar financiación para el anticipo de la ayuda con Agropréstamo Anticipo PAC o financiación para invertir en tu explotación con el Agropréstamo BBVA hasta el **31/12/2023** sin comisión de apertura. Financiación sujeta a previa aprobación por parte de BBVA. **Ejemplo Agropréstamo Anticipo PAC** para 6.000 € contratado el 10 de marzo de 2023 con amortización total el 15/12/2023 (damos por supuesto que la ayuda llega esa fecha): TIN variable (euríbor 3 meses +2.5%): 5.182%, **TAE del 5,265%** sin comisión de apertura. Pago cuota trimestral: 1º cuota 76,87 €, siguientes 2 trimestres 79,03€ en concepto de intereses y una cuota final 6.025,77€ una vez recibida la ayuda en cuenta. Importe total a devolver 6.260,7€. **Ejemplo Agropréstamo** para 50.000 € a 60 meses con TIN Variable (euríbor 12 meses + 1,75 %) 5,292 % **TAE: 5,398%** sin comisión de apertura. Cuota mensual: 1.121,61€ Importe total a devolver 72.756,75 €. ***Promo cheque regalo carburante 25€** para domiciliaciones en cuenta BBVA de la subvención de la PAC por importe superior a 3.000€. Hasta máximo 15.000 cheques. El Banco facilitará por email un localizador para canjear el cheque indicando los pasos que tiene que seguir para canjear el cheque y disfrutar del premio en las estaciones de servicio del Grupo Repsol, por lo que es requisito imprescindible tener el email validado en el Banco. El valor bruto del cheque regalo es de 30€, teniendo este importe la consideración de rendimiento de capital mobiliario en especie, para personas físicas y de interés en especie para personas jurídicas, quedando esta renta sometida ingreso a cuenta del 19% que será asumido por el Banco.



IMS desarrolla un innovador sistema de monitorización algorítmica en el proceso de elaboración de AOVE



Basada en Inteligencia Artificial (IA) y desarrollada por IMS, la solución OPTIAOVE (Sistema Optimizador Monitorizado de Extracción del Aceite) permite la monitorización del proceso de molturación para conseguir una mayor cantidad y calidad de AOVE.

Con una amplia cartera de clientes repartida principalmente entre España, Portugal, Israel, Chile y Cuba, IMS destaca por su constante esfuerzo en materia de I+D+i, desarrollando nuevos proyectos y equipos como el aportador perimetral de agua a decánter, patentado en 2019, que permite una mejor extracción del aceite y contribuye al mantenimiento e incremento de sus propiedades organolépticas, nutricionales y saludables.

Ahora, la empresa ubetense ha desarrollado una solución basada en Inteligencia Artificial (IA) bautizada como OPTIAOVE (Sistema Optimizador Monitorizado de Extracción del Aceite) que está llamada a revolucionar el sector oleícola.

Para conseguir este objetivo, la solución actúa de forma inteligente controlando la aportación de agua en molino y la aportación de agua en batidora, para un batido de masa homogéneo y en aras de lograr una mayor extractabilidad del aceite mediante la gestión de humedad de la masa; así como la temperatura de la masa en batidora mediante la incidencia de agua de calefacción.

Además, la solución ideada por IMS permite controlar la temperatura de aportación de agua tanto en la batidora como en el decánter en función de la tempera-

tura de la masa, evitando así contrastes entre ellas; control de producción (aportación masa decánter); control del análisis de masa en batidora y orujo final en continuo que proporciona el propio sistema; control de velocidad diferencial y principal para un mayor agotamiento y ahorro energético; control de aportación de agua en centrífuga vertical para un mayor ahorro hídrico; y control de cantidad real de AOVE obtenido en el proceso de extracción.

Para preservar la calidad del AOVE y conseguir un mayor agotamiento, la aportación de agua al decánter se realiza a través del aportador perimetral patentado por IMS, sin perjudicar la masa resultante del batido.

Las actuaciones de control sobre el proceso de molturación están basadas en Inteligencia Artificial (IA). A partir de los resultados obtenidos en las analíticas que realiza el sistema en continuo tanto de humedad como de grasa se consiguen los datos de GSH (grasa sobre húmedo) y GSS (grasa sobre seco) de la masa de orujo, permitiendo una monito-



rización en tiempo real del proceso y logrando generar una gran base de datos. Dichos datos se unen a los obtenidos en el resto de fases, desde la recepción de aceituna en patio hasta la bodega y el almacenamiento del envasado, garantizando así una auténtica trazabilidad y gestión de procesos (*Big Data*).

Como conclusión, y tras los ensayos realizados con éxito por el Departamento de I+D de IMS, el sistema OPTIAOVE ha sido instalado satisfactoriamente en 30 almazaras con distintos decánteres, con independencia del fabricante de los mismos.

Instalación, Mantenimiento y Sistemas de Pesaje, S.L.
info@imspesaje.com
www.imspesaje.es



Universidad de Jaén



Generando conocimiento para el sector del olivar y del aceite de oliva



UJaen.es



Nicolás Portanet, director general de Aceites Penibéticos, S.A.

“Con el sistema de aporte de agua perimetral de IMS y la digitalización de todo el proceso de molturación, batido y centrifugado que aporta OPTIAOVE nuestros resultados han mejorado notablemente”

Con sede en la localidad jiennense de Navas de San Juan, Aceites Penibéticos, S.A. es una empresa familiar de larga tradición en el sector oleícola -sus orígenes se remontan a 1886 y la actual es la quinta generación- que comercializa sus AOVEs bajo las marcas *Navasury Acero*.

¿Por qué motivo decidísteis instalar el sistema OPTIAOVE?

Para conseguir los mejores resultados hay que rodearse del mejor equipo y ofrecerle las mejores soluciones. Una de ellas ha sido OPTIAOVE. Nos lo recomendó un compañero almazarero, quien nos animó a dar el salto para digitalizar el proceso de extracción e instalar este sistema. Esa recomendación, junto con la excelente atención al cliente de IMS y nuestra fantástica relación con su gerente, Pedro Martínez, nos dio toda la confianza necesaria para abordar el proyecto.

¿Cuál es el antes y el después de la instalación del sistema OPTIAOVE?

El antes se podría describir como atravesar un campo de minas con los ojos vendados, donde cualquier paso en falso provoca que tu rentabilidad se evapore. Una vez instalado, empleando su sistema de aporte de agua perimetral y la digitalización de todo el proceso de molturación, batido y centrifugado, nuestros resultados han mejorado notablemente, y las analíticas así lo confirman.

En una campaña tan atípica como esta, ¿cuál ha sido la repercusión económica aproximada?

En una campaña como la actual, con tan poco producto con el que trabajar y un precio del aceite por encima de la media, la diferencia en extracción ha sido clave, vital y decisiva para ser rentables en un año extremadamente complicado y con unos costes elevadísimos de insumos.



Francisco Aldarias, gerente de la SCA del Campo El Alcázar

“Con el sistema OPTIAOVE se obtiene un mayor rendimiento y, por consiguiente, una mayor producción que hace que nuestra rentabilidad sea mayor”

Ubicada en Baeza, la SCA del Campo El Alcázar es una de las mayores productoras de la provincia de Jaén. Pionera en la obtención de vírgenes extra de gran calidad, entre los numerosos premios obtenidos por su marca *Olibaeza Premium Picual* se encuentra el EVOOLEUM 2022 ABSOLUTE BEST, que le reconoció como el mejor AOVE del mundo en el prestigioso concurso EVOOLEUM Awards.

¿Por qué motivo decidísteis instalar el sistema OPTIAOVE?

En el proceso de molturación se trata de obtener los mejores rendimientos y la máxima calidad del AOVE producido. Oímos hablar del sistema OPTIAOVE, que ofrecía un paso más en la consecución de estos objetivos, y decidimos instalarlo en las diferentes líneas de molturación.

¿Cuál es el antes y el después de la instalación del sistema OPTIAOVE?

El antes es que teníamos que esperar al resultado del laboratorio para poder actuar en los distintos mecanismos que nos ofrecerían un mejor rendimiento. El después supone que ese dato es instantáneo, poniendo a nuestro servicio la Inteligencia Artificial que analiza al instante las características del producto a molturar, el control de la producción y la adición de agua necesaria para la obtención de un mejor rendimiento; todo ello de forma automática y reflejado en gráficos que permiten conocer los valores instantáneos e históricos del proceso.

En una campaña tan atípica como esta, ¿cuál ha sido la repercusión económica aproximada?

En esta campaña hemos visto que con el sistema OPTIAOVE se obtiene un mayor rendimiento y, por consiguiente, una mayor producción que hace que nuestra rentabilidad sea mayor. Esa diferencia se traslada económicamente al valor final de producto que se le da a nuestros socios.

**Bombas de aletas
de desplazamiento
positivo para
aceites vegetales**

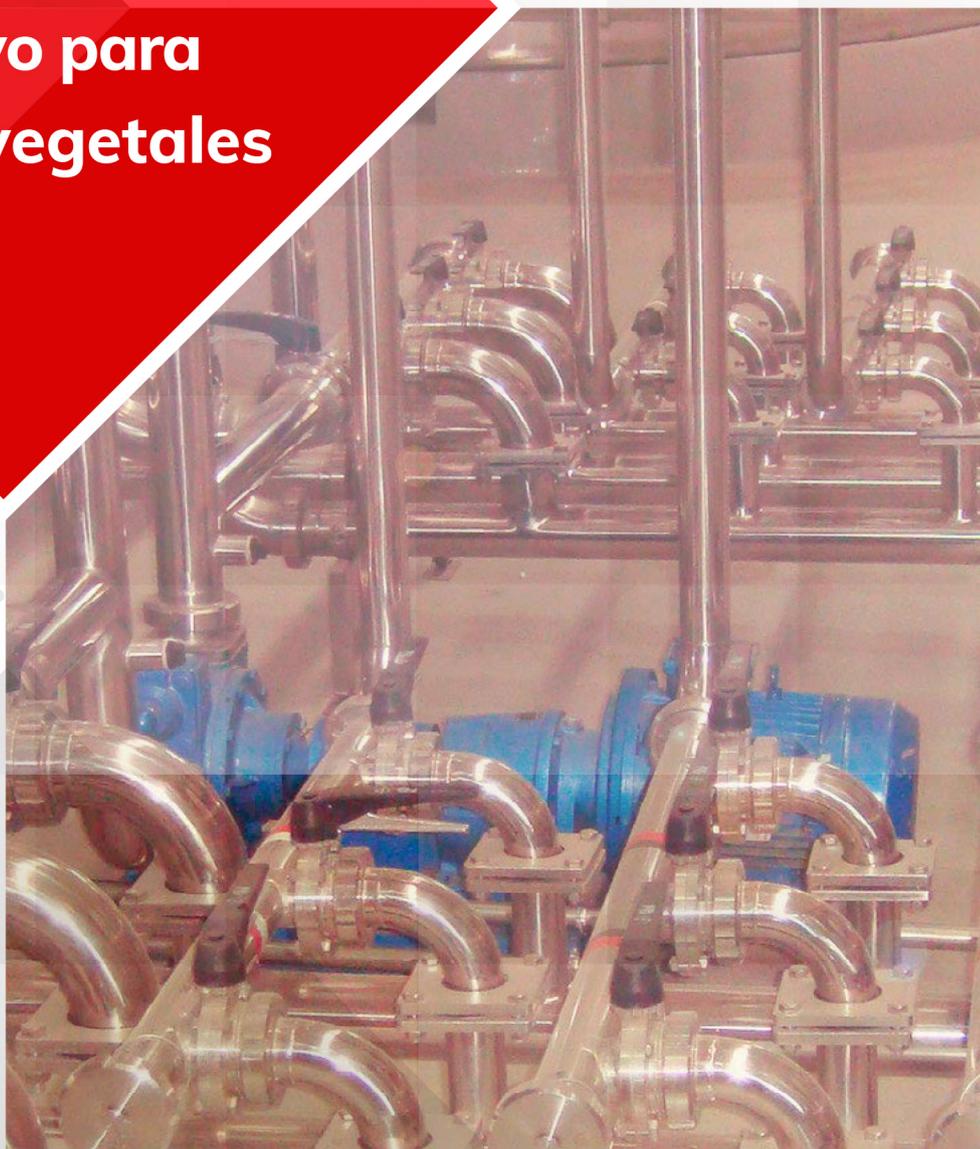


bombas

TRIEF

desde 1967

DESDE 1967

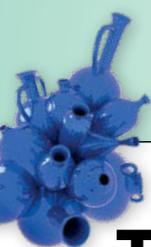


DISEÑO Y FABRICACIÓN DE BOMBAS

 ventas@bombastrief.es
bombastrief.es

 (+34) 944 416 238

 Lutzana Asua Errepidea, 26
48950 Erandio, Bizkaia



TREiCO, calidad y sostenibilidad al servicio del sector oleícola y olivarero



Siempre atenta a las necesidades y demandas de sus clientes, la Organización TREiCO sigue apostando por la innovación en los sistemas de limpieza y lavado de aceitunas, así como en la recepción, transporte y almacenamiento de los frutos, consiguiendo de esta manera una mejora de los procesos productivos en las almazaras.

Surgida a principios de la década de los 60, la Organización TREiCO es una de las más veteranas de la industria del aceite de oliva. Con casi 65 años de presencia en el mercado, en sus inicios logró el reconocimiento del sector gracias a sus cintas transportadoras; y más adelante, con la adquisición de las marcas REMASA (2003) y GRANAOLIVA (2005), se convirtió en un referente en el diseño e instalación completa de patios de limpieza en almazaras, desde el asesoramiento hasta la ejecución llave en mano de los proyectos de forma integral.

Gracias a la dedicación y sacrificio personal de socios y trabajadores, la empresa ha evolucionado de forma significativa y sostenible en un corto periodo de tiempo, incorporando la tecnología más avanzada tanto en el desarrollo de nuevos productos como en la fabricación, mejora y ampliación de instalaciones.



Instalación con equipos REMASA de alta producción RM-CPREMIUM.

Entre los proyectos ejecutados durante el pasado ejercicio 2022, destacan las instalaciones realizadas en la SCA San Juan Bautista en Peñolite y Stmo. Cristo de la Misericordia en Jódar, ambas con maquinaria de limpieza de la marca GRANAOLIVA; así como una instalación llave en mano en Elvas (Portugal), con dos líneas de la marca REMASA (modelo RM-MAXI Mixtas) en

la zona de patio de la almazara, incluyendo tolvas de recepción, cintas transportadoras, tolvas de almacenamiento, sinfines, tolvas de orujo y hueso y separadoras pulpa-hueso.

En la provincia de Jaén, TREiCO instaló en la SCA San Juan Bautista dos líneas de GRANAOLIVA modelo GR-CMAXI-Mixto de media producción en el marco de un proyecto de remodela-



Instalación realizada en la SCA San Juan Bautista en Peñolite (Jaén).



Montaje de redler, sinfín y tolvas de orujo en Olivomundo (Beja, Portugal).



Instalación realizada en la SCA Stmo. Cristo de la Misericordia en Jódar (Jaén).

ción integral de las instalaciones de esta cooperativa enclavada en plena Sierra de Segura. Así, la empresa se encargó del montaje de tolvas de recepción, cintas transportadoras, equipos de limpieza, tolvas de almacenamiento, sinfines de reparto a molinos, etc., otorgando una nueva vida y rendimiento a esta magnífica instalación.

Por su parte, en la SCA Stmo. Cristo de la Misericordia, situada en la comarca de Sierra Mágina, se instalaron en una primera fase -la intención de la cooperativa es completar la remodelación del patio en un futuro próximo- dos líneas de limpieza y lavado de aceitunas GRANAOLIVA modelo GR-CPREMIUM de alta producción en acero inoxidable. El proyecto de modernización -que amplía de forma exponencial la capacidad y rendimiento de esta instalación- ha

[TREiCO es una organización en continua evolución apoyada en un gran equipo humano cuya actividad siempre se ha basado en dos premisas irrenunciables: la consecución de la máxima calidad y la disminución del impacto ambiental]

incluido la sustitución de tolvas de recepción con cintas de castigo y alimentación a equipos de limpieza y lavado compactos de máxima producción y cintas transportadoras anexas.

Instalaciones de procesado, almacenamiento y limpieza de almendra

Paralelamente, la Organización TREiCO acumula una amplia experiencia realizando instalaciones de procesado, almacenamiento y limpieza de almendra para clientes como Manolet Almonds,

AgroManed, Borges, Almendras Francisco Morales o Almendras Olmeda. Durante la campaña 2022, la compañía ha acometido con éxito instalaciones de recepción y descapotado de almendras -para clientes como Almondo Group- e instalaciones de llenado de almendra en cáscara, participando en la ejecución de instalaciones partidoras de almendra tanto de cáscara dura como de cáscara blanda en el distrito de Évora, en la región portuguesa del Alentejo.

Asimismo, la empresa sigue aportando equipos de transporte en instalaciones como orujeras y fábricas de aceite con repaso de orujos, donde ha realizado algunas actuaciones con transportadores de cadena tipo redler, que nuevamente empiezan a encontrar su hueco en el mercado tras años de menor actividad.

Y es que TREiCO es una organización en continua evolución apoyada en un gran equipo humano cuya actividad siempre se ha basado en dos premisas irrenunciables: la consecución de la máxima calidad en sus productos y servicios y la disminución del impacto ambiental apostando por la sostenibilidad en sus proyectos. 🍯

Organización TREiCO
cintas_treico@treico.com
treico@treico.com
www.treico.com



Pieralisi, *Circular Thinking*



Pieralisi presentará en Expoliva 2023 su decánter estrella de alta capacidad, el modelo *SPI 76.2*

Pieralisi ha vivido una verdadera revolución interna en los últimos cuatro años, reconstruyendo el proyecto y modelo de negocio iniciado por la familia Pieralisi hace más de un siglo para mantener su liderazgo en un segmento cada vez más competitivo. En Expoliva 2023, la centenaria multinacional italiana mostrará al mercado las que, a su juicio, serán las claves del sector del aceite de oliva en los próximos años.

En Pieralisi son plenamente conscientes de que el sector productor de aceite de oliva ha experimentado una importante evolución en aras de lograr el necesario equilibrio en términos de sostenibilidad económica y ambiental para la supervivencia de muchos de los actores de la cadena de valor. Es en estos puntos claves sobre los que Pieralisi está apuntando su estrategia de innovación de productos y soluciones técnicas para mantener su posición de liderazgo en el sector.

Como señala Rodrigo Jaén, director general de Pieralisi para España y Portugal, “no sólo hemos cambiado recientemente nuestra imagen corporativa, sino que también hemos desarrollado mejoras en nuestros sinfines para lograr mayor eficiencia en capacidad y agotamientos en cada modelo de nuestros decánters. Es evidente la necesidad por parte del sector de conseguir mayores capacidades diarias de molturación de

aceitunas con los mejores agotamientos posibles. Hay que tener claro que el negocio de nuestros clientes es producir aceite y no moler aceitunas, de ahí que precisen máquinas de gran capacidad para producir aceite de oliva de alta calidad. En Pieralisi queremos convertirnos en su mejor compañero de viaje”.

En 2022, Pieralisi realizó diversas pruebas en la almazara de uno de sus principales clientes para comprobar qué líneas de extracción de diferentes marcas punteras en el sector ofrecen los mejores resultados de producción y agotamientos. Dichas pruebas se llevaron a cabo en el sur de Portugal, donde predominan los cultivos superintensivos de variedades como arbequina y arbosana. Si bien los decánters de la competencia presentaron resultados positivos, no pudieron igualar los magníficos registros obtenidos por el modelo *SPI 76.2* de Pieralisi, tanto en primera como en segunda extracción. Unos resultados a escala industrial que confirman que nos



El nuevo decánter *SPI 76.2* hereda gran parte de las ventajas del antiguo *SPI 888* e incorpora importantes mejoras.

hallamos ante el mejor decánter de alta producción del mercado.

Objetivo: obtener AOVes de máxima calidad

En su afán por ayudar a los productores a elaborar un AOVE de máxima calidad, Pieralisi ha apostado por in-



vertir en I+D con objeto de introducir mejoras y ofrecer soluciones que contribuyan a alcanzar este objetivo. En este sentido, cabe recordar que los aceites tempranos, cada vez más demandados en el mercado, se comienzan a producir desde el mes de octubre, cuando las temperaturas en España y Portugal rondan todavía los 30° C. Este adelanto en la recolección requiere una adaptación de la maquinaria para conseguir el producto deseado, puesto que el control de la temperatura es un factor fundamental para preservar los parámetros organolépticos y físico-químicos del aceite.

Todo el catálogo de productos de Pieralisi, desde los molinos de 60 CV hasta las batidoras de 10.000 kg. por vaso, pasando por la mejor centrífuga vertical del mercado -el modelo *Mercurio*, con una capacidad de producción de hasta 5.000 l./hora-, está concebido para responder a las necesidades y demandas de los clientes y productores de aceite de oliva virgen extra que buscan la máxima calidad y eficiencia.

Así, los molinos Pieralisi están equipados con carcasa para poder acoplar sistemas de enfriamiento y evitar que aumente la temperatura de la masa por el proceso de molienda -incluso reduciéndola en casos específicos, como han demostrado algunos estudios-. Además del enfriamiento de la carcasa del molino, también se ha introducido un sistema de enfriamiento en el sinfín de salida de la masa para conservar la temperatura deseada.

Por su parte, el *Protorreattore®* -cada vez más afianzado en el mercado- supuso toda una revolución en el proceso del batido y preparación de la masa. Con él, la firma italiana alcanzó una nueva dimensión en el segmento de la maquinaria para la extracción de aceite de oliva. En los últimos años, Pieralisi ha introducido mejoras técnicas en todos los equipos instalados que afectan a la preparación de la masa, el control de temperatura, el nivel de agotamiento o las características organolépticas del aceite extraído.

Por último, las nuevas batidoras *My Blend* conjugan diseño y versatilidad en el proceso de obtención de AOVE de



Los molinos Pieralisi ayudan a alcanzar la máxima calidad gracias a su sistema de enfriamiento.



[Los resultados a escala industrial del modelo *SPI 76.2* de Pieralisi confirman que nos hallamos ante el mejor decánter de alta producción del mercado]

máxima calidad. Ideales para pequeñas y medianas producciones, de lotes o a maquila, representan la última innovación de batido en el mercado.

Así pues, en la XXI edición de la Feria Internacional del Aceite de Oliva e Industrias Afines, la multinacional italiana ofrecerá algunas de las claves que marcarán el devenir del sector en los próximos años: alta capacidad productiva, excepcionales agotamientos, máxima eficiencia y calidad...

“En Expoliva 2023 recobramos la normalidad y podremos estar más cerca de nuestros clientes -concluye Rodrigo Jaén-. Está siendo un año complicado, pero también lleno de retos y oportunidades. La campaña 2022/23 ha demostrado que el cambio climático nos afecta a todos, es real y cuanto antes tomemos conciencia de ello, mucho



La centrífuga vertical *Mercurio* tiene una capacidad de producción de 5.000 litros/hora.

mejor. Y otra realidad incontestable es la de la economía circular, que ya es fundamental en nuestro modelo de negocio, tal y como expresa nuestro lema *Pieralisi Circular Thinking*.”

Pieralisi España, S.L.
info.spain@pieralisi.com
www.pieralisi.com

AUTELEC Tecnología: eficiencia, ecología, durabilidad y ahorro



Una edición más, AUTELEC Tecnología acudirá con stand propio a la Feria Internacional del Aceite de Oliva e Industrias Afines para mostrar sus equipos de envasado y soluciones de ingeniería electrónica al servicio del sector del aceite de oliva. En su afán por mejorar sus equipos, siguiendo su línea de fabricar productos robustos y duraderos que destacan asimismo por su eficiencia energética, la empresa valenciana presentará en Expoliva 2023 su nueva envasadora, el modelo DL-295.

Con 44 años de presencia en el mercado, AUTELEC Tecnología es una empresa de ingeniería electrónica dedicada al diseño y fabricación de equipos y maquinaria aplicada a la industria agroalimentaria y especializada en el sector del aceite de oliva que goza de un merecido prestigio gracias a la calidad, innovación y fiabilidad de sus equipos, diseñados para perdurar en el tiempo.

La firma valenciana cumple en 2023 una década desde que se trasladó a su sede actual en la localidad de La Pobla de Vallbona. Una nueva etapa marcada por el relevo generacional y el crecimiento sostenido, sin perder de vista sus principales señas de identidad y manteniendo siempre un estrecho contacto con los numerosos clientes que a lo largo de todos estos años han depositado su confianza en la marca.

Vicente Carot, gerente de AUTELEC Tecnología, recuerda que “somos fieles a Expoliva desde aquellas primeras ediciones que se realizaban en las instalaciones militares, a la entrada de Jaén. Para nosotros Expoliva es la feria por excelencia del sector oleícola y representa una excelente oportunidad para reencontrarnos con nuestros amigos y clientes, así como el mejor escaparate para presentar nuestros productos y novedades”.



Una vez superada la pandemia, Carot considera que la XXI edición de la Feria Internacional del Aceite de Oliva e Industrias Afines representa la vuelta definitiva a la normalidad y se muestra convencido de que Expoliva 2023 “spondrá un antes y un después”.

Eficiencia energética, durabilidad y mantenimiento

La empresa aprovechará la celebración de esta edición para lanzar una renovada versión de la envasadora DL-294 Plus, la nueva DL-295, con la que la firma valenciana apuesta por mejorar su eficiencia energética como objetivo prioritario. “Vivimos tiempos donde la incesante subida

de la energía se está convirtiendo en una parte muy importante del coste productivo -señala Carot- y, por ello, nos propusimos como prioridad reducir el consumo de la nueva DL-295. Pues bien, hemos conseguido rebajarlo casi en un 50% frente al anterior modelo, alcanzando el 95% de ahorro energético con la modalidad de funcionamiento ECO y ayudando de este modo a que nuestros clientes puedan reducir su huella de carbono y ser más eficientes energéticamente”.

Otro aspecto que distingue a los equipos diseñados y fabricados por AUTELEC Tecnología es, sin duda, la durabilidad. A este respecto, Vicente Carot sostiene que “el planeta necesita equipos

Visitenos en
EXPOLIVA 2023
STAND F-4
(Pabellón Caja Rural)

AUTELEC®

ENVASADORAS POR PESO MULTIFORMATO
FILLING MACHINES

TAPONADORA
CAPPER



DM-120

MEDIDOR DE GRASA
FAT METER



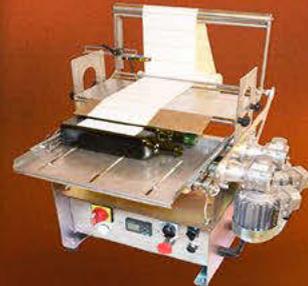
NUEVA DL-295
Con Funcion ECO



MOLINO
MILL



ETIQUETADORA
LABELER



+34 963 751 471
comercial@autelec.es

+34 628 632 992
www.autelec.es





AUTELEC Tecnología cuenta con Departamentos de I+D, diseño técnico y atención al cliente para ofrecer un servicio integral.



Nueva envasadora por peso modelo DL-295 desarrollada por AUTELEC Tecnología.

duraderos que no tengan que desecharse a corto plazo, con mantenimientos y consumos ajustados. Nuestras primeras envasadoras ya han superado con creces los 30 años de funcionamiento, contribuyendo así a reducir los residuos ocasionados por otras máquinas que se quedan obsoletas en pocos años, lo que obliga a su sustitución, generando no sólo un gasto en ocasiones innecesario, sino una cantidad de residuos que, en nuestra opinión, se podrían evitar o disminuir considerablemente”.

Por otra parte, la firma siempre ha apostado por el mantenimiento de todos sus equipos, que, a día de hoy, tienen garantizados todos los repuestos necesarios para su correcto funcionamiento. De esta manera, queda en manos del cliente que posee una máquina antigua en uso la decisión de comprar una nueva basada únicamente en la modernización y mejora de sus funciones, y no en la obligación de sustituirla por razones de obsolescencia programada del equipo.

“Lo más sencillo -explica Carrot- sería dejar de dar servicio a esos equipos que llevan más de 30 años en funcionamiento, pero, muy al contrario, nuestra política ha sido y sigue siendo esforzarnos por seguir manteniéndolos a pleno rendimiento, entendiendo que la decisión de sustituirlos debería recaer siempre sobre el propietario y no sobre el fabricante. Así, cada cliente puede valorar su situación y recursos para tomar la decisión de adquirir o mantener sus equipos. Entendemos que otras marcas, debido a su estructura, no puedan seguir dando soporte a sus equipos, no siendo siempre intencionada su obsolescencia, sino forzada por elementos externos”.

En este sentido, en AUTELEC Tecnología siempre han apostado por tener un control total de sus productos, “lo que nos permite no sólo mantenerlos durante muchos años, sino pudiendo integrar mejoras y actualizaciones a los equipos más antiguos”.

La empresa cuenta con proveedores nacionales que le brindan una mayor

[Con el lanzamiento de su nueva envasadora DL-295, la firma valenciana apuesta por mejorar la eficiencia energética como objetivo prioritario]

seguridad de abastecimiento, además de contribuir a mantener activo el tejido industrial. Por todo ello, se antoja fundamental que el esfuerzo por seguir dando servicio a todos sus equipos, sin importar el tiempo que tengan, se corresponda con un buen mantenimiento de los mismos, “ya que muchas veces se podría mejorar la situación de las máquinas con unos simples consejos e indicaciones, por lo que siempre recomendamos que se pongan en contacto con nosotros. Disponemos de un servicio técnico telefónico gratuito que les aclarará cualquier duda que tengan. Además, nuestro Departamento de I+D se encarga de ofrecer diferentes soluciones a nuestros clientes y de asesorarles en sus necesidades, creando en ocasiones equipos personalizados”, concluye el gerente de AUTELEC Tecnología, quien anima a visitar el stand F-4 del Pabellón Interior “para poder comprobar en directo el funcionamiento de la nueva DL-295 envasando aceite, como hemos hecho en todas las ediciones anteriores”.

AUTELEC Tecnología, S.L.
comercial@autelec.es
www.autelec.es

SI ERES AGRO... VEN A NUESTRA PLATAFORMA TIERRA

→ Ven a plataformatierra.es y únete a la comunidad de información, conocimiento e innovación de nuestro sector agroalimentario. Es tuya. Es para todos. Porque así es la banca cooperativa.

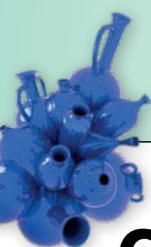


TODO LO QUE HAY QUE CONOCER SOBRE NUESTRA PLATAFORMA TIERRA:

Plataforma Tierra es una iniciativa para la digitalización del sector agroalimentario del Grupo Cooperativo Cajamar. Una comunidad abierta y participativa de productores, empresas y desarrolladores de tecnología que te permitirá estar al día de las innovaciones tecnológicas y de lo que ocurre en los mercados.



TE
VIE
NES?



Centrifugación Alemana, 25 años mejorando la eficiencia y calidad del proceso de extracción de aceite de oliva



En 2023 se cumplen 25 años desde la constitución de Centrifugación Alemana como empresa de servicios integrales para almazaras. En este cuarto de siglo, donde cada campaña ha sido distinta y se han ido sucediendo ciclos de sequías y producciones récord, la compañía ha ido abriéndose camino en el sector y superando retos cada vez más exigentes, siempre con la tecnología más avanzada, la máxima calidad y la búsqueda de la mayor eficiencia como pilares de su actividad.

Centrifugación Alemana surgió en 1998 de la unión de dos empresas con una larga trayectoria dentro del sector del aceite de oliva, Transmisión y Rodajes, de Jaén, y Metalúrgicas Montoreñas, de Montoro (Córdoba). Las dos aportaron su capital humano, materiales y experiencia para dar lugar a una de las compañías más punteras dentro del sector de la extracción, que desde entonces no ha dejado de crecer y mejorar su catálogo de productos y servicios dirigidos a las almazaras.

Desde su constitución, Centrifugación Alemana estableció una estrecha colaboración -que dura hasta hoy- con el fabricante de decánters alemán Hiller GmbH. El afán de superación de ambas compañías, junto al necesario apoyo y confianza mutuos, así como la apuesta por ofrecer la última tecnología en el proceso de extracción de aceite de oliva, han hecho de esta alianza una de las más fuertes y duraderas en este sector.

En este tiempo Centrifugación Alemana ha asistido a una constante evolución y actualización de sus instalaciones y capital humano. La compañía

ha multiplicado por cinco su plantilla y espacios de trabajo: si en Montoro dispone de los talleres más grandes y mejor equipados para la reparación y mantenimiento de centrífugas horizontales y verticales -además de talleres de fabricación de maquinaria y equipos auxiliares-, sus oficinas y almacenes de Jaén son todo un ejemplo de modernidad y diseño en la provincia. Cabe destacar que la empresa está iniciando las obras de ampliación de sus talleres de Montoro, que prácticamente duplicarán su espacio y estarán dotados de la última tecnología, con objeto de atender de forma rápida y eficiente la alta demanda de sus servicios de reparación y mantenimiento por parte de muchos clientes que confían en la calidad y garantía que ofrece Centrifugación Alemana.

Por otra parte, su flota de vehículos no cesa de crecer para dar servicio a la extensa cartera de clientes distribuidos por toda la Península Ibérica. Asimismo, su equipo de profesionales recibe formación continua tanto en España como en Alemania, habiendo aumentado la contratación de técnicos con altas cualificaciones para atender la demanda internacional.



Decánter Hiller de última generación con sistema *back drive*.

Innovadora, pionera y comprometida con la protección del medio ambiente

Centrifugación Alemana cuenta desde 2009 con Sistemas de Gestión Ambiental y de Calidad certificados conforme a las normas ISO 14001 e ISO 9001, respectivamente. Ello le permite, por un lado, demostrar su firme compromiso con la protección del medio ambiente a través de la gestión de los riesgos medioambientales asociados a su actividad, logrando una reducción del impacto ambiental; y, por otro, disponer de un efectivo sistema de administración y



Centrífuga vertical SCP590CA autolimpiable.

[La empresa desarrolló la primera almazara móvil del mercado, reconocida con el Primer Premio en el Concurso de Innovaciones Técnicas de Expoliva 2009]



Molino triturador de alto rendimiento.

mejora de sus productos y servicios. En este sentido, la última iniciativa acometida por la empresa ha sido la instalación de placas solares en los edificios de Jaén y Montoro para reducir la huella de carbono con vistas a convertirse a corto plazo en productores de energía limpia y renovable.

A lo largo de estos 25 años, Centrifugación Alemana ha aportado importantes mejoras en el sistema de extracción de aceite de oliva que lo han hecho más eficiente, reduciendo el gasto energético y de valiosos recursos naturales como el agua, y contribuyendo sustancialmente a la obtención de aceites de oliva de alta calidad. Una de esas mejoras fue la eliminación del arranque con embrague y su sustitución por un variador de frecuencia que consigue evitar los saltos de consumo energético en la puesta en marcha de la almazara.

De igual modo, los molinos de alto rendimiento desarrollados por la compañía han conseguido reducir el consumo de energía y ajustarlo a los kilos de producto procesado. La utilización del sistema *back drive* o de doble motor en los decánters Hiller de nueva generación permite el ajuste de revoluciones tanto del sinfín y de la camisa (bowl) como de la velocidad diferencial, pudiendo trabajar con un abanico mucho más amplio de condiciones (diferente contenido de humedad en masa, por-



centaje de hueso, etc.) y evitando paradas de maquinaria con el consiguiente ahorro de tiempo, energía y pérdida de calidad de la masa.

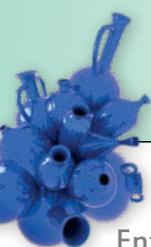
Otra de las innovaciones se refiere a la reducción del consumo de agua en un 70% gracias a las centrifugas verticales automáticas dotadas de un programa de autolimpieza. Una automatización que elimina esta costosa y delicada tarea, además de suponer un ahorro de tiempo que se traduce en mayor eficacia en el proceso de producción.

Finalmente, otro hito importante fue la construcción de la primera almazara móvil del mercado, reconocida con el Primer Premio en el Concurso de Inno-

vaciones Técnicas de Expoliva 2009, donde fue presentada. Desde entonces numerosos clientes y olivicultores han iniciado su proyecto empresarial apostando por este equipo y otros tantos han visto en él la solución al problema de la dispersión de fincas de olivos.

Y todo esto en tan sólo 25 años. Hoy, Centrifugación Alemana sigue trabajando con la misma ilusión para seguir liderando el sector de la extracción y aportando eficiencia y calidad a todos sus clientes. ¡A por otros 25 años!

Centrifugación Alemana, S.L.
info@centrifugacionalemana.com
www.centrifugacionalemana.com



Entrevista a Iván Álvarez, director de ventas de Alimentación y Exportaciones en Verallia Iberia



“En Verallia reinventamos el vidrio para construir un futuro más sostenible”

Líder mundial en envases de vidrio para alimentos y bebidas, Verallia está firmemente comprometida a acelerar el proceso de transición hacia envases más sostenibles. De ello, de su amplio catálogo de modelos dirigidos al sector oleícola y del lanzamiento de su nueva e innovadora botella *ORO 50*, hablamos con Iván Álvarez, director de ventas para Alimentación y Exportaciones en Verallia Iberia.

Eomencemos por las novedades más recientes de la compañía. Verallia está desarrollando una nueva botella en color verde, el modelo *ORO 50*, que se caracteriza por su innovador formato. Háblenos de ella...

Nuestro nuevo lanzamiento, la botella de aceite *ORO 50*, es un envase muy atractivo con una forma sencilla, ergonómica y versátil que recuerda a las ánforas donde se guardaba el aceite. Se trata de un diseño actual y de estética minimalista que intenta transmitir la robustez de los olivos y que facilita la personalización del envase. Un diseño innovador que añade valor y diferenciación a nuestro catálogo de aceites con un producto diferente a los modelos estándar que ya teníamos.

Por cierto, la botella fue la ganadora del Concurso de Diseño y Creación de Verallia, Verallia Design Awards, un certamen dirigido a jóvenes estudiantes y diseñadores a nivel internacional que constituye todo un vivero de talento y experimentación. ¿Cómo y cuándo surgió esta feliz iniciativa? Desde 2009 hemos celebrado de forma anual y en varios países nuestro Concur-

[“Durante el pasado año 2022, en España produjimos más de 900 millones de botellas y tarros *ECOVA*, y en 2023 el desafío será mayor”]

so de Diseño y Creación, que cuenta ya con 10 ediciones. Nació con la idea de que los estudiantes de diseño pudieran desarrollar su creatividad y mostrar sus obras a un jurado compuesto por fabricantes, periodistas y diseñadores. Durante estas 10 ediciones del concurso algunos estudiantes han visto cómo sus diseños llegan a los lineales de los supermercados. Es el caso de Alicia López, alumna de la Escuela LCI Barcelona, ganadora del concurso en 2020 con su botella para aceite que hemos denominado *ORO 50*. El objetivo era crear un modelo de botella estándar que pueda ser utilizado por muchos clientes. Este nuevo envase ha pasado a formar parte de nuestro catálogo de aceites y vinagres 2023, y supone una nueva apuesta más innovadora dentro de nuestro catálogo, a la vez que un premio para esta joven diseñadora.



Nuevo modelo estándar de aceite *ORO 50*.

Verallia dispone de un amplio catálogo de envases de vidrio dirigidos al sector del aceite de oliva. ¿Qué diferencia a la empresa del resto de competidores en este segmento y cuáles son sus principales fortalezas?

En Verallia ofrecemos una amplia gama de modelos estándar de diferentes formas y capacidades (250, 500 y 750 ml., y 1 l. para exportación), que son fácilmente personalizables (serigrafías, etiquetas, decoración, etc.). También desarrollamos botellas personalizadas con diseños exclusivos llevados a cabo por nuestros equipos técnico y creativo.

Nueva Oro 50

PURA ESENCIA

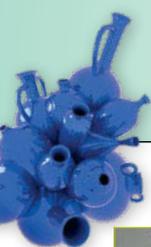


Nuevo modelo estándar para AOVes, con una línea elegante y poderosa, combinación perfecta de tradición e innovación, como en los mejores aceites

Capacidad a verter 520 ml - Altura 194,5 mm - Diámetro 77,7 mm - Peso 350 gr - Norma Boca SPP 31,5 UNE-EN 15543 - Color Verde AV

1er Premio del Concurso de Diseño y Creación Verallia 2020

Modelo estándar diseñado por Alicia López, alumna de la Escuela LCI de Barcelona



El stand de Verallia en Oleomaq-Enomaq 2023 obtuvo el Premio al Diseño, Sostenibilidad, Originalidad e Integración del producto en el stand.



**RESPECTO
A LAS PERSONAS,
LAS LEYES
Y EL MEDIO AMBIENTE**



Botella modelo *Dórica* de Verallia.

Una de las mayores fortalezas que tenemos en Verallia son herramientas digitales gratuitas como *MyVerallia*, nuestro portal de clientes, y *Virtual Glass*, una aplicación de diseño de envases 3D. Esta última cuenta con tecnología de diseño 3D que permite probar los diferentes modelos de envase y packaging, así como obtener *renders* de calidad. Una vez el cliente ha elegido la botella de nuestro catálogo, puede importar sus propias etiquetas para visualizar su producto final y presentarlo a sus equipos. *Virtual Glass* es una herramienta valiosa para que los clientes puedan probar sus ideas, ahorrando en tiempo y costes.

El peso medio de nuestros envases y hacerlos cada vez más sostenibles y respetuosos con el medio ambiente. De este proyecto nace la gama *ECOVA*, nuestra colección de envases estándar y exclusivos que combina ECOlogía y VALOR. Con esta gama optimizamos los formatos reduciendo significativamente la huella de carbono, sin dejar de ofrecer envases atractivos que mantienen el diseño y generan un alto valor de imagen a los productos de nuestros clientes. Durante el pasado año 2022, en España produjimos más de 900 millones de botellas y tarros *ECOVA*, y en 2023 el desafío será mayor. Durante estos últimos meses hemos aligerado varios de nuestros modelos de aceites, caso de *Marasca 50* y *Dórica 50*.

Para ofrecer un mayor servicio a nuestros clientes y dar respuesta a la demanda de vidrio del mercado, estamos orgullosos de poder comunicar la construcción de un segundo horno en nuestra fábrica de Montblanc para 2025, que contará con una tecnología *super boosting* que permitirá reducir entre el 20% y 30% de las emisiones de CO₂ de un horno convencional. 🍷

Nuestra compañía destaca por disponer de la gama de colores más amplia de toda la Península, no en vano fabricamos en 12 colores de vidrio. En el mercado del aceite, el color es primordial para proteger el contenido de los rayos ultravioleta y también para cuidar la imagen Premium que caracteriza a los mejores AOVEs. En este sentido, colores como el verde y el canela son los que presentan mayor protección frente a colores de vidrio más claros.

Actualmente, el tipo de cierre que ofrecemos en nuestra gama de modelos estándar es el de boca rosca con vertedor (boca pilfer), que facilita la correcta dispensación del aceite. Contamos con una gama Premium llamada *Selective Line* en la que también existe la opción de boca corcho, y en los modelos personalizados el tipo de boca se fabrica en función de las necesidades del cliente.

La compañía concede una gran importancia a la sostenibilidad en el diseño y fabricación de sus envases de vidrio, aligerando -o “ecovizando”- el peso de sus botellas y recalcando la importancia del color de los envases, puesto que los tonos oscuros poseen mayor porcentaje de protección ultravioleta que los claros. Cuéntenos...

Nuestro eslogan corporativo, “*Re-imaginar el vidrio para construir un futuro sostenible*”, guía todas nuestras acciones y ha impulsado iniciativas como el “Proyecto Alpha”, cuyo objetivo es redu-

Verallia Spain, S.A.
ventas.online@verallia.com
www.verallia.com

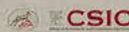
OLIVARES VIVOS ALZA EL VUELO

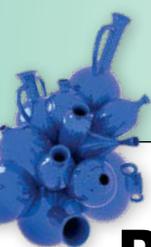


ÚNETE A LA CERTIFICACIÓN QUE RECUPERA BIODIVERSIDAD

INFÓRMATE EN:

olivaresvivos.com/certificado
certificado@olivaresvivos.com





BALAM Agriculture lanza al mercado Sultana[®], la nueva variedad de olivar para revolucionar las plantaciones en alta densidad



SULTANA
BALAM AGRICULTURE

La agricultura está de enhorabuena. La firme apuesta por la investigación en la obtención de nuevas variedades de olivar por parte de la empresa BALAM Agriculture y la Universidad de Córdoba (UCO) ha conseguido su primer resultado comercial tras el estudio de más de 1.400 genotipos. Sultana[®] es el nombre de la nueva variedad que llega dispuesta a revolucionar las plantaciones en alta densidad.

Resultado genotípico del cruce de la variedad arbosana como parental femenino y sikitita como parental masculino, la nueva variedad presenta una serie de características agronómicas que la hacen única. En palabras de Pedro Gálvez, socio y director de *Services* en BALAM Agriculture, “el lanzamiento de Sultana[®] supone toda una revolución, un antes y un después en la producción de olivar en alta densidad”.

“Nos encontramos ante una variedad con una rentabilidad muy por encima de todas las que se han comercializado hasta la fecha -explica-. Sultana[®] es la clave del presente para afrontar la agricultura del futuro. Estamos convencidos de que reinará en las fincas de olivar en alta densidad, quien apueste por esta variedad hoy tendrá una ventaja competitiva mañana”.

Como recuerda Pedro Valverde, investigador del Departamento de Agronomía de la UCO (DAUCO), “Sultana[®] procede del cruce entre arbosana y sikitita,



Sultana[®] se caracteriza por su escaso vigor, precoz entrada en producción y fácil manejo.

y esta última es resultado de otro cruce entre las variedades picual y arbequina. Esto significa que reúne lo mejor de cada variedad. De ahí que constituya nuestra apuesta para presentarla en sociedad y ponerla en el mercado por la revolución que representa. Sultana[®] supone un gran objetivo alcanzado como recompensa al trabajo de muchos años”.

La nueva variedad tiene un buen rendimiento graso y se caracteriza por su rápida maduración y precoz entrada en producción. Por su porte y vigor se adapta perfectamente a la producción en alta densidad y su fruto es de mayor tamaño en comparación con el resto de las variedades para este tipo de plantaciones. “Además, el aceite es de muy alta calidad”, añade Valverde. Y es que, al tratarse de una variedad muy temprana, “su cultivo permitirá al agricultor posicionar un AOVE de excelente calidad en el mercado, adelantándose al resto de plantaciones con otras variedades”, apunta Pedro Gálvez.

BALAM Agriculture, proveedor en exclusiva para Europa

El pasado 8 de febrero de 2023 tenía lugar la firma del acuerdo por el que BALAM Agriculture se convierte en el único proveedor para Europa que puede comercializar y multiplicar la variedad de olivar Sultana[®] en los próximos 30 años. Pomología, S.L., empresa participada

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



BALAM.ES



BALAM
| AGRICULTURE |

CONOCE NUESTROS
ÚLTIMOS PROYECTOS

SULTANA
sultana.balam.es

 CULTIVA
CARBONO
cultivacarbono.es

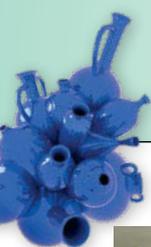


Foto de familia de todos los asistentes a la firma del acuerdo.



Representantes de BALAM Agriculture (a la izqda., Máximo Cañete) y Pomología, S.L. (a la dcha. de la imagen, Diego Barranco) en el momento de rubricar el acuerdo.

[“Sultana® es la clave del presente para afrontar la agricultura del futuro”, afirma Pedro Gálvez, socio y director de *Services* en BALAM Agriculture]

han pasado por las distintas fases de evaluación y, dentro de la línea de colaboración que mantienen UCO y BALAM Agriculture para la mejora genética en variedades de olivar, se ha ampliado el acuerdo para incorporar a estudio 1.500 nuevos genotipos a los 1.400 que ya se encontraban en evaluación y entre los que tenemos varios candidatos que presentan características muy interesantes con vistas a su introducción en el mercado”, asegura.

En el acto, los máximos dirigentes de BALAM Agriculture, Silverio Gálvez y Máximo Cañete, destacaron que “a lo largo de todos estos años se ha hecho una gran apuesta por la investigación y hemos sido muy ambiciosos, pero sin el respaldo, implicación y conocimientos de la UCO este tipo de proyectos son inviables. Hoy nace para el mercado una variedad para la agricultura del futuro”.

por la UCO encargada de la gestión de sus variedades de olivo, es la sociedad que cede esta exclusividad a la empresa cordobesa.

Al acto, desarrollado en la Sala de Juntas de la ETSIAM en el Campus Universitario de Rabanales, acudieron Silverio Gálvez, Máximo Cañete, Fran Gálvez, Pedro Gálvez y Teresa Carrillo, en representación de BALAM Agriculture; así como Carlos Trapero, Pedro Valverde y Concepción Muñoz, investigadores de la Unidad de Excelencia María de Maeztu-DAUICO -dirigida por el catedrático Emilio Camacho- y miembros del Grupo UCOLIVO, obtentor de la variedad. Por parte de Pomología, S.L. asistieron los investigadores Diego Barranco y Luis Rallo. El acto también

contó con la presencia de la vicerrectora de Innovación y Transferencia de la UCO, Lourdes Arce, y la directora de la ETSIAM, Rosa Gallardo.

Cabe destacar que tanto Galpago como CBH -cuya unión dio lugar a BALAM Agriculture en abril de 2021- llevan muchos años apostando e invirtiendo en I+D+i. De la mano de la UCO, la compañía implementó su propio programa de mejora genética y el lanzamiento al mercado de Sultana® supone “un hito muy importante y una gran aportación de nuestro Departamento de I+D al sector del olivar”, apunta Teresa Carrillo, doctora ingeniera agrónoma y directora del Departamento de I+D. “Sultana® reúne características que han sobresalido entre los más de 1.400 genotipos que

BALAM Agriculture
hola@balam.es
sultana.balam.es

PAC2023



Digitalización es anticiparte las ayudas *on-line*

En AgroBank estamos contigo para darte nuestro apoyo. Por eso, te ayudamos con los trámites de la PAC y te anticipamos las ayudas cuando lo necesites, a través de CaixaBankNow o de tu oficina. Y además, al anticipar las ayudas puedes **llevarte un dron¹** de última generación. (5.000 unidades)

Ven a visitarnos en el
**Pabellón Caja Rural
Jaén, stand número 10**

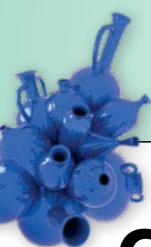


@AgroBank_CABK
www.CaixaBank.es/agrobank

paralimpicos



AgroBank



GEA presenta en Expoliva su decánter Combi de dos y tres fases junto a la nueva serie de decánters CF de última tecnología alemana



Equipos de GEA en la nueva almazara de Oleícola Jaén en Baeza.

GEA Engineering for a better world.

Presente en la Feria Internacional del Aceite de Oliva e Industrias Afines desde 1999 y patrocinador principal desde 2017 de forma ininterrumpida, GEA presentará en Expoliva 2023 su nueva serie de decánters Combi, equipos de separación para almazaras que pueden trabajar tanto en dos como en tres fases; así como la serie de decánters CF, una amplia gama de equipos adaptados para cada necesidad con capacidades desde 60 hasta 650 toneladas diarias.

Líder mundial en el desarrollo y suministro de equipos y plantas completas para la industria alimentaria, con una enorme experiencia acumulada en sectores como lácteos, bebidas o cárnico, el Grupo GEA cuenta con el Centro de Excelencia en Aceite de Oliva, con sede en Úbeda, que centraliza el negocio de venta, reparación y mantenimiento de equipos industriales para la extracción de aceite de oliva a nivel mundial.

La empresa ha experimentado un enorme crecimiento desde su fundación en 1881 y en la actualidad sus cinco divisiones comerciales están integradas por más de 18.000 empleados repartidos en 62 países y se desarrollan en una amplia variedad de industrias, desde la farmacéutica a la alimentaria o la química. Así, los clientes de GEA del sector del aceite de oliva se benefician del alcance global

de la empresa, de su amplia presencia local y de la profundidad y amplitud de su conocimiento y cartera de procesamiento.

Por cuarta edición consecutiva, GEA es uno de los patrocinadores principales de Expoliva -la única firma de maquinaria para almazaras de los tres-, lo que afianza aún más la vinculación de la empresa con la feria más importante del mundo en el sector oleícola, posicionando a la marca como un referente internacional en este segmento.

Nueva serie de decánters Combi

En Expoliva 2023 GEA volverá a contar con uno de los mayores stands de la feria, situado en el pasillo central del Pabellón Interior, y presentará importantes novedades. En primer lugar, su nueva serie de decánters Combi, equipos de separación para almazaras que



Taller del Centro de Excelencia para Aceite de Oliva de GEA.

pueden trabajar tanto en dos como en tres fases, lo que les otorga una gran polivalencia y les permite dar solución a diferentes necesidades de los clientes. Así, la almazara puede aprovechar, por una parte, las ventajas de las tres fases, como una mayor deshidratación de la fase sólida, mejorando la gestión del orujo y ampliando las posibilidades de aprovechamiento de todos los subproductos derivados de la separación.

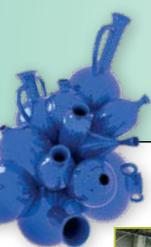


INGENIERÍA PARA UN MUNDO MEJOR

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

Cientos de almazaras de los cinco continentes confían en los equipos industriales de GEA para la elaboración de aceite de oliva. Fiabilidad, tecnología alemana y asistencia técnica cercana y eficiente.

Líneas de extracción con alta eficiencia energética y bajo consumo de agua para un proceso de elaboración sostenible.



Estand de GEA en Expoliva 2021.



Líneas de extracción de aceite de oliva en la almazara de Olibest (Portugal).

Junto a ello, el mismo equipo puede trabajar también en dos fases, lo que posibilita seguir procesando la pasta de aceituna de la forma habitual consiguiendo óptimos resultados de agotamientos. También se logra un bajo consumo energético y un tiempo de proceso más corto, al tiempo que se asegura un aceite de la mejor calidad al retener el mayor contenido posible de polifenoles.

Serie de decánters CF

La serie de decánters CF, que incluye una amplia gama de equipos adaptados para cada necesidad, desde el CF-3000 hasta el CF-8000, con capacidades que oscilan entre 60 y 650 toneladas diarias, es la otra gran novedad que GEA presentará en Expoliva 2023.

La serie CF destaca por la precisión y amplitud de la información que ofrece sobre el proceso de extracción del aceite de oliva gracias a la incorporación de numerosos sensores. “Esta nueva serie supone un paso más en la evolución de nuestros equipos hacia el *Smart Decanter* que, en el futuro, será capaz de autorregularse gracias al uso de Inteligencia Artificial y la consulta del histórico de la base de datos”, explica Juan

[Los equipos de la firma alemana se caracterizan por su tecnología punta, la máxima calidad y fiabilidad y una decidida apuesta por la sostenibilidad gracias a la reducción de consumo de energía y agua]

Manuel Jariego, responsable de Ventas del Centro de Excelencia para Aceite de Oliva (CEAO) de GEA. A ello se une el excepcional rendimiento que ofrecen tradicionalmente los equipos de la marca alemana, caracterizados por su tecnología punta, la máxima fiabilidad y una decidida apuesta por la sostenibilidad gracias a la reducción de consumo de energía y agua.

Dentro de la serie CF encontramos el modelo CF-8000, el decánter de mayor capacidad que posee GEA en la actualidad en su catálogo del sector oleícola, ya que cuenta con una capacidad de procesamiento de 650 toneladas diarias. El equipo ya ha sido probado durante la campaña 2022/23 en almazaras de Portugal con excelentes resultados, tal y como confirma Francisco Plaza, responsable de *Service* del CEOA de GEA. “Se trata de una de las novedades que hemos estado probando en los últimos meses, con una gran satisfacción por parte de los profesionales del sector. Destaca por su gran capacidad de procesamiento, por lo que es ideal



Un especialista del servicio técnico de GEA trabaja sobre un decánter CF-8000.

para el segmento de las grandes almazaras hacia las que está evolucionando el sector en los últimos años. Además, es un decánter que ofrece una excelente eficiencia energética y unos datos muy buenos en lo que se refiere a los agotamientos”, señala.

Este decánter CF-8000 consolida aún más a GEA como el proveedor de líneas de extracción de las grandes fábricas de aceite de oliva del planeta. De hecho, la mayoría de las mayores almazaras de los cinco continentes cuentan con equipos GEA para elaborar aceite de oliva.

Sistema de control y automatización para líneas de extracción de aceite de oliva

La multinacional alemana también va a dar a conocer en Expoliva su sistema de control y automatización para líneas de extracción completas de aceite de oliva, que permite que la almazara alcance un rendimiento optimizado y una mayor producción de zumo de aceituna. Este sistema se ha instalado en uno de los grandes proyectos finalizados por GEA en 2022, la nueva almazara de Oleícola Jaén en Baeza, que cuenta con un ecosistema de sensores inteligentes que permiten monitorizar todas las fases del proceso de producción.

En la actualidad, GEA es la única empresa que ofrece el paquete completo de automatización con *know-how* propio gracias a su Centro de Competencia en Automatización: proyectos llave en mano con la calidad y tecnología punta que caracterizan a la multinacional alemana, además de la experiencia aportada gracias a la amplia variedad de industrias en las que desarrolla sus soluciones. 💧

GEA Iberia
oliveoil.wsib@gea.com
www.gea.com

A hand is shown pouring a golden stream of olive oil from a bottle into a blue glass. In the foreground, there are several other blue glasses, some with the 'WO OE' logo. The background is softly blurred, showing more glasses and a bright, clean environment.

Feria Internacional
del Aceite de Oliva

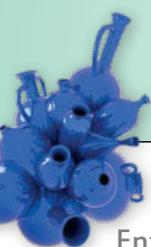
¡Nuevas Fechas!
26 y 27 de febrero
2024

Pabellón 1 Ifema Madrid

**WO
OE**

11TH World
Olive Oil
Exhibition

Juntos
creamos
oro



Entrevista a Raúl Rosa Araque, gerente de Ildelfonso Rosa Ramírez e Hijos-JAR

“En JAR consideramos que un cliente tiene que ser para toda la vida”

Fundada en 1973 y dirigida en la actualidad por la segunda generación familiar, Ildelfonso Rosa Ramírez e Hijos-JAR cumple 50 años en 2023. Hacemos balance de este medio siglo de trayectoria con su gerente, Raúl Rosa Araque, quien nos desvela las claves del éxito de esta empresa de Mancha Real (Jaén) cuya principal actividad es la fabricación de plantas receptoras de aceituna.



¿Cuál es el balance de este medio siglo y cuáles diría que han sido los principales cambios acontecidos en el sector del olivar y el aceite de oliva?

Medio siglo da para mucho y en este tiempo el balance es totalmente positivo, no sólo desde el punto de vista empresarial, sino a nivel humano. Nos sentimos orgullosos de formar parte del enorme cambio que se ha llevado a cabo en las tareas de recolección, recepción del fruto en la almazara y extracción del oro líquido. Un gran avance orientado a la mejora de las condiciones de trabajo de los oleicultores y a la obtención de un producto final de excelente calidad, siempre desde el respeto a los agentes sociales y ambientales de nuestro entorno.

Mi padre, Ildelfonso Rosa, instaló en el patio de nuestra fábrica una planta para limpiar aceituna, dando un servicio a los oleicultores de la localidad que a su vez le servía para probar la maquinaria que fabricaba, logrando unos excelentes resultados en cuanto a la calidad de limpieza, rendimiento y acabado del producto. Entonces pasamos a instalar estos centros de limpieza en las propias almazaras, aquí llego la verdadera revolución. Lo que hoy vemos como algo lógico, quienes hemos vivido este proceso sabemos que no fue tan fácil como puede parecer. Muchos oleicultores desconfiaban y decían que la aceituna se perdía dentro de las máquinas, con las lavadoras fue más de lo mismo y el



éxito llegó cuando por fin se demostró que se podía confiar en los pesajes automáticos. Lo verdaderamente importante, y con lo que me quedo, es que los resultados de este avance están ahí, y me siento muy afortunado por haber contribuido a la evolución de un sector al que siempre estaré agradecido.

La innovación, la calidad y la orientación al cliente forman parte del ADN de JAR. ¿Cuáles diría que son las claves del éxito de la empresa en un mercado tan competitivo como el oleícola?

En Ildelfonso Rosa Ramírez e Hijos-JAR contamos con una base sólida y clara, con unos principios básicos de respeto, responsabilidad, unidad y humildad. Somos



De izqda. a dcha., Raúl y Juan Manuel Rosa Araque, administradores de la empresa.

una empresa totalmente familiar, hoy día con la segunda generación al frente del negocio, y tenemos muy claro de dónde venimos y hacia dónde vamos. Es evidente que no estamos aquí por amor al arte -que también-, pero no lo es menos que siempre pensamos

en la plena satisfacción de nuestros clientes y trabajamos para dar al sector lo mejor que podemos ofrecer, y ahí radica el éxito de JAR: pensar en el desarrollo, avance y mejora no sólo en la calidad y capacidad de nuestros equipos, sino también en las personas que van a trabajar con ellos, el entorno y la sociedad.

Vd. suele decir que “un cliente no se hace con una venta, sino cuando la puesta en marcha del equipo es satis-

ILDEFONSO ROSA RAMÍREZ E HIJOS, S.L.

JARR

FABRICACIÓN DE MAQUINARIA
ACEITUNA | PISTACHO | ALMENDRA

50
creciendo junto a ti
AÑOS

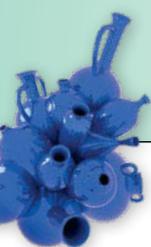


Síguenos en:



Carretera de Cazorla, S/N · Mancha Real, Jaén (España)
T. (+34) 953 350 238 · F. (+34) 953 352 736
jarirr@jarirr.com · www.jarirr.com





Limpiadora modelo LIG/R-700, el más vendido en la historia de Ildelfonso Rosa Ramírez e Hijos-JAR.

El cliente tiene que estar satisfecho cuando JAR está satisfecho, y eso ocurre en el momento en que la instalación se pone en marcha y todo es correcto, sin sorpresas ni partidas extra que no estaban contempladas en el proyecto inicial. Porque para JAR un cliente no sólo se consigue en el momento de hacer la transacción comercial, sino que tiene que ser para toda la vida.

[“El cliente tiene que estar **satisfecho** cuando **JAR está satisfecho**, y **eso ocurre** en el **momento** en que **la instalación se pone en marcha** y todo es **correcto** ”]

Especializada en la fabricación de plantas receptoras de aceituna, el catálogo de productos de la empresa incluye limpiadoras, lavadoras, despalilladoras, pesadoras, separadoras de pulpa-hueso... ¿Cuál es la máquina y/o equipo que más alegrías les ha reportado en este medio siglo? ¿Y el más vendido?

Sin duda, la máquina más relevante e influyente es aquella con la que empezamos, la limpiadora de aceituna, de la que hemos aprendido mucho acerca de la recepción del fruto antes de su proceso de elaboración. Posteriormente aumentamos la familia con lavadoras, despalilladoras y pesaje automático discontinuo. En este sentido, somos uno de los pocos fabricantes nacionales inscritos como tal en el Centro Español de Metrología (CEM), ya que nuestro sistema de pesaje METEGAL cumple con la actual directiva de Metrología Legal.

Al margen de la fabricación, instalación y puesta en marcha de los equipos, ¿qué otros servicios ofrece JAR a sus clientes?

Como ya he comentado antes, JAR ofrece un servicio totalmente integral y personalizado para cada caso. Ponemos a disposición de los sectores para los que trabajamos un asesoramiento comercial y, con el apoyo de nuestra oficina técnica, se desarrollan los diseños que mejor se adaptan a las necesidades de cada proyecto. Toda la fabricación es propia, realizada en nuestras instalaciones por personal cualificado y formado para cumplir los requisitos de calidad establecidos, estando certificados desde 1998 en la norma UNE-EN-ISO: 9001-2015. Las instalaciones son ejecutadas igualmente por personal que depende directamente de nuestra empresa, con el seguimiento y la responsabilidad del comercial correspondiente. Por último, ofrecemos un servicio de mantenimiento post-venta cuyo objetivo es asegurar la durabilidad y efectividad de nuestros productos durante toda su vida útil. Todo ello respaldado por una eficaz gestión administrativa y el compromiso de la dirección de la empresa, un valor humano que en los tiempos que corren es un bien muy preciado para el futuro de la agricultura sostenible. 🍋



Con el modelo de limpiadora R-950, la empresa ha dado un paso más al conseguir con una sola criba autolimpiante una máquina muy sencilla que ofrece una excelente calidad de limpieza.

factoria”. ¿Qué es lo que diferencia a JAR de otras empresas del sector? ¿Cuáles son sus ventajas competitivas?

Lo que nos diferencia es la claridad, transparencia y realidad de nuestros proyectos. Antes de plantear una propuesta al potencial cliente, visitamos sus instalaciones para conocer al detalle sus necesidades y así ofrecerle una solución que cumpla sus expectativas y le permita alcanzar sus objetivos. En nuestro catálogo disponemos de una amplia gama de modelos capaces de cubrir las necesidades productivas y de acabado de nuestros clientes. Quizás nuestra propuesta no será la más económica, pero sí la más completa y detallada, la que mejor cumple con los requisitos de la instalación que el cliente nos propone para obtener los resultados pretendidos.

Pero, respondiendo a tu pregunta, diría que entre los modelos más destacados figuran, en orden de aparición, el R-400, R-500, R-600, R-700, R-800, R-900, R-1000, R-1100, R-5000 y el más novedoso, R-950, una limpiadora con la que hemos dado un paso más, consiguiendo con una sola criba autolimpiante una máquina bastante sencilla que ofrece una calidad de limpieza increíble tratándose de un equipo de estas características. Muchos de estos modelos se completan con el resto de equipos que fabricamos, sin olvidarnos de las separadoras pulpa-hueso. En cuanto al modelo más vendido, es el LIG/R-700, con una capacidad de 25.000-30.000 kg./hora, pero lo cierto es que cada uno ha tenido y tiene su época, su momento y su mercado.

Ildelfonso Rosa Ramírez e Hijos, S.L. (JAR)
administración@jarirr.com
www.jarirr.com

*Puedes leer la entrevista completa accediendo al código QR





ACEITE ES PATRIMONIO

D.O.P. ANTEQUERA ES SABOR

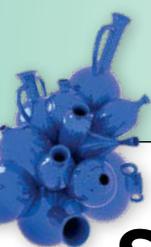


WWW.DOANTEQUERA.ORG



DÓLMENES DE ANTEQUERA, PEÑA DE LOS ENAMORADOS Y TORCAL DE ANTEQUERA.
DECLARADOS PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD POR LA UNESCO.





Sistemas Proci0leo™, el mejor aliado para la cosecha temprana



Especialistas en automatización y control industrial, soluciones de virtualización para sistemas de control y mantenimiento y teleasistencia de instalaciones, PROCISA ofrece más de 40 años de experiencia y *know-how* en la implementación de soluciones singulares y avanzadas tanto en proyectos de automatización, control y seguimiento de la producción como en gestión de procesos, aplicando los métodos y tecnologías más innovadores para alcanzar los objetivos estratégicos de sus clientes.

Por Martín Talaverón Bellerín, consejero delegado de PROCISA

Hoy día, la gran mayoría de productores de aceite de oliva apuestan por la recolección temprana para disponer de un fruto verde, fresco y de alta calidad con un elevado potencial para producir un excelente aceite. Pero una cosecha temprana conlleva una recogida del fruto en una época en la que la temperatura ambiente es alta, algo que no favorece una producción de aceite de calidad, además de obtener un fruto con baja productividad debido a su escaso rendimiento.

Para evitar el aumento de la temperatura de la aceituna recolectada, la única solución que tienen las fábricas en la actualidad consiste en procesarla rápidamente evitando que permanezca mucho tiempo en las tolvas de almacenamiento. Estas condiciones de trabajo obligan a las fábricas a trabajar de manera muy ágil y exigen un funcionamiento perfecto de la maquinaria. Si por algún motivo la aceituna permanece en la tolva más tiempo del deseado, la calidad de la aceituna recolectada disminuirá debido a que se produce una aceleración del proceso enzimático provocado por la alta temperatura que adquiere el fruto en esta situación y también a la alta presión que sufre en este punto del proceso, causando una gran pérdida de compuestos

volátiles y, por lo tanto, un deterioro de la calidad del aceite extraído de esa aceituna. El resultado es un aceite de oliva de media o baja calidad proveniente de un fruto verde de muy alta calidad.

Frente a esta situación, y gracias a los años de experiencia en I+D+i dentro del sector, PROCISA ha desarrollado una solución para limitar la influencia de la alta temperatura ambiente, la baja productividad y la disminución de rendimiento en época de cosecha temprana.

Sistema Proci0leo™

Así, PROCISA propone el sistema **Proci0leo™ de enfriamiento de la aceituna** en la tolva de almacenamiento, es decir, antes de que pase por el molino. La principal ventaja de enfriar el fruto en este punto del proceso es que mantiene la calidad de la aceituna recolectada de tal forma que, si tenemos un fruto de buena calidad, ésta no se va a ver mermada cuando la aceituna llegue a la tolva, presentando unas condiciones óptimas previas a su procesamiento para que el operario pueda utilizar las variables de las que dispone para la extracción del aceite de oliva en fábrica como mejor le convenga. La almazara podrá procesar la aceituna a la velocidad que desee aprovechando el control del sistema de enfriamiento en tolva, capaz de bajar la temperatura



Sistema Proci0leo™ de control de producción para almazara.

del fruto entre unos 10-12° C y mantener la temperatura objetivo el tiempo que sea necesario, consiguiendo que la calidad de la aceituna no se vea deteriorada.

Otro de los inconvenientes que presenta la aceituna en la cosecha temprana es la baja productividad, principalmente debido a su bajo rendimiento. Además, los valores que permiten primar el máximo agotamiento no favorecen la calidad, y viceversa. Ante esta circunstancia, PROCISA apuesta por el control en la producción: una producción controlada, regulada y automatizada aumenta la productividad y favorece la calidad del aceite obtenido frente a una producción manual. Con la producción controlada y regulada de los sistemas Proci0leo™ se asegura el mantenimiento de los valores de las distintas variables tecnológicas, muy próximos a los parámetros desea-



INGENIERÍA, AUTOMATIZACIÓN, CONTROL Y GESTIÓN DE PROCESOS PARA ALMAZARAS

Más de 40 años Ofreciendo Soluciones



▶ SISTEMA DE ENFRIAMIENTO DE LA ACEITUNA EN TOLVA

- ▶ Rentabilidad y Eficiencia
- ▶ Tendencia de Futuro
- ▶ Tecnología de Vanguardia
- ▶ Minimización de Incidencias
- ▶ Excelencia en Calidad y Productividad
- ▶ Especialistas Integradores de Sistemas

Solution
Partner

SIEMENS

Automation

vmware[®]
PARTNER

PROFESSIONAL
SOLUTION PROVIDER

**Rockwell
Automation**

Recognized Systems Integrator

Sede en Europa

Parque Industrial y de Servicios del Aljarafe, Calle Brújula 62.
41927 - Mairena del Aljarafe
(Sevilla) España.
Tfno.: +34 954 18 66 80

Sede en América

6ª Avd. 0-60, Gran Centro Comercial, Zona 4 / Torre II.
8º Nivel. Oficina 801.
01004 Guatemala C.A. (Guatemala)
Tfno.: +(502) 2335-2320 / +(502) 2338-0022

www.procioleo.es



Sistema ProciOleo™ de enfriamiento de la aceituna en tolva.



[PROCISA ha desarrollado una solución para limitar la influencia de la alta temperatura ambiente, la baja productividad y la disminución de rendimiento en época de cosecha temprana]

dos para optimizar el proceso de extracción del aceite de oliva tanto en cantidad como en calidad, eliminando los efectos que tienden a desviar dichas variables de los valores pretendidos.

Por tanto, controlando y regulando las variables tecnológicas que influyen en dicho proceso es posible aprovechar todo el aceite procedente de la aceituna de cosecha temprana manteniendo o incluso aumentando su calidad. En este sentido, se ha demostrado que una adición controlada de agua a la pasta de aceituna antes de la inyección en el decánter reduce el contenido de etanol en el aceite, responsable de la presencia de los ésteres etílicos cuya concentración por encima de 35 mg./kg.

provoca que el zumo obtenido sea de inferior calidad (reglamentación adoptada por el COI y la Comisión Europea en 2016).

Las variables tecnológicas más importantes que se manejan en los sistemas ProciOleo™ durante el proceso de extracción del aceite de oliva son el control y regulación de la temperatura en las tolvas de almacenamiento; control y regulación de la temperatura en la batidora; control y regulación del tiempo de batido de la masa de aceituna; control y regulación de la masa y la humedad de la aceituna tanto en batidora como en la salida de la bomba de masa; medición



El sistema ATTICA™ desarrollado por PROCISA permite al usuario disponer a tiempo real de toda la información relativa a su producción.

del agotamiento de los orujos producidos; cantidad de aceite producido; y control y regulación de la temperatura del agua de lavado de la centrífuga vertical.

De esta manera, mediante el novedoso sistema ProciOleo™ de enfriamiento de la aceituna en tolva y los diferentes sistemas ProciOleo™ empleados en el proceso de extracción, se asegura una producción totalmente controlada y regulada garantizando los objetivos principales de calidad y productividad. Además, se puede recoger toda la información generada por los sistemas ProciOleo™ y ponerla a disposición de los usuarios, que pueden visualizar-

la desde cualquier dispositivo y desde cualquier punto de la geografía gracias al sistema ATTICA™ desarrollado por PROCISA, permitiendo que dicho usuario disponga a tiempo real de toda la información relativa a su producción para poder tomar decisiones de manera inmediata. Innovaciones todas ellas que reafirman el inequívoco compromiso de PROCISA con la calidad y el desarrollo del sector oleícola iniciado hace más de 40 años, aplicando tecnologías verificadas y contrastadas para ofrecer soluciones específicas encaminadas a la consecución de los objetivos estratégicos de sus clientes. 💧

PROCI, S.A.-Proyectos, Control e Investigación
administracion@procisa.es
www.procisa.es

DOMICILIA* TUS AYUDAS PAC EN UNICAJA BANCO

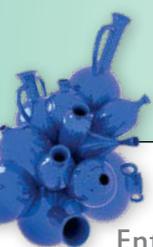


Recibe **atención personalizada** de nuestros expertos agrarios para su tramitación y conoce todas las ventajas que ofrecemos.



*La presente campaña, tiene un plazo oficial de presentación de solicitud de domiciliación hasta el 31 de mayo de 2023.

Unicaja Banco, S.A. Avda. Andalucía 10-12, 29007 Málaga. C.I.F. A93139053.



Entrevista a Alberto Bueno, director de Ventas de HAUS Iberia y representante de la empresa para la Península Ibérica



“Es el momento idóneo para crecer en la Península Ibérica y apostar por un servicio eficiente y de calidad diferenciada”



En su continuo proceso de internacionalización y acercamiento a sus clientes con el objetivo de prestar un óptimo servicio y ganar en inmediatez y eficacia, la multinacional turca HAUS ha creado la filial HAUS Iberia, S.L. para cubrir las necesidades de sus clientes en España y Portugal. Hablamos con Alberto Bueno, nuevo director de Ventas de HAUS Iberia y representante de la empresa para la Península Ibérica, con una trayectoria profesional de más de 25 años vinculada al sector del aceite de oliva y una amplia visión del mercado, desde la producción hasta la comercialización.

Con sede en la ciudad turca de Aydin, HAUS es una multinacional con más de 65 años de experiencia que ofrece una amplia gama de productos de confianza orientados a diferentes industrias, mercados y aplicaciones. En lo que se refiere al aceite de oliva, HAUS fabrica batidoras, decantadores, centrífugas verticales, molinos de martillos y líneas completas de extracción de aceite de oliva de última generación que destacan por su eficacia y versatilidad gracias a la aplicación de los últimos avances en tecnología de fabricación y centrifugación. En la actualidad, la empresa dispone de unas modernas instalaciones en Aydin distribuidas en más de 68.000 m² de planta, operada por más de 800 empleados y que exporta a más de 40 países del mundo. Y es que los logros obtenidos por el Departamento de I+D+i de HAUS en tecnologías centrífugas de vanguardia marcan la diferencia en los complejos procesos que demanda la industria.

[“La filosofía HAUS se puede resumir en las palabras que acompañan a la marca, *#becausewecare*. No es un eslogan, sino la forma de vida que inspira todo nuestro trabajo. Nos importan nuestros clientes, nuestros empleados, nuestros proveedores y nuestro entorno”]

¿Por qué surge la necesidad de crear una filial de HAUS para España y Portugal?

La Península Ibérica es la mayor productora de aceite de oliva del mundo. En España operan en la actualidad

más de 1.840 almazaras que molturan la producción de más de 2,75 millones de hectáreas. En Portugal, desde la construcción del pantano de Alqueva -que facilita el riego a una amplia zona del Alentejo portugués-, el cultivo del olivar se ha multiplicado hasta las 375.000 ha. con casi 500 almazaras en producción.

HAUS es una multinacional con más de 65 años de experiencia que cuenta con gran implantación a nivel internacional, siendo líder en mercados como el turco, el tunecino o el sirio. Con filiales en Estambul, Países Bajos, Alemania, Italia, India y Malasia, para aceite de oliva y otras aplicaciones industriales, ahora es el momento idóneo para crecer en la Península Ibérica y apostar por un servicio a nuestros clientes que sea eficiente y de calidad diferenciada.

¿Qué pretende aportar HAUS al mercado ibérico?

Buena pregunta... La filosofía HAUS se puede resumir en las palabras que acompañan a la marca, *#becausewe-*



Enfoque innovador y diseño original

HAUS, satisface las necesidades del mercado con Decanter y Centrifuga Vertical de aceite de oliva de nuevo diseño creados por HAUS, con su innovador enfoque de ingeniería y ofrece soluciones más allá del sector.

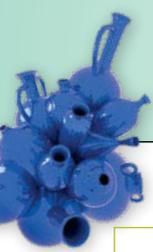


haus.com.tr

[f](#) [t](#) [in](#) / HAUSCentrifugeTechnologies

info@hausiberica.com

HAUS
TECNOLOGIAS DE CENTRIFUGACIÓN



Línea completa de extracción de aceite de oliva, decánter DDV-4042 y centrífuga vertical VBA 4023-P40.

care. No es un eslogan, sino la forma de vida que inspira todo nuestro trabajo. Nos importan nuestros clientes, nuestros empleados, nuestros proveedores y nuestro entorno. Nuestro Departamento de I+D+i trabaja constantemente en ofrecer soluciones personalizadas a problemas complejos, siempre bajo una Responsabilidad Social Corporativa orientada al cuidado de las personas y el medio ambiente. Nuestra misión es aportar soluciones a las necesidades de nuestros clientes, con una atención cercana y personalizada y un servicio técnico ágil y de calidad.

¿Los productos y servicios de HAUS Iberia están orientados a algún tipo específico de cliente?

No. Nuestra experiencia y la aplicación de las últimas tecnologías de centrifugación en nuestra maquinaria nos hacen versátiles para poder atender casi cualquier tipo de demanda. Disponemos de centrífugas horizontales que pueden operar en 2 ó 3 fases, haciéndolas aptas para cualquier tipo de producto, incluido orujo, y nuestra tecnología *Dual Drive* facilita el ajuste de las producciones en tiempo real sin necesidad de parada de la línea de molturación. Nuestras centrífugas son totalmente automáticas, con tecnología *Clean in Place* (CIP) que facilita la



limpieza *in situ*, y las batidoras están equipadas con sistemas de control de temperatura independiente en cada uno de los vasos de batido.

Todo ello está vinculado a nuestro sistema de control, con panel táctil ergonómico y posibilidad de monitorización a distancia, tanto por el operario como por el propietario e incluso por nuestro personal técnico, que puede actuar sobre los parámetros de producción para optimizar los procesos de extracción. Disponemos de líneas de extracción en continuo para un rango muy amplio de producciones: des-

de pequeñas almazaras “boutique” para obtención de aceite de oliva virgen extra de alta calidad y rico en polifenoles evitando la oxidación, calentamiento o exposición a la luz del producto, hasta maquinaria para extracción de aceite de orujo; pasando por toda la gama de productos intermedios.

¿Cuáles son los pasos que HAUS está dando en su proceso de implantación en la Península Ibérica?

Tras la constitución de la empresa HAUS Iberia con personal y entidad jurídica propia, estamos trabajando en una red comercial que abarque España y Portugal, así como en un servicio técnico profesional y cercano, rápido y eficaz en cualquier parte de la Península Ibérica. Una vez consolidada en su crecimiento internacional, HAUS ha decidido apostar por su implantación en la zona de mayor producción de aceite de oliva del mundo, con pasos firmes pero seguros y con la certeza de que la aportación de nuestro conocimiento y experiencia al sector será beneficiosa para todas las partes en un futuro muy cercano. 💧

HAUS Iberia Tecnologías de Centrifuga, S.L.
info@hausiberia.com
www.hausiberia.com

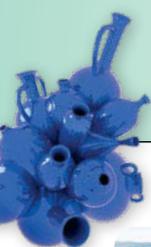
Tú buscas el mejor producto.

Nosotros, la forma de ayudarte a que sea una realidad.



Calidad, de principio a fin. Este es el objetivo que en **Grupo Hastinik** compartimos con todos nuestros clientes de la industria aceitera. Por eso, proporcionamos esos productos y soluciones técnicas que forman parte, a veces de forma invisible, del proceso de producción del mejor aceite del mundo.

Acero inoxidable. Tubos y accesorios.
Chapas y pletinas. Tornillería y fijaciones.
Acero al carbono. Tubos, accesorios y válvulas.



ANSOTEC y Grupo De Prado, unidos por la excelencia



Vista aérea de la almazara de Grupo De Prado en Vendinha, Évora (Portugal).

ANSOTEC nació en 2007 para impulsar y liderar la transformación digital en la industria española optimizando los procesos productivos de sus clientes a través de la ingeniería y control industrial, mejorando la rentabilidad y aportando ventajas competitivas sostenibles a largo plazo a través de un servicio integral, sin descuidar la seguridad en todos los niveles. De ahí que algunas de las principales empresas del sector oleícola, como Grupo De Prado, hayan apostado por esta compañía con sede en Huétor Tájar (Granada) para abordar la digitalización integrada de sus instalaciones y almazaras.

La estrecha y fructífera relación entre ANSOTEC y Grupo De Prado se inicia en 2019, cuando su director industrial, Javier García Álvarez, ante el gigantesco desafío que iba a tener que afrontar el Grupo en Portugal, contacta con ANSOTEC para evaluar sus soluciones y capacidades tecnológicas.

Ese mismo año, ANSOTEC ya había implementado en la almazara de la cooperativa SCA San Sebastián de Benalúa de las Villas (Granada) un ambicioso y pionero proyecto de transformación digital integral -el primer proyecto de digitalización del sector oleícola español-, anticipándose a lo que estaba por venir. Por aquel entonces ANSOTEC ya había acometido con éxito proyectos similares en el sector agroalimentario de nuestro país.

Hablamos de la Almazara Conectada 4.0[®] de ANSOTEC, su innovadora solución registrada de control y gestión integral, que Grupo De Prado tuvo la oportunidad de conocer gracias a la visita que Javier García realizó a las instalaciones de la SCA San Sebastián invitado por ANSOTEC. En ella, el director industrial



Vista aérea de las instalaciones industriales de Grupo De Prado en Baleizão-Beja (verdeo, almazara y almendra).



Parte del staff industrial de Grupo De Prado y ANSOTEC en la sala de control general de la almazara de Vendinha.

de Grupo De Prado pudo intercambiar impresiones con el gerente de esta ejemplar cooperativa granadina, Eduardo Valverde, y constatar *in situ* las ventajas y mejoras en materia de digitalización que dicha solución aporta a las almazaras.

Tiempo después de esta visita, Grupo De Prado encargó a ANSOTEC acometer el proceso de renovación y transformación digital de su almazara en Baleizão-Beja (Portugal) con objeto de implementar una solución total que esté integrada verticalmente con su sistema ERP, el sistema de gestión de laboratorio LIMS y su sistema de lo-

gística; así como una readecuación de sus sistemas de automatización. Y es que la Almazara Conectada 4.0[®] está enmarcada en el nivel 3 del modelo ISA 95 como una solución *Manufacturing Execution Systems* (MES/MOM), esto es, un software diseñado para obtener información relevante y organizar, controlar y monitorizar todas las operaciones y procesos de una almazara en tiempo real.

Así, ANSOTEC tuvo que realizar una ingente cantidad de trabajos de reingeniería multidisciplinar y análisis de todos sus sistemas instalados, desde la recepción de aceituna en el patio hasta las bodegas y sistemas de expediciones a granel, pasando por las líneas de extracción equipadas con sistemas ana-

No podemos controlar el clima, pero sí los procesos.

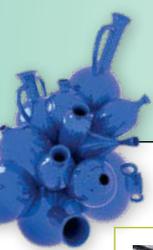
NUESTRA SOLUCIÓN



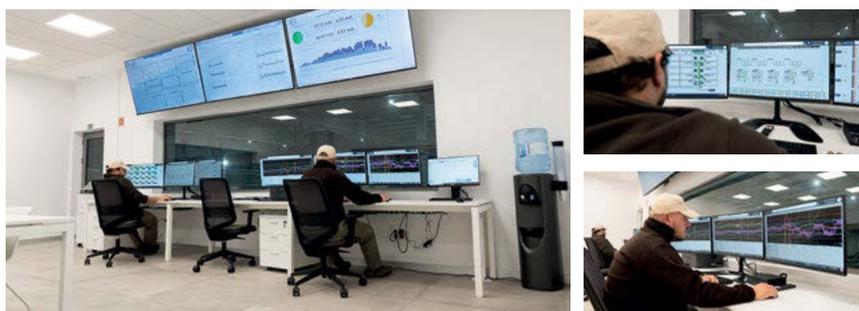
En ANSOTEC contamos con una solución específica para transformar digitalmente el sector oleícola optimizando los procesos productivos a través de la ingeniería y el control industrial.

Mediante un servicio integral mejoramos su competitividad expresando todo su potencial para ser más eficientes. Lluvia, nieve o trueno.





De izqda. a dcha., y de arriba a abajo, tolvos de recepción de la almazara de Vendinha; monitores panorámicos dentro de la almazara; bodega de la almazara de Vendinha; y sensor ANSOTEC en la bodega.



Sala de control general y estación de supervisión de la almazara de Grupo De Prado en Vendinha (Évora, Portugal).

[A mediados de 2021 ANSOTEC fue elegida para afrontar un desafío descomunal: implantar la Almazara Conectada 4.0® en una de las mayores almazaras del mundo, situada en la localidad portuguesa de Vendinha (Évora)]

2021 con la dirección facultativa de la ingeniería IRADU.

Como corresponde a un proyecto de tal magnitud guiado por la búsqueda de la excelencia, las características tecnológicas específicas son muy particulares y exigentes en aras de lograr que todo el proceso y la maquinaria estén íntimamente integrados gracias a la Almazara Conectada 4.0® de ANSOTEC en un entorno completamente virtualizado con VmWare.

Entre las principales características de esta innovadora solución se encuentran la integración avanzada de toda la maquinaria de proceso a través de interfaces avanzadas Modbus TCP I/P de alta velocidad; sensorística avanzada en todo el proceso, con empleo de sensores de altísima precisión en los depósitos de bodega diseñados por ANSOTEC y fabricados en la CE; sistema de supervisión, estaciones locales (patio de recepción), monitores panorámicos en la planta y una sala de control general desde la que se realizan las operaciones de más alto nivel; integración en tiempo real de los analizadores FOSS en línea para determinación del contenido graso y su tratamiento estadístico; cálculo, procesamiento y visualización de KPI's con pantalla dedicada en la sala de control general; aclaradores y bodega completamente automatizada; y, por último, gestión de expediciones a granel controlados por la Almazara Conectada 4.0®. 💧

ANSOTEC Soluciones Tecnológicas, S.L.
info@ansotec.com
www.ansotec.com

líticos en línea. Cabe destacar que las instalaciones de Baleizão-Beja no sólo constan de almazara, sino también de una planta de aceituna de mesa y otra de limpieza, procesamiento y partido de almendra, y en todas ANSOTEC ha implementado su modelo de digitalización integrada siguiendo el modelo de los estándares internacionales ISA, mundialmente reconocidos y que ANSOTEC emplea regularmente.

Desde entonces y hasta hoy, en las instalaciones de Grupo De Prado se han venido realizando diversas actuaciones y ampliaciones en las que se ha respetado y mantenido fielmente el mismo modelo "con total satisfacción por parte de la dirección de la empresa", apunta Juan Hermida Ramo, responsable de la Dirección Tecnológica de ANSOTEC.

Gracias a la experiencia y resultados obtenidos en la planta de limpieza y procesamiento de almendra de Beja, la ingeniería de Huétor Tájar ha implementado la solución completa de automatización y digitalización a pie de finca en todas las plantaciones e instalaciones de almendras de Grupo De Prado, quedando éstas totalmente integradas en tiempo

real con sus sistemas ERP, sistema de gestión de calidad y sistema de logística.

Nueva planta de Vendinha

A mediados de 2021, la colaboración entre ambas compañías alcanza una nueva dimensión cuando ANSOTEC es elegida para afrontar un desafío descomunal: implantar la Almazara Conectada 4.0® en una de las mayores almazaras del mundo -más de 55.000 m²- situada en la localidad portuguesa de Vendinha (Évora), con una capacidad de molturación de más de 100 millones de kilos de aceituna por campaña.

En palabras del director industrial de Grupo De Prado, Javier García Álvarez, "la automatización resulta clave al estar todo controlado e integrado en un único diseño puntero de transformación digital que tendrá en cuenta todos los aspectos, desde la sensorística para optimizar el control de la maquinaria hasta la gestión y control de la recepción de la aceituna, así como todo el proceso de molienda y extracción hasta la conservación en la bodega".

Un reto mayúsculo que es inmediatamente asumido por el equipo de ANSOTEC, que inicia el proyecto en junio de

AMA

AMARGA Y PICA IMPULSA LA EXCELENCIA DEL SECTOR OLIVAR

Descubre
Amarga y Pica Gourmet de La Roja
by Conde de Benalúa en
Expoliva 2023 del 10 al 13 de mayo.

1^{ER} PREMIO CALIDAD

Denominación de Origen Protegida
MONTES DE GRANADA



AND-C-13-203



ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA
COSECHA TEMPRANA ELABORADO
LOS PRIMEROS DÍAS DE NOVIEMBRE.

AMARGA Y PICA

AMA LA VIDA
AMA LO QUE TE HACE SENTIR BIEN, EL SABOR.
LO AUTÉNTICO. AMA LA TIERRA Y SU GENTE.
AMA EL DETALLE. LO SINGULAR. AMA CADA MINUTO.

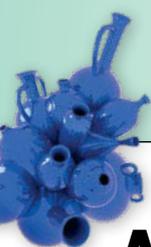
MONTES DE GRANADA
DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA.



AND-C-13-203

BY CONDE DE BENALÚA

1.500 ML.



Agrocuaderno de Prosur, la mejor solución para adaptarse fácilmente a las normativas RETO y SIEX



A punto de cumplir 30 años de exitosa trayectoria, la empresa informática cordobesa dedicada al segmento oleícola sigue engrosando su cartera de aplicaciones e innovando en un sector tan complejo como el de la gestión de almazaras para dar respuesta a sus más de 350 clientes.

“¿Tienes problemas en la gestión de tu explotación o almazara? Nosotros tenemos -o encontramos- la mejor solución”. Parece un eslogan publicitario, pero en Prosur Informática esta frase es su mantra, su razón de ser. Un resumen de la misión, visión y valores de esta empresa cordobesa que el próximo 2024 cumplirá 30 años caminando de la mano y al servicio del sector oleícola nacional.

Francisco Manuel Sánchez -director de I+D+i- y Manuel Cobo -gerente-, los emprendedores que han ido construyendo este proyecto, se conocieron cuando cursaban estudios de informática y fueron compañeros de trabajo durante cuatro años. En 1994 fundaron Prosur Informática tras analizar con detalle el volumen de entidades en Andalucía y en toda España dedicadas al sector del aceite de oliva, cuyo “desarrollo tecnológico a nivel informático estaba en pañales. Entonces no había aplicaciones dedicadas específicamente a la gestión de almazaras debido a su complejidad y tuvimos claro que se trataba de un interesante nicho a explorar”, recuerda Francisco Manuel.

Hoy, la empresa cuenta con 350 almazaras en su cartera de clientes a nivel nacional e internacional, desde Córdoba hasta Andorra, pasando por Girona o Portugal. En Prosur Informática idean, innovan y dan forma a nuevas soluciones en función de los retos y problemas que el sector oleícola les va planteando. Propuestas que, una vez implementadas, pasan a engrosar su amplio catálogo de productos y servicios.

Agrocuaderno y las nuevas normativas

Uno de los servicios más recientes de ese listado es Agrocuaderno, integrado en el software ERP Alprivawin, que permite controlar toda la gestión de una almazara cooperativa o industrial, desde la recepción de la aceituna hasta la salida del aceite.

Pero, ¿qué es Agrocuaderno? “Agrocuaderno es un cuaderno de campo digital que consta de diferentes apartados: asesores, agricultores, socios (i-Gestión)... -explica Sánchez-. Se trata de una plataforma en la que las entidades del sector pueden adaptarse fácilmente a la nueva normativa del Ministerio de



Manuel Cobo (izqda.) y Francisco Manuel Sánchez (dcha.), gerente y director de I+D+i de Prosur Informática.

Agricultura, Pesca y Alimentación -Registro Electrónico de Transacciones y Operaciones, RETO- y de la CEE -Sistema de Información de Explotaciones Agrarias, SIEX-. El primero es un registro de venta de productos fitosanitarios, mientras que el segundo es una plataforma que entra en vigor en julio de 2023 donde los agricultores tendrán que digitalizar su cuaderno de campo”.

Por tanto, Agrocuaderno no sólo permite al agricultor gestionar su explotación desde cualquier ubicación y en tiempo real, sino que le facilita la adap-

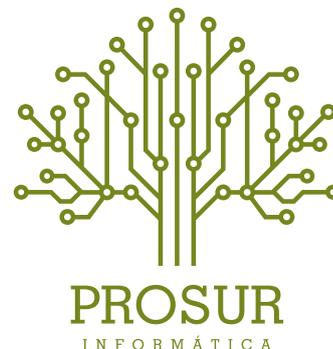


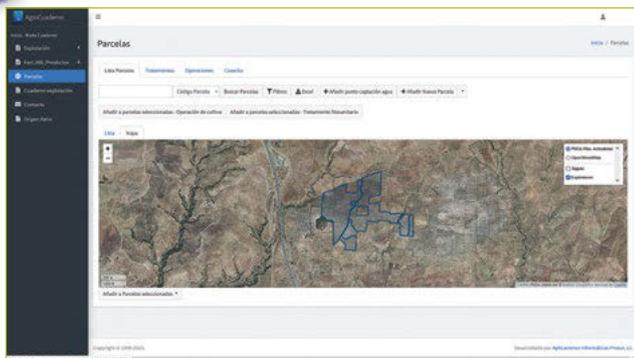
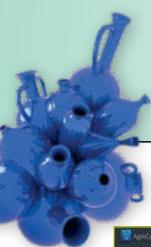
UTILIZANDO AGROCUADERNO, SUPERAR CUALQUIER RETO ESTARÁ EN SU MANO

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)

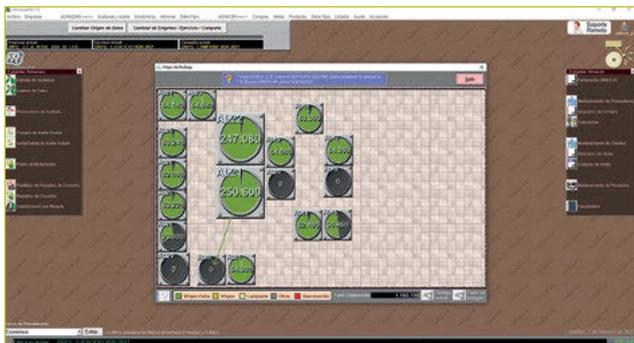


APLICACIONES INFORMÁTICAS PROSUR, S.L.
C/Hermano Luján, 10-local
14007 CÓRDOBA (ESPAÑA)
Fijos +34 957 435976 + 34 957 020270
Móvil + 34 615 689778
www.agrocuaderno.com





Versión web de la *app* Agrocuderno.



Creada a finales de los 90's, AlcoopeWin es la aplicación de Prosur para la gestión de cooperativas.



Estand de Prosur Informática en Expoliva 2017. La empresa estará presente en la XXI Feria Internacional del Aceite de Oliva e Industrias Afines-Expoliva 2023 en el stand 21 del Pabellón Schütz Ibérica, en la carpa anexa al Pabellón Interior.

[Agrocuderno no sólo permite al agricultor gestionar su explotación desde cualquier ubicación y en tiempo real, sino que le facilita la adaptación y cumplimiento de las normativas nacionales y europeas]

tación y cumplimiento de las normativas nacionales y europeas, tan orientadas en los últimos años al formato digital. Como proclama su *leitmotiv*, “una nueva forma de trabajar en el campo”.

A la vanguardia de la innovación

Agrocuderno es sólo un ejemplo de las múltiples herramientas que Prosur ha creado en sus tres décadas de actividad para hacer más fácil la vida a quienes se dedican al sector oleícola. Pionera en el servicio de información *on line* a los agricultores, la empresa cordobesa ha desarrollado recientemente un proyecto para la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero con el que da un paso más en este ámbito.

“Con la Fundación llevamos 20 años trabajando, de hecho fueron los primeros clientes a quienes desarrollamos una aplicación”, recuerda Manuel Cobo. Ahora han renovado esa *app* e implementado un proceso de comunicación con los clientes con el que la entidad se muestra más que satisfecha. “En la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero

estaban saturados de llamadas telefónicas con peticiones de información que les impedían gestionar correctamente el almacén. Para solucionar este problema, a través de una aplicación hemos conseguido que, una vez el aceite llega al almacén y se pesa, el cliente reciba una notificación en su móvil en la que además se le informa de la cantidad recepcionada y en qué depósitos se guarda. Toda la información queda recogida de forma *on line* y puede consultarse en cualquier momento. Además, hemos creado una agenda electrónica para reservar fecha y cantidad de kilos que se van a enviar para su almacenaje”.

En los últimos meses, Prosur también ha acometido otros proyectos para importantes empresas del sector oleícola, como la implantación para Dcoop de un sistema EDI destinado a pedidos y albarán de compra que permite a los clientes de la cooperativa revisar sus envíos y visualizar el estado de los mismos de forma automática.

Todas estas actuaciones son, en suma, el reflejo de casi tres décadas de experiencia y profesionalización en el

segmento olivarero que le han permitido conocer a fondo a sus protagonistas y comprender cuáles son sus necesidades. Una trayectoria y dedicación que la empresa vio reconocidas en 2012 y 2013, cuando Prosur se alzó con el primer premio en el Concurso de Innovación y Transferencia Tecnológica de la Feria del Olivo de Montoro y en el Concurso de Innovaciones Técnicas de Expoliva.

Al margen de los reconocimientos, la verdadera satisfacción para Francisco Manuel Sánchez y Manuel Cobo es “seguir ofreciendo a las almazaras y empresas oleícolas soluciones integrales de informatización y gestión, superando retos cada vez más complejos y contribuyendo a la modernización de un sector históricamente clave en nuestra economía. Una vez superada la pandemia, desde aquí animamos a nuestros clientes y amigos a que nos visiten en el stand 21 del Pabellón Schütz Ibérica de Expoliva”. 🍷

Aplicaciones Informáticas Prosur, S.L.
administra@prosur.com
www.prosur.com

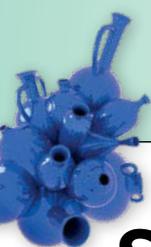


Se amplían a 1L, 1'25L, 2L y 5 litros los formatos de botellas Borges que contienen plástico reciclado. La natura se renueva constantemente, Borges también



Descubre más en: [#ComprometidosPorNaturaleza](#)





Sistema GIA 4.0 de Automatismos ITEA, la mejor solución para el control y gestión integral de la almazara



Referente en el sector de automatización y digitalización agroalimentaria desde hace más de una década, Automatismos ITEA cumple 25 años de exitosa trayectoria en 2023. Su sistema GIA 4.0, basado en un ecosistema de módulos que conviven en perfecta armonía, se presenta como la mejor solución tecnológica para la gestión integral de almazaras.



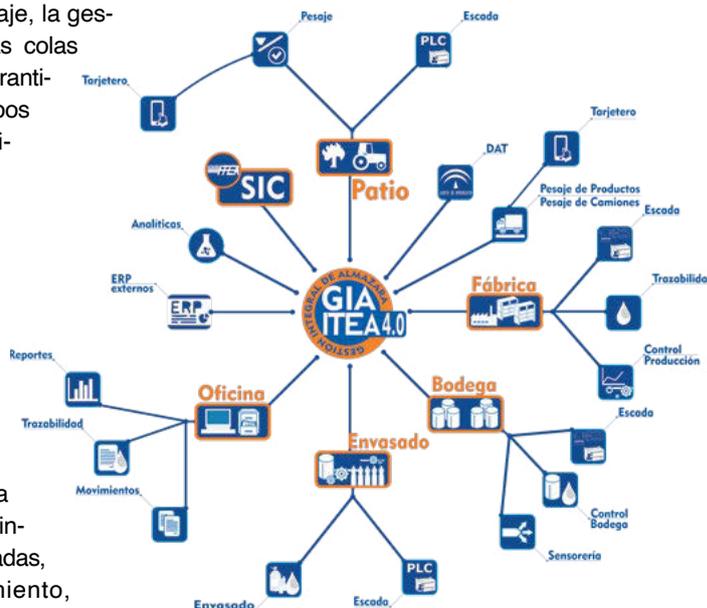
Con sede en Montilla (Córdoba), el objetivo de Automatismos ITEA -patrocinador oficial de Expoliva 2023- no es otro que ofrecer a sus clientes la última tecnología en montajes eléctricos y automatización de procesos dentro de la industria agroalimentaria, siempre enfocada a conseguir la mayor rentabilidad y sostenibilidad. Para ello cuenta con un equipo humano altamente capacitado y en constante formación que trabaja día a día con el afán de lograr la completa satisfacción del cliente.

La compañía cordobesa ha desarrollado el sistema GIA 4.0 como la mejor solución tecnológica de control y gestión integral de almazara. Basado en un ecosistema de módulos tecnológicos que conviven en armonía, combinando hardware, software y décadas de experiencia, el sistema ofrece múltiples beneficios para las distintas secciones de la almazara.

En el patio de recepción, el sistema GIA 4.0 proporciona un control total desde una única aplicación, al tiempo que monitoriza aspectos como la eficiencia energética, la gestión de la calidad del

fruto antes de su pesaje, la gestión automática de las colas de recepción para garantizar los menores tiempos de espera y la recopilación de todos los datos del agricultor; así como el envío de todos los datos de la pesada en tiempo real y la integración automática del servicio DAT (Documento de Acompañamiento al Transporte) de la Junta de Andalucía. Toda la información de las pesadas, estadísticas, seguimiento, consumo energético, etc. quedan registrados en el sistema de datos.

En la fase de molturación y extracción de aceite de oliva, el sistema GIA 4.0 controla de forma automática toda la maquinaria, propiciando una mayor eficiencia energética. Así, en esta etapa del proceso de elaboración el sistema se encarga de vigilar, verificar, contrastar y gobernar en tiempo real los niveles



de la tolva de almacenamiento, temperatura de masa, aportes de agua, talco o cualquier otro coadyuvante, producción y pérdidas industriales de todas las partidas. Entre otros parámetros, la solución GIA 4.0 genera registros de datos estadísticos y predictivos del compor-



Actualización Muestras

CONEXION BBDD OK ACEITUNA ORUJO

Ruta lectura archivo aceituna

Ruta lectura archivo orujo

Ruta lectura archivo salidas orujo

ACEITUNA DECANter SALIDA

Página 1 de 110 Total: 1998 registros

Focho	Muestra	Acidez	Rendimiento	Humedad	Grasa	Analisis
30/12/2020 9:43	2001	0,38	19,4	56,6	0	30/12/2020 9:18
29/12/2020 20:34	2000	0,47	18,7	56	0	29/12/2020 20:01
29/12/2020 10:44	1999	0,39	19	57,4	0	29/12/2020 10:12
29/12/2020 10:44	1998	0,44	18,5	58,4	0	29/12/2020 10:06
29/12/2020 10:44	1997	0,44	18,4	58,5	0	29/12/2020 10:05
29/12/2020 10:44	1996	0,31	18,4	61,2	0	29/12/2020 10:00
29/12/2020 10:44	1995	0,31	18,5	61,2	0	29/12/2020 9:59
29/12/2020 10:44	1994	0,31	18,6	60,9	0	29/12/2020 9:54
28/12/2020 22:30	1993	0,31	19,4	59,4	0	28/12/2020 22:19
28/12/2020 21:47	1991	0,31	18,8	59,8	0	28/12/2020 21:14
28/12/2020 21:46	1992	0,39	20	55,7	0	28/12/2020 21:20
28/12/2020 20:33	1990	0,3	19	59,4	0	28/12/2020 20:12
28/12/2020 20:31	1989	0,29	18,4	60,8	0	28/12/2020 20:05
20/12/2020 19:47	1985	0,29	18,3	60,9	0	20/12/2020 15:31
28/12/2020 19:46	1988	0,31	19,2	59,9	0	28/12/2020 19:20
28/12/2020 19:46	1987	0,31	18,9	60,2	0	28/12/2020 17:38
28/12/2020 19:46	1986	0,29	17,8	61,4	0	28/12/2020 17:31

Motor de recogida de ficheros de muestras que permite la incorporación automática de los resultados analíticos de muestras de laboratorio para emplear dichos datos en informes y cálculos de rendimientos y agotamientos.



tamiento de una determinada calidad y/o variedad, además de integrar toda la información de molturación y extracción en el sistema de datos y gestionar el envío de toda la información a la app Producción ITEA.

A continuación, en el proceso de decantación y almacenamiento del aceite extraído el sistema GIA 4.0 permite una integración del arranque de toda la maquinaria en una única interfaz, registrando todos los datos relativos al control de pesaje en los aclaradores, purgas automáticas, control y gestión de trasiego de aceite entre depósitos, salidas automáticas de aceite a granel, envasados...

Finalmente, y en lo que se refiere a la gestión de la trazabilidad, el sistema GIA 4.0 ofrece un amplio abanico de

informes tanto históricos y estadísticos como en tiempo real de todos los procesos; generación de los libros oficiales de la Administración pública con objeto de evitar errores y duplicidad de la información; así como la integración con cualquier ERP del mercado para intercambiar información.

Eficiencia, sostenibilidad y trazabilidad

En definitiva, la solución GIA 4.0 creada por Automatismos ITEA está presente en todos los pasos del proceso productivo en la almazara para contribuir a lograr un funcionamiento lo más eficiente posible mediante la recopilación de toda la información en aras de garantizar la trazabilidad del producto desde la recepción de la aceituna en el patio hasta la salida del aceite envasado o a granel, ayudando a tomar decisiones predictivas orientadas a la mejora de los resultados. Un sistema avalado por la experiencia acumulada durante un cuarto de siglo y por el que han apostado muchas almazaras no sólo de la geografía española -en especial en las provincias de Jaén y Córdoba-, sino portuguesa.

Y es que, como señala Rafael Bascón, CEO y fundador de la compañía,

[GIA 4.0 es un sistema por el que han apostado muchas almazaras de la geografía española y portuguesa]

“con el sistema GIA 4.0 las almazara están dando el salto definitivo a la innovación tecnológica al controlar todos los procesos de elaboración, almacenamiento y envasado con el objetivo de ser más eficientes y sostenibles, elaborando un producto de calidad con total trazabilidad que ofrece todas las garantías tanto para el consumidor como para el agricultor y la propia almazara”.

“Confiar en GIA 4.0 y Automatismos ITEA -concluye- es tener la seguridad de que todos los procesos de nuestros clientes están bajo control y en las mejores manos, gestionando su almazara al mínimo detalle”.

Automatismos ITEA, S.L.
itea@automatismositea.net
www.automatismositea.com



Olvesa, calidad y tecnología de vanguardia desde 1980



Vinculada desde sus comienzos al sector oleícola, Olvesa inició su actividad hace más de 40 años, en 1980. La empresa -que se distingue por ofrecer la última tecnología del mercado a precios muy competitivos- dispone de una amplia gama de servicios que incluyen la fabricación y reparación de maquinaria industrial y oleícola, trabajos de torno y fresa de control numérico o equilibrado industrial, y en 2010 se convirtió en distribuidor oficial de la firma VITONE ECO para España y Portugal.

Fundada por Salvador Olmedo Velasco, Olvesa es una empresa del sector siderometalúrgico especializada en la producción de piezas de todo tipo y mecanizado de materiales con la última tecnología del mercado. En sus amplias instalaciones situadas en el Polígono Los Olivares de Jaén se acometen la mayoría de operaciones de transformación metalúrgica: mecanizados en torno y centros de control numérico, fresado, soldadura, equilibrado y montaje de conjuntos mecánicos...

La empresa -que ha actualizado en 2023 su imagen corporativa para adaptarse a los nuevos tiempos- cuenta desde principios de año con su propio Departamento de Diseño e I+D+i y somete todos sus procesos -desde la materia prima hasta el producto final- a un escrupuloso control de calidad que abarca desde programas informáticos de diseño y mecanizado -con verificación paso

por paso de este último- hasta el reglaje y mantenimiento de la maquinaria para asegurar la máxima calidad de sus productos, pasando por el dimensionado de las piezas. Su ámbito de actividad no sólo se limita al territorio nacional, puesto que también está presente en países como EEUU, Canadá, Italia, Grecia o Turquía.

Su avanzada tecnología y el hecho de contar con diversas homologaciones a nivel internacional ha permitido a la empresa jienense desarrollar su propio catálogo de productos para el sector oleícola, entre ellos bombas de pistón o batidoras. "Nuestro objetivo -explica su gerente y



Roberto Olmedo Carrillo, gerente y CEO de Olvesa.

CEO, Roberto Olmedo Carrillo- es seguir avanzando e innovando siempre de la mano de nuestros clientes para adaptarnos a sus demandas y necesidades, evitando las demoras que conlleva la descentralización de la producción. A pesar de todos los cambios que hemos implantado recientemente, lo sustancial no ha cambiado, que es el trato exquisito y el servicio al cliente que siempre nos ha caracterizado. Porque, aunque la empresa crezca año tras año, en Olvesa no olvidamos nunca nuestros orígenes".

El año 2010 supuso un hito para la empresa al convertirse en distribuidor



OLVESA

Since
1980

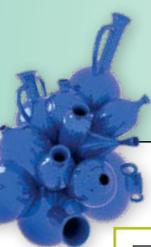
COMPONENTE ESENCIAL

- *Fabricación de Maquinaria y Componentes Industriales*
- *Fabricación y Reparación de Maquinaria Oleícola*

Distribuidor Oficial para España y Portugal de:

VITONE ECO
SINCE 1904

Polígono Industrial Los Olivares. C/ Génave 12-14 23009 Jaén SPAIN
+34 953 280 253 olvesa@olvesa.com www.olvesa.com



Bomba de pistón para trasvase de masa modelo BM7,5 fabricada por Olvesa y torno-fresa CNC de última tecnología empleado para procesos de fabricación.



Estand de Olvesa en Expoliva 2021 (arriba) y stand de VITONE ECO en la feria IFAT Munich 2022 (debajo).



oficial de VITONE ECO para España y Portugal, ofreciendo servicio comercial y post-venta en la Península Ibérica. Al respecto, Roberto Olmedo afirma que “nuestro acuerdo con VITONE ECO ha situado a la empresa en otra dimensión, al permitirnos diversificar nuestra activi-

[La empresa está desarrollando un novedoso y revolucionario procedimiento para la obtención de AOVE de muy alta calidad mediante una mejora del rendimiento industrial]

dad y contar con una marca puntera a nivel internacional que ha incorporado a su maquinaria muchas de nuestras innovaciones y soluciones”.

Una aproximación a la excelencia

En la actualidad, Olvesa está desarrollando un novedoso y revolucionario procedimiento para la obtención de AOVE de muy alta calidad mediante una mejora del rendimiento industrial. “Se trata de una aproximación a la excelencia -explica Roberto Olmedo-, ya que los conceptos y tecnología aplicados permiten precisar las condiciones

más favorables en cada etapa del proceso de elaboración para optimizarlas en función de cada variedad, el estado vegetativo de la aceituna y los objetivos comerciales, compatibilizando cantidad y calidad”.

El nuevo sistema es adaptable a cualquier tipo de instalación y persigue una mejora del rendimiento industrial en primera extracción, así como el control del perfil volátil y fenólico en el AOVE obtenido. Como objetivos secundarios derivados de los anteriores figuran la mejora de la estabilidad oxidativa -esto es, la vida útil del producto- y de los valores nutricionales del AOVE; la mejora de la productividad y de los consumos específicos de energía eléctrica y térmica; y el control automatizado de todo el proceso.

“Todos son argumentos económicos y comerciales que tienen una fuerte incidencia en la cadena de valor del AOVE -concluye el gerente de Olvesa-, al permitir poner en el mercado a precios razonables mayores cantidades de vírgenes extra de gran calidad adaptados sensorial y nutricionalmente a los gustos y preferencias de los consumidores”.

OLVESA, S.L.
olvesa@olvesa.com
www.olvesa.com

Suscríbese y disfrute de...

- Boletín semanal
- Revista técnica del sector del VINO
(24 números)
- Especiales
 - Packaging
 - Maquinaria
 - Productos enológicos
 - Enoturismo
 - Viticultura
- Extraordinarios
 - Exportación
 - Estadísticas
 - Vendimias
 - Anuario Técnico
- Acceso ILIMITADO a nuestra página web
www.sevi.net
Actualizada semanalmente
- Y además recibirá gratis la
Guía de Vinos y Aceites,
la única guía clasificada por variedades



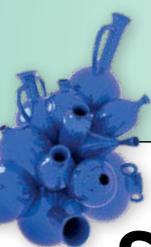
12 meses
Precio*
120 €
* Extranjero 230 €

SEVI
La Semana Vitivinícola

REVISTA TÉCNICA DEL SECTOR DESDE 1945

semanavi@sevi.net

Tel. 670 617 277



Secaderos de La Loma o la decidida apuesta por valorizar el hueso de aceituna



La valorización del hueso de aceituna es sin duda uno de los retos pendientes de los productores de aceite de oliva. Secaderos de La Loma es una joven empresa de maquinaria para el secado, limpieza y transporte de hueso de aceituna que se ocupa de la gestión integral de la cadena de valor de un subproducto energético tan valioso como demandado.

Con sede en Úbeda, Secaderos de La Loma es una empresa creada en diciembre de 2020 que nace a partir de la experiencia acumulada durante los últimos 15 años por su fundador y CEO, Joaquín Molina Chamorro, en el sector de la biomasa y en concreto en la valorización del hueso de aceituna para rentabilizar los subproductos de las almazaras.

Si bien en las últimas décadas el hueso de aceituna ha sido separado del alpeorujo y comercializado tal cual, en los últimos años hemos asistido a una valorización de este subproducto por su gran potencial como biocombustible, experimentando una fuerte demanda en los mercados regional, nacional e internacional.

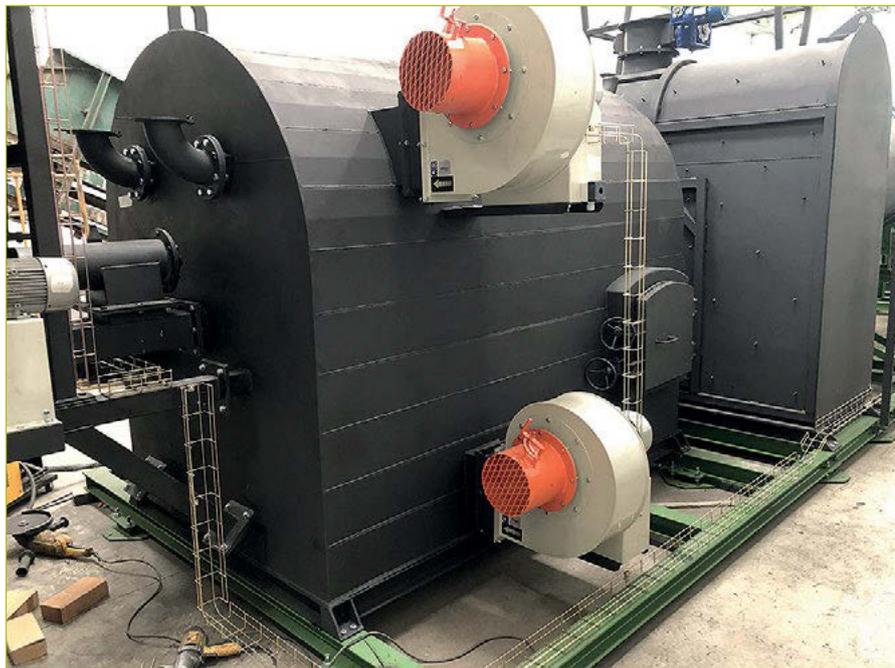
En Andalucía, las almazaras son un eje vertebrador de riqueza, en especial en las provincias productoras de acei-

te de oliva, donde constituyen uno de los pilares fundamentales de la economía. Además de una fuente de energía inagotable y renovable, generadora de empleo y rentabilidad, los subproductos también suponen una fuente de riqueza que debe ser gestionada por los propios productores con la creación de las infraestructuras necesarias para tal fin. En el caso del hueso de aceituna, una alta demanda generalizada en el mercado energético de biocombustibles renovables a costes moderados permite que el hueso de aceituna valorizado sea un negocio rentable para el productor.



Especializada en el desarrollo de soluciones integrales, eficientes y competitivas basadas en la valorización del hueso de aceituna, Secaderos de La Loma -que estará presente en Expoliva 2023 en el stand 39 del Pabellón Semicubierto- realiza instalaciones completas de sistemas de secado, limpie-

za, ensacado y transporte neumático de hueso de aceituna. Con una mínima inversión en relación a otros sistemas de valorización de subproductos, las soluciones de esta empresa ubetense logran retornos de inversión muy interesantes, con una media de tan sólo tres campañas.



[La gran demanda regional, nacional e internacional de energía limpia y económica proveniente del hueso de aceituna responde a criterios de racionalidad, eficiencia y sostenibilidad]



Escasa valorización

La producción media de hueso de aceituna en España alcanza las 400.000 t. De las 850 almazaras existentes en Andalucía, con una producción de hueso de 350.000 t. anuales, apenas un 25% se valoriza de forma correcta. En el *Mapa de los Biocombustibles Sólidos 2022* elaborado por AVEBIOM figuran 29 plantas de tratamiento de hueso, observándose un incremento sustancial en los últimos años. De ellas, tan sólo ocho disponen de la certificación Biomassud A1, con una capacidad de tratamiento de 80.000 t.

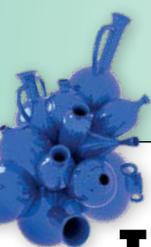
La viabilidad técnica y económica de la planta de tratamiento de hueso se sustenta en la gran demanda regional, nacio-

nal e internacional de energía limpia y económica proveniente del hueso de aceituna, que responde a criterios de racionalidad, eficiencia y sostenibilidad. Un proyecto de creación de biocombustibles normalizados resulta más viable cuanto menos haya que manipular la biomasa. O, dicho de otra forma, la biomasa -al igual que el resto de fuentes de energía de origen renovable- es más rentable y eficiente cuando se valoriza y consume lo más cerca posible de allí donde se produce.



Por tanto, la valorización de una fuente de energía renovable como el hueso de aceituna no sólo es una actividad social y rentable al permitir la creación y fijación de puestos de trabajo -uno por cada 800 t. procesadas-, sino también sostenible, habida cuenta de que su contribución a las emisiones es mínima en comparación con combustibles de origen fósil o la utilización de hueso no valorizado. ♣

Secaderos de La Loma
joaquin@huesoaceituna.com
www.huesoaceituna.com



IMATEC31 cumple 10 años de firme compromiso con el avance del sector oleícola



IMATEC31 lleva una década ofreciendo soluciones de electricidad, automatización, software y pesaje industrial encaminadas a optimizar los procesos productivos del sector oleícola, con el que se encuentra plenamente comprometida desde su nacimiento, así como en los sectores hortofrutícola y de frutos secos.



Diseño de sala de control de fábrica de IMATEC31.

Surgida en 2013 de la extinta COMYSER, líder en el segmento de pesaje industrial y otros productos de automatización, IMATEC31 (Ingeniería, Metrología y Asistencia Técnica, S.L.) cuenta con más de dos décadas de experiencia y un equipo multidisciplinar de profesionales de ingeniería especializados en pesaje automático, dinámico e industrial; instalaciones eléctricas, automatización, robótica y sensorización; y desarrollo de software. Sus fundadores -todos ellos antiguos responsables de área de COMYSER- acometieron el reto de iniciar un nuevo proyecto con la intención de mejorar y aumentar el catálogo de productos y soluciones que ya ofrecían en su anterior etapa, garantizando un servicio integral y a medida de cada cliente.

En estos 10 años, la compañía ha desarrollado numerosos proyectos y mantenimientos a nivel nacional e internacional en países como Portugal, Egipto, Chile, Argentina, Israel, Italia o Grecia, contando con una cartera de más de medio millar de clientes tan sólo en el sector agroalimentario.

Desde su sede en el Polígono Industrial "Los Olivares", y una vez implantado un sistema de gestión de la calidad, IMATEC31 comenzó a trabajar para conseguir las certificaciones como fabricantes de básculas, contando en la actualidad con dos exámenes UE de tipo (módulo B) y el certificado para la fabricación y puesta en marcha (módulo D) de básculas totalizadoras discontinuas,

[La cercanía en el trato con sus clientes supone sin duda uno de los principales valores diferenciales de IMATEC31, junto con la inequívoca apuesta por la calidad]

esto es, básculas para pesaje a granel: aceituna, almendra, pistacho, hueso.... Al mismo tiempo, la empresa amplió sus soluciones en el área de Automatización hasta cubrir por completo todo el proceso de extracción del aceite de oliva.

Su equipo humano, sometido a un constante proceso de formación para actualizar conocimientos, está formado por ingenieros y técnicos cualificados plenamente comprometidos con la búsqueda de la excelencia en el desarrollo de su actividad -siempre desde el respeto al medio ambiente, que se traduce en medidas como la paulatina eliminación del papel-, en un ambiente de trabajo cercano y familiar. La flota de vehículos y los medios técnicos se evalúan y renuevan siguiendo un estricto control por parte de la dirección de la compañía.

"Nuestro objetivo -señala Javier Rodríguez, ingeniero en Electrónica y responsable de Automatización de IMATEC31- es convertirnos en aliados de nuestros clientes para ayudarles a me-



Básculas en metrología legal para pesaje de granel de IMATEC31.

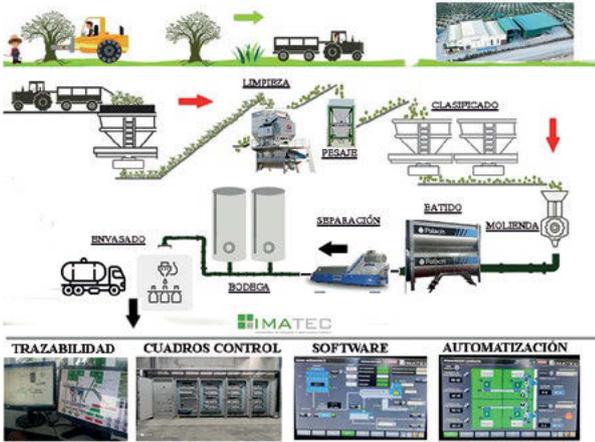
orar en sus procesos industriales y participar activamente en su toma de decisiones, ofreciéndoles para ello no sólo nuestro mejor asesoramiento y servicio, sino también todos los datos e información relevante".

Valores diferenciales

La cercanía en el trato con sus clientes supone sin duda uno de los principales valores diferenciales de IMATEC31, junto con la inequívoca apuesta por la calidad. Tal y como señalan desde la dirección de la empresa, "nuestros ingenieros siempre buscan un objetivo común: ofrecer el mejor resultado al menor coste posible. En IMATEC31 analizamos las necesidades de nuestros clientes y hacemos nuestros sus problemas para ofrecerles las mejores soluciones, siempre con una actitud humilde que nos ayuda a reconocer los errores y aceptar los consejos y críticas para enriquecer nuestro proceso de mejora continua, escuchándoles para



TRAZABILIDAD DE PROCESO DESDE EL CAMPO HASTA LA BOTELLA DE ACEITE



Software de trazabilidad *Tracking* (arriba) y módulo de control de eficiencia energética (abajo) desarrollados por IMATEC31.



Armarios de control para el procesado de aceituna y frutos secos.

conocer sus verdaderas necesidades. En este sentido, en nuestra política de calidad se resumen nuestros compromisos con nuestros clientes y con la propia compañía, que redundan en un beneficio para todas las partes”.

Y es que IMATEC31 ha apostado por la calidad de sus procesos en aras de ofrecer a sus clientes las mejores soluciones. Fruto de ello es la doble certificación por parte del Centro Español de Metrología -referente a nivel nacional- para la fabricación y puesta en servicio de los totalizadores discontinuos -básculas para el pesaje de aceituna, almendra o pistacho-.

Las soluciones de IMATEC31 van más allá del sector oleícola y se dirigen también a nuevos sectores agroindustriales tales como el procesado de la almendra y el pistacho. “Nuestros desarrollos tecnológicos siempre van enfocados a facilitar al usuario final su traba-

jo -apunta Pedro Ángel López, ingeniero técnico en Informática y responsable de Calidad y Metrología-, no sólo simplificando sus acciones, sino también haciéndolas más eficaces y eficientes”.

A partir de esta premisa nacen las soluciones software para pesaje de aceituna o los sistemas de gestión de colas y suciedad gestionados desde tarjeteros de manejo muy intuitivo. Igual sucede con los SCADAs y pantallas para la gestión de las plantas de recepción y limpieza del fruto, para el movimiento de aceituna y para el proceso de extracción, diseñados en entornos amigables y de fácil manejo. A la facilidad de manejo de cualquiera de estos softwares se añade la captación automática de la información de todos los sistemas con el objetivo de asegurar la trazabilidad de todo el proceso de elaboración. Así, su solución *Tracking*, una de las más completas y versátiles del mercado, es un software de gestión de trazabilidad avanzado que obtiene la información de todo el proceso de extracción de forma automática, semiautomática o manual, incorporando aquellos elementos externos que interviengan e influyan en el mismo y contribuyendo a la reducción de costes y al incremento de la productividad.

Entre las ventajas competitivas de IMATEC31 destaca la gran variedad de

formatos, dimensiones y rendimientos de sus básculas de sólidos para pesaje de productos a granel (aceituna, almendra, pistacho, hueso, pellet, etc.), plataformas y básculas de camiones; así como de materiales de fabricación (acero al carbono, acero inoxidable o galvanizado) y funcionalidades bajo demanda de cualquier tipo de software -por ejemplo, de control de bodega o para la gestión de sistemas de tarjeteros para el control de colas y suciedad-, siempre adaptando la solución final a los requisitos y exigencias del cliente.

Finalmente, y para ayudar a las empresas -oleícolas o de otros sectores- en su toma de decisiones, IMATEC31 ya ha implantado los primeros sistemas de control de consumo energético con vistas a optimizar la gestión de la energía y, por ende, ajustar los costes de producción. Porque, como recuerda Javier Rodríguez, “podríamos decir, sin temor a equivocarnos, que no existen dos instalaciones idénticas; por eso en IMATEC31 hacemos trajes a medida en función de las características y necesidades de cada cliente”.

Ingeniería, Metrología y Asistencia Técnica, S.L.
info@imatec31.es
www.imatec31.es



GRAN TONE

**Decanter Pieralisi 76.2 con sistema
esclusivo ROTODIFF[®]**

www.pieralisi.com



MAJORES RENTABILIDADES

 MÁXIMOS
AGOTAMIENTOS

 MEJORA
ENERGÉTICA

 MAYOR
RENTABILIDAD

Del 18 al 20 de mayo
SIAL Shanghai

SIAL
INSPIRE FOOD BUSINESS

Shanghai

Junto con Food & Hotel China, se trata de la mayor exposición internacional de la industria alimentaria en el gigante asiático, especializada en el impulso de la gran distribución y el canal Horeca, tal y como refleja la presencia de grandes agentes como Carrefour, Metro, Gourmedis y Sinodis. Con una superficie de exposición de 180.000 metros cuadrados, la feria espera atraer a 4.500 expositores y más de 150.000 profesionales de todo el mundo. Además de las áreas destinadas a pabellones nacionales y regionales, este año SIAL Shanghai -que se celebra en el recinto SNIIEC- constará de ocho sectores destacados: Babyfood Village; Organic & Wellness Village; lácteos; bebidas no alcohólicas; alimentación; carnes, aves y embutidos; mariscos; y bebidas alcohólicas. La feria también albergará diversos foros, así como múltiples eventos y actividades para dar a conocer las nuevas tendencias del sector.

exhibi.sialchina@sial-network.com
www.sialchina.com

Del 23 al 24 de mayo
PLMA



Durante más de 35 años, la feria profesional internacional "El Mundo de la Marca de Distribuidor" ha reunido a minoristas, mayoristas y otros profesionales de la marca de distribuidor con los fabricantes para ayudarles a encontrar productos, establecer contactos y descubrir nuevas ideas. La organización

ferial es muy selectiva a la hora de convocar a los futuros visitantes. Este hecho, unido al elevado precio de la entrada de la feria, contribuye a que se trate de un evento fuertemente especializado y muy profesional. Una atracción especial cada año es el Supermercado de las Ideas de la PLMA, en el que los visitantes y expositores podrán ver las gamas de productos de minoristas de todo el mundo, así como los productos galardonados con los premios "Salute to Excellence Awards". El Supermercado de las Ideas acoge también la Expo de Nuevos Productos de la PLMA.

info@plma.nl
www.plmainternational.com/es

Del 7 al 8 de junio
Organic Food Iberia



IFEMA Madrid renueva su cita con el sector ecológico a través de una nueva edición de Organic Food & Eco Living Iberia, que promete ser la más importante hasta la fecha, según sus organizadores. Así, 300 compradores internacionales de alto nivel se reunirán en esta feria en busca de las últimas innovaciones de productos y con el objetivo de establecer contactos con profesionales del sector. Esta edición estrenará nuevas secciones, nuevos espacios de degustación y actividades centradas en el *networking* y las últi-

mas tendencias de mercado. Así, el aceite de oliva virgen extra ganará protagonismo en Organic Food Iberia a través de la *Olive Oil Tasting Gallery*, un espacio que será coordinado por Grupo Editorial Mercacei. Se trata de un área de degustación autoguiada donde se podrán catar los mejores AOVEs ecológicos con la ayuda de fichas descriptivas. La feria contará con la presencia de expositores nacionales e internacionales que presentarán y darán a conocer las últimas novedades en alimentación ecológica, sostenibilidad y salud y bienestar natural, a compradores, distribuidores y comercializadores del sector ecológico de todo el mundo.

mas tendencias de mercado. Así, el aceite de oliva virgen extra ganará protagonismo en Organic Food Iberia a través de la *Olive Oil Tasting Gallery*, un espacio que será coordinado por Grupo Editorial Mercacei. Se trata de un área de degustación autoguiada donde se podrán catar los mejores AOVEs ecológicos con la ayuda de fichas descriptivas. La feria contará con la presencia de expositores nacionales e internacionales que presentarán y darán a conocer las últimas novedades en alimentación ecológica, sostenibilidad y salud y bienestar natural, a compradores, distribuidores y comercializadores del sector ecológico de todo el mundo.

ofimarketing@divcom.co.uk
www.organicfoodiberia.com

Del 13 al 14 de junio
Manufacturing Partners



GLOBAL THIRD PARTY MANUFACTURERS EXHIBITION

CO-MANUFACTURING / CO-OWNERS PRIVATE LABEL / INTERMEDIATE GOODS SUPPLIES

Valladolid acoge la primera edición de esta feria especializada en la producción para terceros y que estará organizada como un centro de negocios que pivota en torno al mercado de contratación

B2B, donde se llevarán a cabo las entrevistas entre expositores y compradores, según una agenda de citas cerradas en función de intereses comunes. Fabricantes de chocolates, derivados del cacao, alimentación infantil, bebidas alcohólicas, cafés, cereales solubles, ingredientes para la industria agroalimentaria, quesos, mantequillas y lácteos, snacks salados, patatas fritas, aceites, etc. son algunos de los sectores representados en Manufacturing Partners por empresas de amplia experiencia en la fabricación para terceros, marca de distribuidor y producción industrial. Feria de Valladolid pondrá en marcha también un programa de compradores internacionales en el que participarán representantes de compañías que operan en los segmentos mencionados, interesados en producir en el sur de Europa.

manufacturingpartners@feriavalladolid.com
www.feriavalladolid.com/manufacturing-partners

Del 25 al 27 de junio
Summer Fancy Food



Como cada año, Summer Fancy Food tendrá lugar en el Jacob K. Javits Convention Center en Nueva York. Se trata del certamen más importante especializado en productos gourmet -entre ellos el AOVE- de la Costa Este de EEUU y el principal escaparate de la innovación de la industria alimentaria. En esta feria se reúnen

importadores y es el lugar en donde emprendedores y empresas lanzan y prueban sus nuevos productos; y donde se presentan y buscan novedades. España cuenta con un pabellón en esta feria organizado por IDEX España Exportación e Inversiones, en el que también se lleva a cabo un espacio gastronómico donde se realizan catas, seminarios y/o degustaciones de los productos españoles presentes. Desde 1955 la Specialty Food Association organiza los Fancy Food Show que tienen lugar dos veces al año: Winter Fancy Food, en San Francisco/Las Vegas, en invierno; y Summer Fancy Food, en Nueva York, en verano, que constituye la edición principal.

press@specialtyfood.com
www.specialtyfood.com/shows-events/summer-fancy-food-show

Índice de anunciantes

Aborrell - AB Maquinaria Innovados... 145	Esteryfil..... 107	Olivares Vivos..... 255
Adama Agriculture España..... 155	EuroChem Agro Iberia..... 71	Olmos Maquinaria..... 75
Agarín Maquinaria..... 165	Extra Premium..... 201	Olvesa..... 287
Agrama Science & Life..... 147	Feria del Olivo de Montoro 2024..... 143	Ovelar..... 195
Agrinaco..... 110	Feria Enoliexpo 2024..... 231	Palacín..... 39
Agrinaco..... 111	Feria Expoliva 2023..... 96	Palletways..... 185
AGRO-oleum Ingeniería..... 95	Feria Expoliva 2023..... 97	Paraíso Virgen Extra Gourmet..... 122
Agroisa..... 115	Feria Futuroлива 2024..... 121	Pastrana Ingeniería y Servicios..... 59
Amenduni Ibérica..... 235	Feria World Olive Oil Exhibition 2024..... 263	Pieralisi..... 294
Amenduni Ibérica..... Lomo	Fertisac..... 191	Pieralisi..... 295
Ansotec..... 277	Fidia Engineering (Electrofilter)..... 109	Polaris Automazioni..... 189
Asociación Olivar y Aceite	FILTROX Southern Europe..... 141	Polaris Sales Spain..... 203
Provincia de Jaén..... 120	Foss..... 81	Polat..... 45
AUSERE..... 79	GEA Westfalia Separator Ibérica..... 261	ProciÓleo..... 269
Autelec..... 247	GEA Westfalia	Prosur..... 281
Automatismos ITEA..... 298	Separator Ibérica..... Contraportada	Puerta de las Villas
Automatismos ITEA..... Int. contraportada	Gesca Automatismos..... 83	(S.C.A. San Vicente)..... 123
Auximara..... 89	Grupo Hastinik..... 275	Quatro Etiquetas..... 199
Axflow..... 129	Guillén Broker..... 221	Regaber..... 177
Ayuntamiento de Jaén..... 105	HAUS..... 273	Revista La Semana Vitivinícola..... 289
BALAM Agriculture..... 257	Herpasur..... Portada	RIVERO (Calderería Rivero)..... 117
Bandas Transportadoras del Sur (BTS).... 53	Idromeccanica Ramtec..... 175	ROYSE Rodamientos y Servicios..... 125
BBVA..... 237	Ifamensa..... 33	Russo Tecno Service..... 153
Bericap..... 139	Ildefonso Rosa Ramírez e Hijos "JAR" .. 265	SACMI Ibérica..... 179
Berlin Packaging..... 21	IMATEC 31..... 47	Schütz Ibérica..... 5
Bombas Parra la Mancha..... 215	IMS Pesaje..... Int. Portada	Secaderos de La Loma
Bombas Trief..... 241	Indea Technologies..... 85	(Joaquín Molina Chamorro)..... 87
Borges..... 283	Industrias de la Rosa..... 40	Seppi M..... 159
CaixaBank..... 259	Industrias de la Rosa..... 41	Serijerez (Jerezana de Serigrafía
Caja Rural Jaén..... 103	INGENIA Process..... 137	Publicitaria)..... 29
Cajamar..... 249	IngerHidro..... 51	SÍAOVE (IX Salón Internacional
Calero (Ingeniería y Desarrollo	Innovaciones Oleícolas..... 61	del Aceite de Oliva Virgen Extra)..... 99
Agro-Industrial)..... 131	Inoelec..... 55	SICMA (Talleres Muñoz)..... 217
Canals	Inoxcaucho..... 69	Stihl..... 183
(Manufacturas Metálicas Canals).... 197	Intelec..... 149	Syngenta..... 209
CDR OXITester (Tecnilab)..... 127	JAENCOOP Grupo..... 93	TACSA..... 57
Centrifugación Alemana..... 3	Juan Vilar Consultor Estratégico..... 233	Talleres González y París..... 113
Centrifugación Alemana..... Triángulo de	Kubota..... 63	Tamesur..... 77
portada	Kubota..... Espónsor pie de página	Tecamyser..... 11
Centrifugación Alemana ... Desplegable de	en toda la revista	Tecnilab – Tecnología Analítica..... 49
portada	Laboratorio Tello..... 133	Tecnoagri..... 67
Cifarelli..... 171	Lagar do Vale..... 135	Todolivo..... 163
Clemente Industry..... 23	Lagar Herdade Vale Formoso..... 187	Treico-Remasa-Granaoliva..... 6
Codi-Pack, Marcaje y Codificación..... 91	Magusa..... 73	Treico-Remasa-Granaoliva..... 7
COLIVAL..... 13	Manzano – Flottweg..... 35	Unicaja..... 271
COLIVAL..... 14	Mañez y Lozano..... 211	Universidad de Jaén..... 239
Conde de Benalúa	Meccanica Spadoni..... 225	Verallia..... 253
(S.C.A. San Sebastián)..... 279	MIGASA Grupo..... 19	Vetreteria Etrusca..... 31
Coreti Etiquetaje Industrial..... 25	Miranda Olive Oil Brokers..... 173	Vidrala..... 27
Cotecnisur..... 223	Mivico (Talcoil)..... 213	VIMAR Equipos..... 167
Crisara..... 161	Molino del Genil – Lagar do Sobrado .. 181	VIMAR Equipos
DOP Antequera..... 267	New Holland..... 157	(Sponsor Sección Almedricultura) .. 166
Dosificadores García Fernández..... 8	Notaliv Cosmética Natural..... 37	VLS Technologies (VELO Maquinaria) .. 229
DS Smith Tecnicarton..... 207	Olea Metal Úbeda..... 227	Weenat..... 169
ECONEX (Sanidad Agrícola)..... 65	Oleaplant..... 219	WEG Iberia..... 119
Ecovalia..... 151	Oleícola Jaén..... 43	Yara..... 205
Envases Sopladors..... 101		

TODA LA GESTIÓN INTEGRADA DESDE EL PATIO DE RECEPCIÓN HASTA LA SALIDA DEL ACEITE

Trazabilidad

completa de todo el proceso productivo y almacenamiento en fábrica. Desde la información del cuaderno de campo a la salida del envasado o a granel

Control
de patio
y fábrica

Gestión

total del patio, fábrica, bodega y envasado

AUTOMATISMOS

ITEA

INGENIERIA DE SISTEMAS



www.automatismositea.com

ALMAZARA 4.0 A SU ALCANCE



GEA, PATROCINADOR PRINCIPAL DE EXPOLIVA.



Búscanos en el Pabellón Caja Rural, Stand A20

Ven al stand de GEA en Expoliva 2023 para conocer nuestra nueva serie de decánters Combi, equipos de separación para almazaras que pueden trabajar tanto en dos como en tres fases.

También podrás descubrir la serie de decánters CF, con capacidades desde las 60 toneladas hasta las 650 toneladas diarias, y nuestro sistema de Control y Automatización para líneas de extracción completas de aceite de oliva.