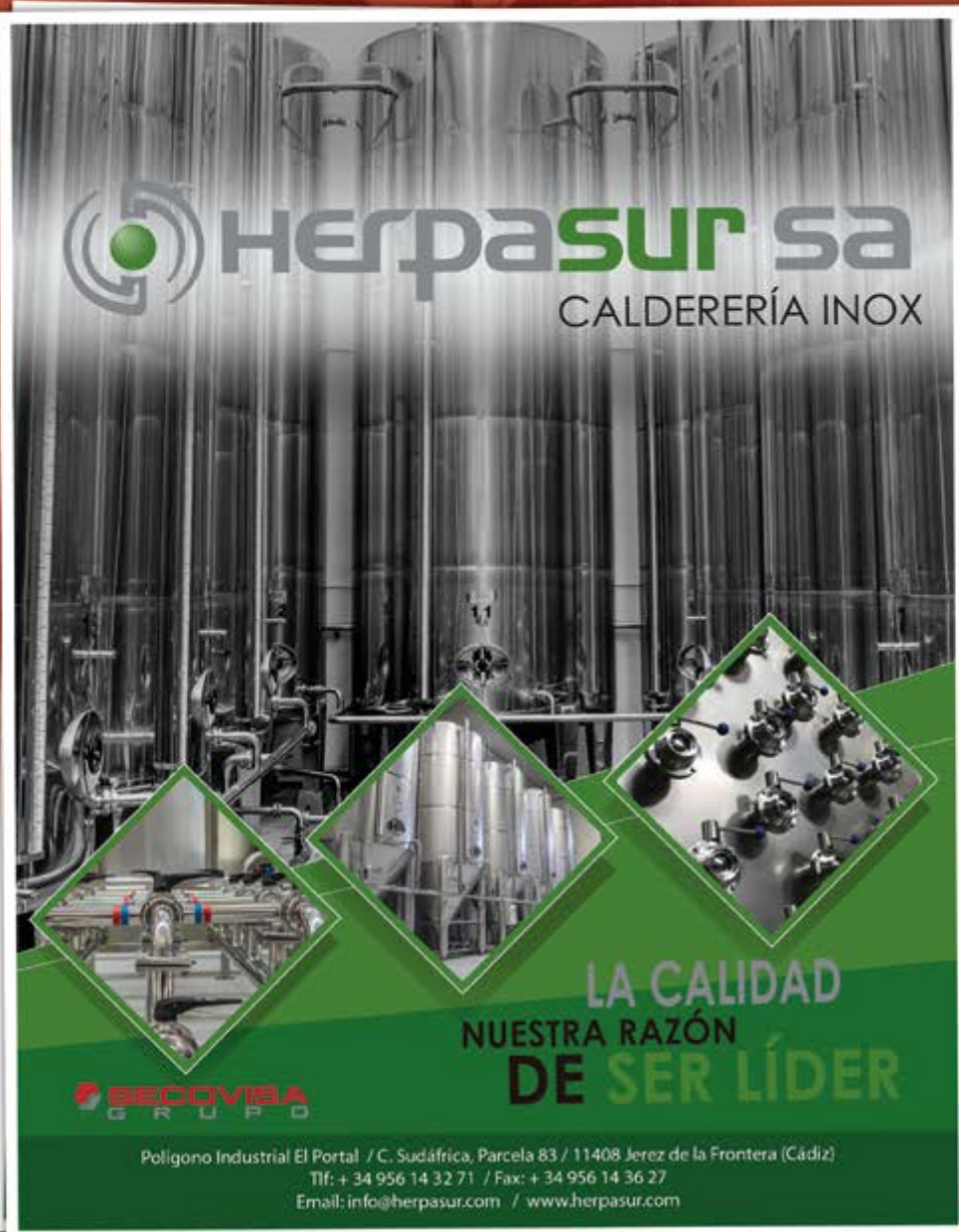




INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR Mercacei MAGAZINE



 **HERPASUR SA**
CALDERERÍA INOX

**LA CALIDAD
NUESTRA RAZÓN
DE SER LÍDER**

 **BECOVISA 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

Especial Riego y Densidades de plantación

- Riego de olivar en años secos: ¿Cómo actuar en situaciones extremas?
- Comparativa de los primeros años de producción de diferentes modelos de plantación en olivar

La Entrevista

José Luis Maestro: Presidente de la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva (ORIVA)

Digitalización

OliVaR: Revolucionando la olivicultura con innovación y tecnología de vanguardia

Agromercacei

El caso especial de Portugal dentro del sector oleícola internacional

Sostenibilidad

CoverOlive: Innovación y sostenibilidad en el corazón del olivar andaluz



LA
EXTRACCIÓN

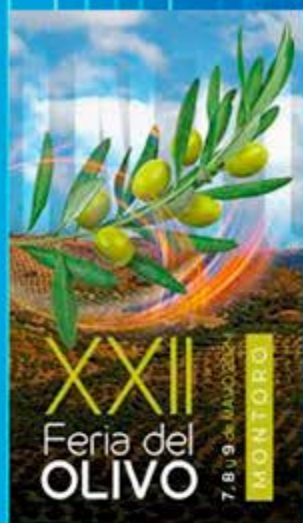
EN PERFECTA
SINCRONÍA

**centrifugación
alemana** 

www.centrifugacionalemana.com







VISÍTANOS EN
NUESTROS
STANDS C7B -C7C

IMS

CONTROL INDUSTRIAL



Pol. Ind. Los Cerros
C/Herrería 57
23400 Úbeda (Jaén)

953 75 49 81

www.imscontrolindustrial.com
info@imscontrolindustrial.com

IA

Fundadora
M. Dolores Peñafiel Fernández

Corresponsales y colaboradores
 BADAJOZ: 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
 Aller Studio

Producción
 Jomagar

Depósito Legal
 M-38185-1994

ISSN
 1134-7104

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

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



Sumario

- 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
José Luis Maestro, presidente de la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva (ORIVA)
- 22 EL MUNDO DE LAS MARCAS
¿Qué se oculta tras El Mundo de las Marcas? • Novedades y Lanzamientos
- 32 ACTUALIDAD
Azeittech • Winter Fancy Food Show • World Olive Oil Exhibition (WOOE) • Alimentaria & Hostelco • Madrid Fusión • ICEX impulsa la presencia de alimentos españoles como el AOVE en Gulfood y Foodex Japan • AOVE & NUTS Experience • I Festival Córdoba Virgen Extra
- 86 COOPERATIVAS
Cooperativa Ciudad de Jaén, en busca de la rentabilidad del olivar tradicional
- 96 SOSTENIBILIDAD
CoverOlive: innovación y sostenibilidad en el corazón del olivar andaluz
- 100 DIGITALIZACIÓN
OliVaR: revolucionando la olivicultura con innovación y tecnología de vanguardia
- 106 ENTREVISTA
Andrés Lorite, vicepresidente primero de la Diputación de Córdoba
- 112 EL LINEAL
Aceites Ayozar, experiencia, tradición y calidad renovada desde 1947
- 118 ESPECIAL RIEGO
Riego de olivar en años secos: ¿cómo actuar en situaciones extremas?
- 126 AGROMERCACEI
El caso especial de Portugal dentro del sector oleícola internacional • Todolivo I-15°, imbatible en productividad
- 134 I+D+i
BIORUMIOLI: Productos bioeconómicos derivados de pequeños rumiantes a través de la revalorización de subproductos del aceite de oliva
- 138 INTERNACIONAL
Oro di Milas: tradición, espíritu rebelde y calidad Premium
- 148 ALMENDRICULTURA
Pilowred®, un nuevo portainjerto híbrido rojo enanizante para almendro y melocotonero
- 154 ESPECIAL DENSIDADES DE PLANTACIÓN
Comparativa de los primeros años de producción de diferentes modelos de plantación en olivar
- 168 CLUB LECCIANA
Entrevista a Eduard Pons, CEO de Grupo PONS
- 172 EMPRESAS
Goya España cumple medio siglo exportando la esencia del olivar andaluz
- 176 ACEITE DE ORUJO DE OLIVA
El aceite de orujo de oliva mejora el valor nutricional de alimentos de bollería y repostería tradicional
- 182 ACEITUNA DE MESA
Valorización de la salmuera agroalimentaria como fuente de recursos para la industria
- 186 OLEOTURISMO
Puerta de las Villas apuesta por el oleoturismo para exportar su modelo de producción de AOVE sostenible y de máxima calidad
- 190 OLIVAR ECOLÓGICO
El mundo de experiencias del aceite de oliva regresa a Biofach
- 194 PUBLIREPORTAJES
InnovAC-Eco • BALAM Agriculture • ITEA • WEG Iberia • Regaber • AxFlow • lD David • CONSULAI • SIPCAM Iberia
- 212 BIBLIOTECA
- 216 AGENDA
- 217 ÍNDICE DE ANUNCIANTES

HAUS
 TECNOLOGÍAS DE CENTRIFUGA
 #BECAUSEWECARE

Encuétranos en la pág. 73

www.centrifugacionalemana.com

LA EXTRACCIÓN EN PERFECTA SINCRONÍA

centrifugación alemana



¿Qué pasará en verano?

Pandora Peñamil Peñafiel

Hace exactamente cuatro años se detuvo el tiempo. A mediados de marzo de 2020 películas como *Exterminio*, *Soy Leyenda* o *Guerra Mundial Z* cobraron vida. Nada nos hacía presagiar que llegaría el día en el que nos tendríamos que plantear de verdad una cuarentena recluidos en casa. Llegó el COVID-19 y arrasó con todo, cancelando aquella primavera... y varias estaciones más. Por ello, me parece de justicia poética aprovechar el doble, o el triple, todas las que vengan detrás. Nunca se sabe, quizás el apocalipsis *zombie* está a la vuelta de la esquina y todavía no lo sabemos. Lo que sí sabemos, por ahora, es que esta primavera no sólo no se ha cancelado, sino que viene fuerte.

El primer evento en sufrir las consecuencias de la pandemia aquel fatídico 2020 fue la World Olive Oil Exhibition (WOOE), que se encontraba a las puertas de celebrarse. Para demostrar que los humanos somos una especie que se adapta a la perfección al cambio, desde que nos dejaron salir de casa, ésta y las demás ferias de nuestro sector hicieron de "tripas corazón", reinventándose y celebrándose con más ganas que antes. En este número damos muy buena fe de ello. De hecho, os contamos todo lo que se coció en los pasillos de IFEMA y las conclusiones de las dos mesas redondas que organizamos y moderamos en esta edición: "*Los millennials del AOVE*" y "*¿Así funciona un proyecto de oleoturismo de éxito!*". También volvimos a tener una presencia destacada en Alimentaria BCN, donde acudimos con stand propio y desde allí, así como desde The Olive Oil Bar, distribuimos nuestras publicaciones más gastro a todos los importadores, jefes de compra de grandes superficies, chefs y distribuidores que se acercaron a interesarse por el mundo oleícola. Os lo contamos todo en la sección *Actualidad*.

Del mundo gourmet bajamos al campo con dos reportajes que no se pueden perder: *Especial Riego* y *Especial Densidades de Plantación*. Mientras el primero de ellos ahonda en el riego del olivar en años secos y en cómo actuar en situaciones extremas, el segundo nos muestra una comparativa de los primeros años de producción de diferentes modelos de plantación en olivar.

Dejando a un lado el plano terrenal y sumergiéndonos en el futuro, desde la sección *Digitalización* nos hacemos eco de la herramienta *OliVaR*, que está revolucionando la olivicultura con innovación y tecnología de vanguardia basada en el modelo de aprendizaje profundo *Deep Learning* -por si no lo sabían, se trata de algoritmos que pueden aprender a través de redes neuronales profundas-. Les aseguramos que no es ficción, es una realidad más que tangible.

Deambulando en la fina línea entre la destrucción y reconstrucción del medio ambiente que atraviesa esta sociedad, nos hacemos eco en *Sostenibilidad* de *CoverOlive*, una iniciativa pionera que combina la adopción de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) con la implementación de nuevas cubiertas vegetales, prometiendo revolucionar el cultivo del olivo y abordando desafíos cruciales como la erosión del suelo, la pérdida de biodiversidad y los efectos del cambio climático.

Con estos contenidos, y muchos otros -"El caso especial de Portugal dentro del sector oleícola internacional"; "Productos bioeconómicos derivados de pequeños rumiantes a través de la revalorización de subproductos del aceite de oliva"; o una entrevista en exclusiva a José Luis Maestro, presidente de la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva (ORIVA)...- acudiremos a la Feria del Olivo de Montoro -¿se habrá reinventado y renovado, tal y como aseguran desde su organización?- y a MUNDOLIVAR, II Congreso Mundial de Olivicultura y Elaiotecnia, que regresará al Aula Magna del Campus de Rabanales de la Universidad de Córdoba (UCO) los próximos 11 y 12 de junio en una edición que promete ser incluso más espectacular que la primera, que representó todo un hito en el sector oleícola y olivarero. Al igual que en la primera edición, este encuentro pionero y sin precedentes en el sector congregará a más de 1.200 asistentes y a los grandes referentes de la olivicultura internacional.

¿Habrà llovido más en estas semanas? ¿Qué temperaturas soportaremos al cierre de la primavera? ¿Bajarán los precios? ¿Se mantendrán las buenas previsiones de cosecha? Sólo el tiempo lo dirá. Mientras tanto nos vemos en las ferias, en los eventos y en el congreso de los congresos, MUNDOLIVAR 2024. ¡Larga vida al olivo... y al verano cordobés! 🍷



AUTELEC®

ENVASADORAS POR PESO MULTIFORMATO
FILLING MACHINES

TAPONADORA
CAPPER



DM-120

MEDIDOR DE GRASA
FAT METER



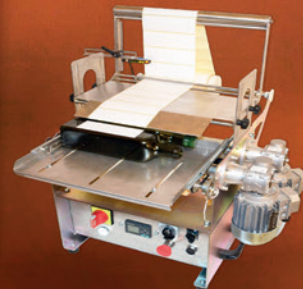
NUEVA DL-295
Con Funcion ECO



MOLINO
MILL



ETIQUETADORA
LABELER



+34 963 751 471
comercial@autelec.es

+34 628 632 992
www.autelec.es



TREiCO®

www.treico.com



INNOVAMOS PARA TI

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



DEPURACIÓN DE AGUAS RESIDUALES
NUEVO SISTEMA DE DEPURACIÓN DE AGUAS DE
ADEREZO Y ALPECHINES

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

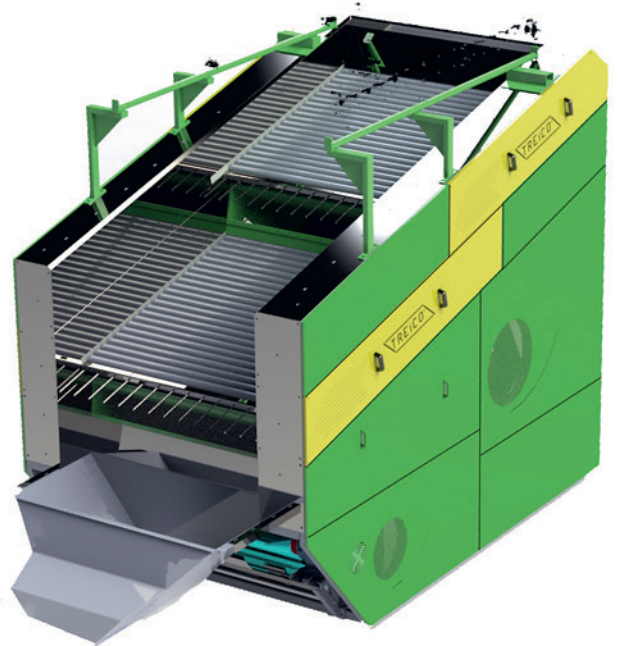
Granàliva®

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.



DOSIFICADORES[®]
garcía fernández

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

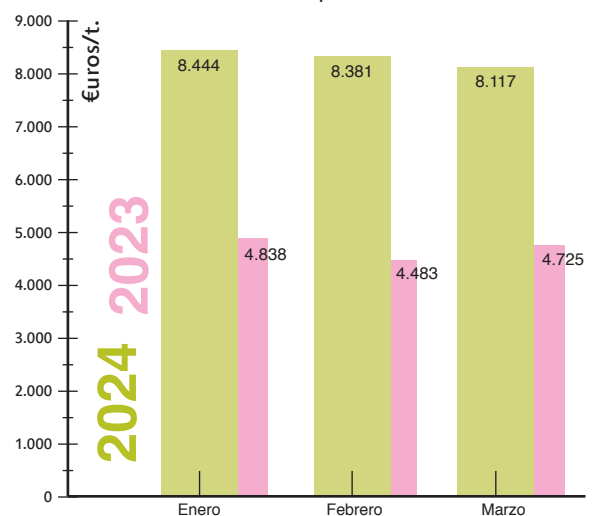


Tendencia alcista que se desinfla con las lluvias y los buenos aforos para la próxima campaña

- **Aceite de oliva:** Muy poca operatividad en un mercado con una tendencia alcista que se desinfla a finales del trimestre.
- **Aceite de orujo:** Notable incremento en ambas categorías ante el movimiento del mercado.
- **Aceite de semillas oleaginosas:** Caída de las cotizaciones debido al descenso de la operatividad.
- **Aceites y grasas para uso industrial:** Estabilidad en los precios tras el alza en las cotizaciones del año anterior.

Aceite de Oliva Lampante, base 1º

Precios ponderados



Aceite de oliva

Muy poca operatividad en un mercado con una tendencia alcista que se desinfla a finales del trimestre. A comienzos de año, la mayoría de las cooperativas y almazaras de las principales provincias productoras abrían la recepción de aceituna para almazara y, aunque todavía el ritmo de recogida no era muy elevado, ya empezaban a entrar las primeras partidas grandes de aceitunas. Sin embargo, la sequía padecida durante todo el año, así como las altas temperaturas en plena época de floración, marcaban la escasa producción que se preveía obtener en esta campaña recién comenzada.

El mercado se encontraba tranquilo y con tendencia al alza en todas las cotizaciones debido a la escasez de aceite y a la firmeza de la oferta, con una demanda que se dedicaba a picotear para satisfacer necesidades muy puntuales.

Así, el lampante se situaba en Jaén a 8.100 euros/t.; el virgen, a 8.200/8.400 euros/t.; el virgen extra, a 8.500/8.700 euros/t.; y el refinado, a 8.150 euros/t.

A finales de enero y principios de febrero reinaba la tranquilidad en los mercados oleícolas nacionales -en gran parte debido a las recientes precipitaciones- y los precios sufrían una ligera corrección a la baja en todas las provincias.

En este sentido, la operatividad era prácticamente nula y los precios meramente orientativos, con una demanda desaparecida y una oferta muy escasa, excepto casos puntuales para cubrir necesidades específicas. Las lluvias eran menores de lo esperado, con previsiones pesimistas a corto plazo. Así, el lampante se establecía a 8.500 euros/t.; el virgen, a 8.550/8.650 euros/t.; el refinado, a 8.600 euros/t.; y el virgen extra, a 9.000/9.100 euros/t.

A finales de marzo se celebraba la Semana Santa y con ella llegaban, por fin,

las ansiadas y abundantes lluvias, que ayudaban a revertir la situación que sufría el campo. Estas precipitaciones frenaban en gran parte la preocupante sequía que asolaba los cultivos de las principales provincias productoras, especialmente el gran estrés hídrico que padecía el cultivo del olivar en Andalucía.

Así, comenzaban a caer rápidamente las cotizaciones en un mercado sin apenas operatividad y a la espera de conocer la repercusión que tendrían estas lluvias en las próximas semanas. A pesar de la ausencia de movimiento en el mercado, el lampante cotizaba a 7.500/7.600 euros/t.; el virgen, a 7.800/8.000 euros/t.; el refinado, a 7.850/7.900 euros/t.; y el virgen extra, a 8.200/8.600 euros/t.

Analizando estos datos podemos hablar de una caída del 11% en el precio del lampante; del 8% en el del virgen y el refinado; y del 7% en el AOVE en el último mes del primer trimestre del año.

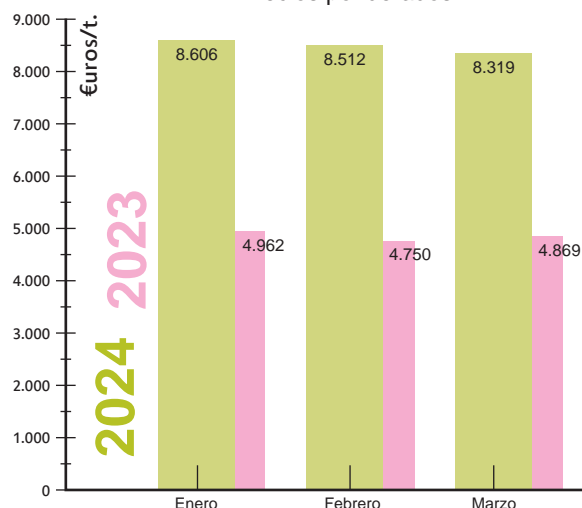


ACEITE DE OLIVA - Primer trimestre de 2024 (euros/t.)

		1ª sem. Ene.	4ª sem. Mar.
ANDALUCÍA			
JAÉN	Lampante, base 1º	7.500	7.900/8.000
	Virgen	7.750	8.050/8.100
	Virgen extra	8.200/8.500	8.500/8.700
	Refinado	7.550	8.100/8.150
CÓRDOBA			
CÓRDOBA	Lampante, base 1º	7.600	7.900/8.000
	Virgen	7.900/8.000	8.100/8.200
	Virgen extra	8.200/8.500	8.400/8.900
	Refinado	7.650	8.150/8.200
SEVILLA			
SEVILLA	Lampante, base 1º	7.400/7.500	8.000
	Virgen	7.800/8.000	8.400
	Virgen extra	8.500/9.000	8.800/9.000
	Refinado	7.300	8.300
GRANADA			
GRANADA	Lampante, base 1º	7.500	7.900/8.000
	Virgen	7.750	8.050/8.100
MÁLAGA			
MÁLAGA	Lampante, base 1º	Sin oper.	7.900/8.000
	Virgen	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra	8.300	8.600/8.650
CATALUÑA			
LÉRIDA	Virgen extra (DOP Garrigues)	8.000	9.100
TARRAGONA	Virgen extra (DOP Siurana)	8.000	9.100
CASTILLA-LA MANCHA			
TOLEDO	Virgen	7.900/8.000	8.000/8.250
	Virgen extra	8.300/8.500	8.350/8.600
COMUNIDAD VALENCIANA			
ALICANTE	Lampante, base 1º	7.500	8.000
	Virgen	7.700	8.100
	Virgen extra	8.400	8.500/8.600
	Refinado	7.700	8.100
EXTREMADURA			
BADAJOZ	Lampante, base 1º	7.400/7.500	7.800/7.900
	Virgen	7.700/7.900	8.100/8.200
	Virgen extra	8.200/8.600	8.400/8.700

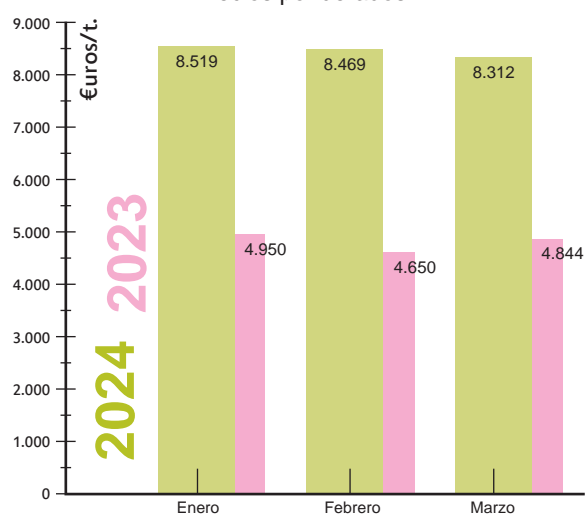
Aceite de Oliva virgen

Precios ponderados



Aceite de Oliva refinado

Precios ponderados



ACEITE DE ORUJO Primer trimestre de 2024 (euros/t.)

	1ª sem. Ene.	4ª sem. Mar.
ANDALUCÍA		
Refinable, base 10º	2.400/2.500	3.300
Refinado, winterizado, a granel, sobre origen	3.500/3.600	4.300

ACEITES DE SEMILLAS - Primer trimestre de 2024 (euros/t.)

	1ª sem. Ene.	4ª sem. Mar.
ANDALUCÍA		
ACEITE DE GIRASOL (Sobre origen a granel)		
Crudo	Sin oper.	Sin oper.
Refinado	1.050	1.010/1.020
ACEITE DE SOJA (Sobre origen cisternas)		
Crudo	1.100	1.000
Refinado	1.150	1.050
ACEITE DE SEMILLAS		
Refinado	1.050	1.010/1.020

Aceite de orujo

Notable incremento en ambas categorías ante el movimiento del mercado. Tras un último trimestre de 2023 marcado por los ligeros incrementos en las cotizaciones, el nuevo año comenzaba con una subida mucho más pronunciada. En este sentido, el refinable se alzaba hasta los 3.300 euros/t. tras haber cotizado a 2.400/2.500 euros/t. de octubre a diciembre. El refinado, por su parte, se incrementaba hasta los 4.300 euros/t. a finales de marzo tras haberse movido en la horquilla de los 3.500 euros/t. durante prácticamente todo el trimestre anterior.



PROCISA
PROYECTOS, CONTROL E INVESTIGACIÓN



INGENIERÍA, AUTOMATIZACIÓN, CONTROL Y GESTIÓN DE PROCESOS PARA ALMAZARAS

42 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 Brujula 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.procisa.es



Campaña 2023/24

Mercado en marzo: producción acumulada de 846.178 t. y salidas de 66.533 t.

La Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) ha hecho públicos los datos provisionales del mercado del aceite de oliva en marzo, sexto mes de la campaña 2023/24, de los que se desprende que la producción acumulada es de 846.178 t. Por su parte, las salidas se sitúan en 66.533 t., sin incluir las importaciones.

“Teniendo en cuenta que estamos a mitad de la campaña de comercialización, y si continúa este ritmo de salidas, nos encontraríamos al final de campaña con un enlace entre las 170.000 y las 200.000 toneladas, siendo muy corto en comparación a otros años”, ha explicado el gerente y portavoz de Asaja-Jaén, Luis Carlos Valero.

Por su parte, el responsable de la Sectorial de Olivar y Aceite de UPA y secretario general de UPA-Andalucía, Cristóbal Cano, ha resaltado “el magnífico dato de ventas de aceite de oliva hecho público por la AICA un mes más” y ha advertido de que el ritmo de salidas en los próximos meses tenderá a ralentizarse “porque no hay aceite para mantener este camino”.

En total, las existencias se sitúan en 658.796 toneladas, de las cuales 470.913 t. se encuentran en almazaras; 184.382 t. en envasadoras; y 3.501 t. en el Patrimonio Comunal Olivarero.

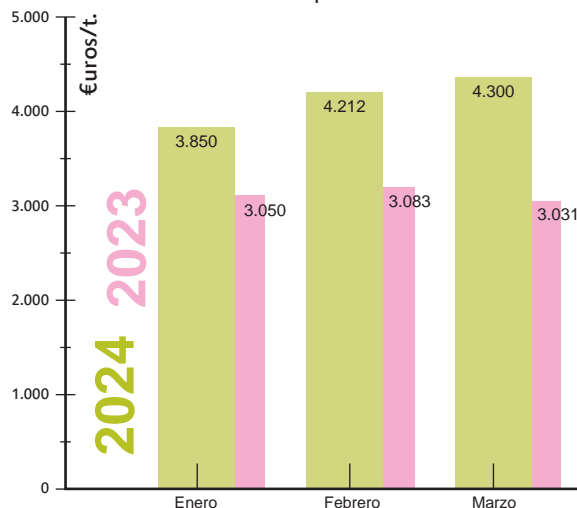
Aceite de semi-llas oleaginosas

Caída de las cotizaciones debido al descenso de la operatividad.

El aceite de girasol parecía respirar un poco tras las subidas experimentadas durante todo el año. Así, el refinado cedía hasta los 1.010/1.020 euros/t. tras meses a 1.050 euros/t. El aceite de soja, por su parte, caía ligeramente hasta los 1.050 euros/t. (-8%); y el crudo hasta los 1.000 euros/t. (-9%).

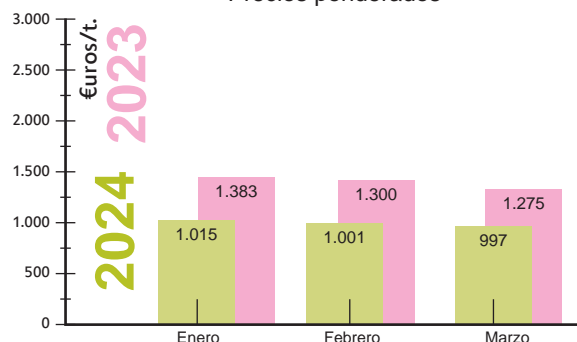
Aceite de Orujo refinado

Precios ponderados



Aceite de Girasol refinado

Precios ponderados



MERCADO INTERNACIONAL - Primer trimestre de 2024

	(Euros/kg.)	
	1ª sem. Ene.	4ª sem. Mar.
ITALIA		
SUR DE PUGLIA & CALABRIA		
ACEITE DE OLIVA virgen extra	8,70	9,30
ACEITE DE OLIVA refinado	7,60	8,30
ACEITE DE OLIVA lampante	6,70/7,00	7,10/7,50
ACEITE DE ORUJO refinado	3,65	4,35
ACEITE DE GIRASOL refinado	1,03	0,98
ACEITE DE MAÍZ refinado	1,20	1,20
ACEITE DE SOJA refinado	1,15	0,95
ACEITE DE CACAHUETE refinado	2,40	2,32
NORTE DE PUGLIA & CALABRIA		
ACEITE DE OLIVA virgen extra	8,80/9,00	9,50/9,70
ACEITE DE OLIVA virgen	7,50	8,50
ACEITE DE OLIVA refinado	7,60	8,30

TÚNEZ

ACEITE DE OLIVA virgen extra	7,95/8,10	8,10/8,20
------------------------------	-----------	-----------

MARRUECOS

ACEITE DE OLIVA virgen extra	7,50/8,00	8,00/8,50
------------------------------	-----------	-----------

TURQUÍA

ACEITE DE OLIVA refinado	s/c	s/c
--------------------------	-----	-----

GRECIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	s/c	8,70/8,80
------------------------------	-----	-----------

ACEITES Y GRASAS INDUSTRIALES (euros/t.)

Primer trimestre de 2024

	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	1.747	1.753
Aceite de palma	1.518	1.525
Aceite de madera	4.200	4.320
Aceite de ricino	1.450	1.450
Aceite de colza	1.224	1.240
Aceite de pescado tipo hígado de bacalao	7.115	7.160
Glicerina bidestilada	s/c	s/c

Aceites y grasas para uso industrial

Estabilidad en los precios tras el alza en las cotizaciones del año anterior. Frenazo en seco a la tendencia alcista y al descontrol del último trimestre de 2023. Este nuevo año comenzaba con una estabilidad que se trasladaba a los mercados y mostraba unas mínimas variaciones de precios con respecto al trimestre anterior en todos los aceites y grasas industriales.

Aranceles a la aceituna negra española

La Asociación Española de Exportadores e Industriales de Aceituna de Mesa (Asemesa) ha informado de que el Órgano de Solución de Diferencias (OSD) de la Organización Mundial del Comercio (OMC) ha abordado la problemática relacionada con los aranceles de EEUU a la aceituna negra. De esta reunión, según la entidad, se ha extraído que EEUU ha aceptado adoptar el informe del panel y ha manifestado su deseo de trabajar con la Unión Europea (UE) para resolver la disputa. Se trata de “una situación muy parecida a la que se dio tras el fallo del panel inicial, en el que EEUU decidió aceptar y mostrar la mejor voluntad de aplicarlo con la única intención de dilatar el procedimiento ya que lo que hizo fue interpretar el fallo en un sentido totalmente contrario a la UE para, finalmente, hacer unas ligeras modificaciones con el único efecto de reducir el arancel por las subvenciones ligeramente pasando el total del 35 al 31%”, ha considerado el secretario general de Asemesa, Antonio de Mora.

La asociación ha explicado que el pronunciamiento del nuevo informe del panel “es mucho más rotundo que el primero, dejando muy poco margen o ninguno para interpretaciones”. A su juicio, el hecho de aceptarlo y no recurrirlo podría alejar, al menos por el momento, la posibilidad de que la UE solicite a la OMC medidas de represalia o las aplique directamente y señala la vía diplomática como la más adecuada para una solución aunque “habrá que ver si tienen voluntad de verdad”, por lo que Asemesa espera que el Gobierno de España y la UE exijan a EEUU que dé pasos inmediatos para comprobarlo y acabar con una situación “manifiestamente injusta y contraria a los principios de la OMC”, según De Mora.



SIERRA
PRIETA

arbequina

SIERRA
PRIETA

ACEITE DE OLIVA
VIRGEN EXTRA
EXTRA VIRGIN OLIVE OIL



1er Premia Nacional 2016
ACCERT

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 2024)

Aceite de oliva virgen extra

ENVASES	Ene. 2024	Mar. 2024	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Lata 5 l.	50,7	59,6	8,9	17,5
Envase 5 l.	49,5	53,2	3,7	7,4
Lata 3 l.	37,8	42,5	4,7	12,4
Botella 1 l.	12,9	15,1	2,2	17,0
Cristal 3/4 l.	14,1	14,7	0,6	4,2

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 segunda semana de enero de 2024 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. 2024	Mar. 2024	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Lata 5 l.	47,2	51,3	4,1	8,6
Envase 5 l.	42,5	46,9	4,4	10,3
Envase 3 l.	28,2	32,9	4,7	16,6
Botella 1 l.	9,7	12,5	2,8	28,8

Aceite de oliva virgen extra

Regresó la locura de precios del año anterior a unos lineales que reflejaron los incrementos en origen de los meses anteriores. Especialmente notable fueron los ascensos de la lata de 5 l. y la botella de 1 l. -probablemente los formatos más vendidos en las grandes superficies-, que se materializaron en un 17,5 y un 17%, respectivamente. Le siguió la lata de 3 l., que se alzó un 12,4%. Por debajo se encontraban el envase de 5 l. y el cristal de 3/4 l., que se encarecieron un 7,4 y un 4,2%, respectivamente.

Aceite de orujo de oliva

ENVASES	Ene. 2024	Mar. 2024	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Envase 5 l.	23,8	24,4	0,6	2,5
Botella 1 l.	4,9	5,8	0,9	18,3

Aceite de oliva

Tras haberse encarecido un 16,8% la botella de 1 l. durante el pasado trimestre, finalizó marzo con otro espectacular incremento cercano al 29%. Alejada de esta subida encontramos el envase de 3 l., que se alzó un 16%; el envase de 5 l., que se encareció un 10%; y la lata de 5 l., que finalizó el primer trimestre con una subida del 8%.

Aceite de orujo de oliva

Se incrementaron de nuevo los precios en el lineal con una pronunciada diferencia entre ambos formatos. Así, el precio de la botella de 1 l. se incrementó un 18% en el último trimestre, hasta situarse a 5,8 euros; al tiempo que el envase de 5 l. experimentó una subida del 2,5%, ofertándose a 24,4 euros.

Aceite de girasol refinado

ENVASES	Ene. 2024	Mar. 2024	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Envase 5 l.	12,8	13,4	0,6	4,6
Botella 1 l.	2,8	2,5	-0,3	-10,7

Aceite de girasol refinado

El precio de la botella de girasol de 1 l. siguió cayendo en 2024, descendiendo concretamente un 10,7%, hasta los 2,5 euros. El envase de 5 l., por el contrario, se incrementó un ligero 4,6%, hasta los 13,4 euros. 📈

* Las medias incluyen también los aceites de orujo enriquecidos.

* Las medias incluyen también los aceites de girasol enriquecidos.



José Luis Maestro

Presidente de la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva (ORIVA)

Desde su creación en 2015, la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva (ORIVA) se dedica a la divulgación y promoción del aceite de orujo de oliva con los objetivos de mejorar la notoriedad y reconocimiento del producto e impulsar su consumo en el mercado interno. A través de esta entrevista con *Mercacei Magazine*, su presidente, José Luis Maestro, realiza un balance de los logros que ha alcanzado la organización en estos años, así como la situación de este sector en el actual contexto inflacionista. Según Maestro, la subida de precios ha hecho más visible al aceite de orujo de oliva y ha favorecido su comercialización, pero también su producción ha descendido y sus costes se han incrementado, "con todo lo que ello implica". También nos responde a otras cuestiones más personales como su mejor viaje a un entorno de olivos, a qué sabe una croqueta frita en aceite de orujo de oliva o un deseo profundo para este sector.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]



n 2015 se constituyó la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva. ¿Qué avances ha logrado la organización en todos estos años?

El principal logro de ORIVA es la unión de toda la cadena de valor del aceite de orujo de oliva y en torno a esta unión sumar esfuerzos para dar a conocer el producto y ponerlo en valor. Ya son dos extensiones de norma y estamos tramitando la tercera, lo que muestra la solvencia y continuidad del proyecto.

¿Cuáles serán los objetivos principales de este instrumento y qué balance hace de las dos anteriores extensiones de norma?

El balance es positivo y por eso existe el consenso y el compromiso de todos los que integramos ORIVA para una tercera extensión de norma. Los objetivos siguen siendo los mismos, trabajar la notoriedad y el reconocimiento a través de la divulgación y la investigación. Son objetivos a largo plazo y los recursos son limitados, de ahí la importancia de prolongar nuestra actividad. Hemos asentado los cimientos y en esta nueva etapa hay que seguir construyendo.

¿Cómo ha mejorado la imagen de este producto? ¿Continúa habiendo confusión por parte del consumidor en torno al aceite de orujo de oliva?

ORIVA nos da el marco para conseguir una imagen acorde con lo que somos:

[“El contexto inflacionista ha favorecido que más consumidores se interesen por el producto, lo prueben y lo adopten como el aceite de cabecera en sus cocinas”]

un aceite único y un actor imprescindible del olivar. Los estudios de mercado muestran avances tanto en notoriedad como en reconocimiento, pero somos conscientes de que se trata de un trabajo a largo plazo. Nuestro objetivo es contribuir a un consumidor informado que pueda elegir la opción que mejor se ajuste a sus necesidades entre la amplia gama de grasas vegetales del mercado. El aceite de orujo de oliva se posiciona como una alternativa muy completa, reuniendo atributos de calidad, precio y sostenibilidad.

El sector del aceite de oliva encadena dos campañas de baja producción. ¿Qué balance hace de la actual campaña 2023/24 en el caso del aceite de orujo de oliva?

De la producción media anual de 130.000 toneladas de aceite de orujo de oliva crudo, en la campaña 2022/23 se registró un descenso hasta las 99.000

t., si bien aumentó la comercialización un 14%, según los datos de ANEO. La campaña 2023/24 viene igualmente marcada por la baja producción, así que nos movemos en unas previsiones similares y con la preocupación compartida sobre el impacto que la sequía está teniendo en el olivar.

La situación de elevados precios de los aceites de oliva está impulsando el consumo del aceite de orujo de oliva en el mercado nacional. De hecho, los últimos datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) apuntan a que el consumo de los hogares españoles en el año móvil de diciembre de 2022 hasta noviembre 2023 se incrementó un 94,8%, hasta 11,9 millones de litros. ¿Cree que este aumento sólo se debe a que el precio medio del litro de este producto está por debajo del promedio del mercado o a que los hogares comienzan a apostar por este aceite?

Influyen los dos factores. La subida de precios ha obligado a los consumidores a buscar alternativas más económicas. El aceite de orujo de oliva también se ha encarecido, pero en menor medida, y permite una opción más accesible sin renunciar a la calidad. El contexto inflacionista ha favorecido que más consumidores se interesen por el producto, lo prueben y lo adopten como el aceite de cabecera en sus cocinas.



“La subida
de precios
ha hecho
más visible
al aceite de
orujo de oliva”



¿Cómo se podría consolidar esta positiva tendencia actual de consumo?

Una vez que el consumidor prueba el producto, el objetivo es conseguir la fidelidad. No hay fórmulas mágicas, sino responder a las expectativas de calidad nutricional, versatilidad, precio, rentabilidad y sostenibilidad, con los que somos capaces de satisfacer a diferentes perfiles y segmentos de consumo. En ORIVA seguiremos trabajando para mostrar y demostrar estas ventajas y contribuir así a mantener la tendencia positiva en su consumo.

¿Este aumento del uso del aceite de orujo de oliva también se está notando en la restauración?

La restauración ha sido tradicionalmente el principal canal de distribución en el mercado interno y, en este sentido, fue el primer canal en el que notamos una mayor demanda de producto.

¿La industria alimentaria lo está incluyendo en mayor medida en la elaboración de sus productos?

Los procesos en la industria alimentaria son más complejos, pero estamos asistiendo a cambios que apuestan por el uso de grasas vegetales con perfiles más saludables. En este escenario, el aceite de orujo de oliva tiene un enorme margen de crecimiento en la industria alimentaria. Precisamente el último estudio que hemos presentado con el CSIC apunta hacia el uso del aceite de orujo de oliva en sustitución de otras grasas vegetales en repostería industrial.

Con esta situación de elevados precios, algunos segmentos del sector tienen la percepción de que los orujeros son los menos perjudicados. ¿Esto es así?

La subida de precios viene por una preocupante situación en el campo y en el

“El aceite de orujo de oliva tiene un enorme margen de crecimiento en la industria alimentaria”

olivar que afecta a todos los segmentos del sector. La percepción dista de la realidad porque la subida de precios ha hecho más visible al aceite de orujo de oliva y ha favorecido su comercialización, pero también nuestra producción ha descendido y nuestros costes se han incrementado, con todo lo que ello implica.

¿Qué investigaciones destacaría sobre los aspectos beneficiosos del aceite de orujo de oliva para la salud?

Todas las investigaciones que hemos realizado con el CSIC tienen como común denominador la composición

MÁS PERSONAL

» El mejor desayuno del mundo.

Un café cortado con una tostada con aceite de oliva virgen extra.

» ¿Con quién descorcharía una botella de aceite de orujo de oliva?

Con toda aquella persona que aprecie una buena fritura y comprenda que en la cocina cada producto tiene un uso y un rendimiento distinto.

» ¿El paisaje de olivos más bello del mundo?

Sin lugar a dudas, el de mi pueblo, Mora.

» ¿Su mejor viaje a un entorno de olivos?

El que hago tempranito con la luz tenue de la mañana por mis olivos.

» ¿A qué sabe una croqueta frita en aceite de orujo de oliva?

A mis raíces, a mi madre, a mi casa... al sabor del hogar. La croqueta y el aceite de orujo de oliva son un binomio indisoluble.

» Un deseo profundo para el sector del aceite de orujo de oliva

Que el consumidor español aprecie sus cualidades y valore lo que es. Conseguir el reconocimiento por lo que somos y por lo que hacemos: un aceite de calidad proveniente del olivar del que somos parte imprescindible.

» ¿Qué le diría a quién no conoce el aceite de orujo de oliva o no lo ha probado?

Que haga por conocerlo y probarlo. Le voy a contar un secreto: el consumidor lo prueba más de lo que se

piensa. Cada vez más, y los datos de ventas están ahí para demostrarlo, en el canal Horeca, detrás de un exquisito churro o una crujiente fritura de pescado casi siempre está detrás nuestro aceite de orujo de oliva.

» Inventemos un lenguaje del aceite de orujo de oliva... ¿Qué hay que hacer para lograrlo? ¿Con qué palabra empezariamos?

Pues le diría que no hay que inventar nada y que ya existe porque es el lenguaje del olivar con palabras asociadas tan bellas como sostenibilidad o valorización; el lenguaje de la cocina, con términos como fritura, versatilidad, calidad... Lo que sí estamos escribiendo es la ciencia del aceite del orujo de oliva a través de su composición saludable y haciendo nuestros conceptos como componentes menores, fenoles....

» Aparte de aceite de orujo de oliva, ¿qué tres cosas no faltan nunca en su despensa?

Queso manchego, aceite de oliva virgen extra y un buen vino tinto.

» La vida sin aceite de orujo de oliva es...

Pues una vida con complejos alimentarios. Somos un aceite muy completo, ideal para la fritura, pero también para postres, guisos o salsas... Un aceite que siempre suma, complementa y que, por eso, no puede faltar en la cocina.





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



[[“El mercado internacional copa el 85% de nuestra producción con presencia en cerca de 130 países”]]

[[“El sector ha sido y es la pieza que posibilita la circularidad del olivar”]]



saludable del aceite de orujo de oliva, muy rico en ácido oleico y con un 2% de componentes menores de interés nutricional, algunos de ellos exclusivos. Los resultados obtenidos han evidenciado principalmente sus efectos positivos a nivel nutricional y en salud cardiovascular.

¿Por qué el aceite de orujo de oliva es tan recomendable para la fritura?

Por su calidad nutricional y porque su composición le permite una mayor resistencia a las altas temperaturas, estabilidad y durabilidad. A esto hay que añadir que el sabor es plano, lo que supone una cualidad buscada en fritura para resaltar el sabor de los alimentos que cocinamos. Sobre fritura, hemos realizado dos investigaciones con el CSIC donde precisamente se prueba su extraordinario rendimiento.

¿Cuáles son las nuevas líneas de investigación en las que está inmersa ORIVA?

Desde 2018, hay una línea abierta de investigación muy interesante sobre prevención de Alzheimer que se encuentra en su tercera fase para poder confirmar la hipótesis probada en las fases previas, *in vitro* y en ensayos clínicos con sujetos sanos, en personas diagnosticadas de Alzheimer en un estadio primario. Por otro lado, estamos definiendo nuevos proyectos para dar continuidad a los hallazgos en salud cardiovascular y valor nutricional, así como en usos culinarios concretos como la fritura y la repostería.

A nivel internacional, ¿cuáles son los principales mercados consumidores de aceite de orujo de oliva?

El mercado internacional copa el 85% de nuestra producción con presencia en cerca de 130 países. En la última campaña los principales destinos de exportación han sido Italia, Estados Unidos, Portugal, México y Reino Unido. Es interesante también la presencia en mercados como Emiratos Árabes, India o y China. Estos países suman cerca del 58% de las exportaciones, mientras que el 42% está bastante atomizado.

¿Cómo contribuye en la actualidad el sector del aceite de orujo de oliva a la economía circular?

El sector ha sido y es la pieza que posibilita la circularidad del olivar. En la última campaña la industria valorizó más de 3 millones de toneladas de alperujo. La producción de aceite de orujo de oliva representa solo un 2%, pero aprovechamos el 100% de esta materia prima, obteniendo otros subproductos, desde bioma-

sa a compuestos para la industria farmacéutica. No hay que olvidar que nos encontramos en una campaña atípica, donde la entrada de alperujo ha sido mucho menor, pero hemos demostrado la misma capacidad en el escenario opuesto de campañas récord de producción.

¿Cómo se han modernizado las orujeras en los últimos años? ¿Cómo han irrumpido la digitalización y las nuevas tecnologías -incluyendo la emergente Inteligencia Artificial (IA)- en este sector?

La industria orujera tiene un componente tecnológico muy importante y ha acometido las transformaciones derivadas de la digitalización en todas sus fases y procesos. En el caso concreto de la Inteligencia Artificial, aún es incipiente y los cambios se están dando de manera muy rápida, pero la industria no es ajena a sus oportunidades, especialmente en el ámbito predictivo.

Existe esperanza de cara a los próximos meses para volver a tener una cosecha normal. ¿Comparte esta visión? ¿Cómo prevé el futuro del sector a corto plazo?

Todos lo esperamos y la climatología no está siendo tan adversa, pero tampoco favorable. Las consecuencias del cambio climático ya están aquí y van a condicionar irremediablemente nuestra actividad. Tenemos que actuar y estar preparados. 🍷

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

¿Qué se oculta
tras

El

MUNDO

de las

MARCAS?

***Tropicual*, AOVEs sostenibles y pasión por la naturaleza**

Nacido en la Costa Tropical de Granada, el proyecto de *Tropicual* -una nueva marca de AOVEs ecológicos provenientes del olivar familiar situado en Hinojares, dentro del Parque Natural de la Sierra de Cazorla- representa una fusión de la Andalucía oriental jiennense-granadina y se caracteriza por su fuerte conciencia medioambiental y proyección internacional. La diversidad de flora y fauna de la finca inspira el alegre diseño de packaging creado por la agencia ubetense Cabello x Mure, que ha sabido plasmar el espíritu y esencia de la marca en sus coloridos envases. Los frutos son molturados a mediados de octubre en la almazara de Oleícola San Francisco bajo la dirección de la bióloga y experta en cata de aceites de oliva y análisis sensorial Anuncia Carpio. Con un rendimiento medio del 9%, la empresa obtiene tan sólo 9 kilos de virgen extra Premium por cada 100 kilos de aceituna. La gama de AOVEs *Tropicual* está formada por sendos monovarietales de picual de cosecha temprana, disponibles en formato de lata de 250 y 500 ml.:

De Sierra, un intenso zumo de montaña que destaca por su perfil equilibrado y complejidad aromática; y *De Vega*, un frutado medio de aceituna verde con notas maduras cuyos frutos crecen en suelos fértiles y húmedos. Por su parte, *Everyday* está enfocado a su uso diario y proviene de otra finca con olivos centenarios localizada en el término municipal de Cuevas del Campo, dentro del Geoparque Mundial de la Unesco de Granada -actualmente en fase de conversión a agricultura ecológica-, cuyos frutos son molturados apenas dos horas después de su recogida, a mediados de noviembre. A destacar su atractiva presentación en formato *bag in house* de 2,5 l., inspirado en la alfarería granadina de Fajalauza. Todos ellos se pueden encontrar en la tienda *on line* alojada en su web www.tropicual.com, además de experiencias oleoturísticas que incluyen visitas al olivar a pie y a caballo seguidas de una cata de sus AOVEs.

“La simplicidad es la sofisticación suprema”
(Leonardo Da Vinci)



El rendimiento no está solo en la aceituna.



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 exprimiendo todo su potencial para ser más eficientes. Hasta la última gota.

NUESTRA SOLUCIÓN





Hacienda Tucán, todo un espectáculo

Fundada por el empresario jiennense Tomás Padilla, dedicado al sector oleícola desde hace más de 25 años, *Hacienda Tucán* (Comercial Aceitera Tomás Padilla, S.L.U.) nace en 2022 con el empeño de fusionar tradición, sostenibilidad, fantasía y diseño ofreciendo un AOVE Premium que toma su nombre del tucán antaño existente en la propiedad familiar, llegado de un viaje por las Américas. Ubicada en el término de Villanueva de la Reina, en el corazón de la Campiña Norte de Jaén, a 400 metros de altitud y a los pies de Sierra Morena, en la finca -gestionada en régimen de Producción Integrada-, los olivares tradicionales y centenarios conviven con lince ibéricos, liebres,

ciervos, gamos, corzos o meloncillos, representando todo un ejemplo de biodiversidad. Su colección de monovarietales de picual -convencional y ecológico- y arbequina se presenta en tres formatos: botella de cristal de 500 ml., lata de 250 ml. y *bag in tube* de 3 l. Cada uno cuenta con su propia etiqueta de aire *vintage*, que evoca el fantástico mundo del circo y donde personajes y animales singulares se armonizan con los olivares en un atractivo diseño de packaging, obra de Cabello x Mure, que fue premiado con un Pentawards de Plata en 2023. A ellos se ha unido recientemente *JADE by Hacienda Tucán*, un exquisito picual de edición limitada proveniente de los olivos situados en las partes más elevadas de la finca que es cosechado y elaborado en los primeros días de campaña.

“La atracción del virtuoso para el público es muy parecida a la del circo. Siempre existe la esperanza de que algo peligroso pueda suceder”
(Claude Debussy)



Phenomenal, sobresaliente en polifenoles

Cielo y Tierra Olive, S.L. es una empresa familiar jiennense fundada por tres hermanos productores de AOVE -dos de ellos farmacéuticos- apasionados de la naturaleza y de su tierra, de sus tradiciones y del estilo de vida mediterráneo, que pretende “hacer visible lo invisible y revolucionar el consumo de la grasa más saludable que existe”, en palabras de su directora comercial, Carmen Hermoso Calatrava. La familia Hermoso Calatrava lleva cinco generaciones dedicada al cultivo del olivar y ha creado un espacio de investigación, estudio y divulgación de los efectos saludables de los compuestos bioactivos que se encuentran de forma natural en el aceite de oliva virgen extra, principalmente antioxidantes y antiinflamatorios celulares con capacidad para prevenir, mejorar o retrasar diversas patologías tales como las enfermedades cardiovasculares y degenerativas, el deterioro cognitivo o aquellas relacionadas con el sistema inmune y la prevención del síndrome metabólico, de la diabetes y del cáncer, entre otras. *Phenomenal* es un zumo con un alto contenido en polifenoles -de ahí su nombre- procedente de olivares de la variedad picual situados en la comarca de Sierra Mágina, en terrenos abruptos a 900 msnm en zonas montañosas con pendientes superiores al 30% o divididas en terrazas que representan todo un ejemplo de agricultura heroica y cuentan con las certificaciones de Producción Integrada y Ecológica. Galardonado en prestigiosos concursos nacionales e internacionales, destaca asimismo por su gran complejidad aromática y un amargor y picor de intensidad media-alta. Disponible en vidrio biofotónico de 500 ml. y *bag in box* de 2 l., el catálogo de AOVES de la empresa se completa con *Cielo y Tierra*, otro monovarietal picual de cosecha temprana.

“...dentro de los aceites de sabor más agradable tenemos el aceite de oliva, que además posee una composición equilibrada... y es muy apropiado para el organismo humano”
(Averroes, siglo XII)



ILDEFONSO ROSA RAMÍREZ E HIJOS, S.L.

JARR

FABRICACIÓN DE MAQUINARIA
ACEITUNA | PISTACHO | ALMENDRA

50
creciendo junto a ti
AÑOS



Síguenos en:



Carretera de Cazorra, S/N · Mancha Real, Jaén (España)
T. (+34) 953 350 238 · F. (+34) 953 352 736
jarirr@jarirr.com · www.jarirr.com

ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification





NOVEDADES Y LANZAMIENTOS

Oliquida, la nueva marca de salsa de oliva líquida de Caviaroli y Albert Adrià

Presentada en la primera edición del evento Auténtica Premium Food Fest, celebrado en Sevilla los pasados 25 y 26 de septiembre, *Oliquida* es la última creación gastronómica de Caviaroli, la empresa pionera en esferificación y encapsulado de aceite de oliva. La nueva marca de salsa texturizada para el canal retail, creada en colaboración con el chef Albert Adrià, cuenta con tres versiones que se distinguen por el color de la botella: *Original* (botella verde claro), una salsa elaborada a



base de aceitunas verdes encurtidas de la variedad sevillana; *Piparras* (botella verde oscuro), elaborada a base de aceitunas verdes encurtidas con piparra (guindilla vasca ácida y picante); y *Chipotle* (botella roja), elaborada a base de aceitunas verdes encurtidas con sabor de chipotle (pimiento picante y ahumado). *Oliquida* es un complemento ideal para todo tipo de platos salados y posee múltiples utilidades -como aderezo, como ingrediente y para cocinar- para que los *foodies* puedan aliñar y preparar sorprendentes platos con todo el carácter y el sabor de la aceituna. Comercializada en botella de cristal de 100 ml., *Oliquida* -cuya idea y proceso creativo se desarrolló durante la pandemia- está disponible en los puntos de venta gourmet habituales y en la web de Caviaroli. 🍯

TRESCES, tradición familiar desde 1866

Con una tradición olivarera que arranca en 1866, el olivar tradicional de la finca El Gualí presume de más de 300 años de historia y disfruta de un clima atlántico con más de 250 días de sol al año. Situado en el corazón de los Montes de Toledo, a 650 msnm, sus frutos son molturados en frío -siempre por debajo de los 25º- en menos de una hora desde su recogida en la almazara ubicada en la propia finca y decantados mediante procesos naturales para obtener *TRESCES*, un AOVE de edición limitada y cosecha temprana de las variedades cornicabra y picual -el primero amparado por la DOP Montes de Toledo- que es almacenado en una bodega soterrada para mantener una temperatura constante. A lo largo de los últimos años, la empresa -que controla todo el proceso de producción- ha incorporado a las labores tradicionales de campo (poda, desvareto y aclareo) las más modernas técnicas de riego y fertirrigación. El atractivo y limpio diseño de packaging de *TRESCES* -cuyo nombre proviene de las tres iniciales del fundador y propietario de la almazara y del olivar-, de creación propia, apuesta por la filosofía del menos es más y pretende posicionar el producto en el mercado de AOVes Premium, transmitiendo la historia y valores de la marca. 🍯



El Olivo del Abuelo Miguel, una colección de AOVes Premium que homenajea a los abuelos

El Olivo del Abuelo Miguel es una colección de cinco aceites de oliva vírgenes extra Premium impulsada por sus nietos Elena, Reyes y Miguel Gallego, quienes rescataron su diario y han convertido cinco momentos claves y entrañables de su historia en una colección idónea para regalar y disfrutar con la que quieren rendir un homenaje "a la valentía y la pasión de todos los abuelos". La colección, que puede adquirirse a través de la web www.elolivodelabuelomiguel, es, recorre en cinco botellas de diseño lo que sus creadores denominan la "oleografía" de la vida del abuelo Miguel.



Así, *Sensoliva*, un coupage de marteña y hojiblanca, es una oda al emprendimiento y la vocación profesional inspirada en el momento en el que el abuelo Miguel descubre su pasión por el aceite de oliva; *El Novio del Mollete*, obtenido de las variedades arbequina y manzanilla, alude al primer amor juvenil, inocente y romántico; *Hacienda la Atalaya*, otro coupage de arbequina y arbosana, nos conduce a un momento de reflexión sobre el sentido de la vida durante un viaje histórico que realizó el abuelo Miguel por los campos andaluces; *Templanza*, una expresiva mezcla de hojiblanca y picudo, representa la afición por un arte milenario como la tauromaquia; mientras que *Pequeño Olivar* -coupage de hojiblanca, arbequina y manzanilla- supone el principio y el fin del viaje donde todas las generaciones se encuentran, y un reconocimiento al valor de su legado familiar. 🍯



Innovaciones Oleícolas, S.L.

Sistemas de fabricación



**TRABAJAMOS PARA MEJORAR
LA PRODUCCIÓN DE SU ALMAZARA**

Pol. Ind. Los Llanos, 6 - 14850 Baena (Córdoba)

Tel. 957 69 23 89

E-mail: a.cantero@innovacionesoleicolas.com

www.innovacionesoleicolas.com

Vizconde de Almansa, calidad, lujo y nobleza

La familia de D. José Fernando de Almansa y Moreno-Barreda, X Vizconde de Almansa, grande de España y ex jefe de la Casa Real, eligió a Oleícola Jaén como almazara innovadora para hacer posible su sueño de crear una marca de



AOVE Premium como verdadero símbolo de calidad, salud y sostenibilidad. Tributo a la tradición olivarera de Jaén y portadora del legado de varias generaciones dedicadas a la producción de AOVes de alta calidad, *Vizconde de Almansa* es un monovarietal coratino de cosecha temprana procedente de olivares ubicados en Arjona y Espeluy, en las fértiles tierras de la vega del Guadalquivir -ligado al olivo desde la época romana-, cultivados siguiendo procedimientos respetuosos con el medio ambiente. La imagen que se puede contemplar en su cuidado packaging -obra de Cabello x Mure- es una interpretación romántica de la obra original de Norbert Schrödl "The rescue of the dog" (1873) donde la naturaleza y su fauna se humanizan y cobran todo el protagonismo, representando el valor de la nobleza vinculada a la honestidad y el respeto hacia los demás. 🍯

INVICTO, nacido para triunfar

Lanzada al mercado en la campaña 2023/24 tras más de dos años de estudio y preparación -fue presentado en la X Feria del Primer Aceite de Jaén que tuvo lugar en Linares a comienzos del pasado mes de noviembre-, la gama de AOVes *INVICTO* está conformada por cuatro monovarietales de cosecha temprana (primera quincena de octubre) de frantoio, arbequina, picual y arbosana -este último un virgen extra Premium de edición limitada- procedentes de olivares tradicionales y plantaciones en seto situadas en Villanueva de la Reina, un enclave privilegiado en la comarca de la Campiña Norte de Jaén, en terrenos de la ribera del Guadalquivir. Presentado en formato de vidrio de 500 ml., su cuidado diseño de packaging es obra de Cabello x Mure, que optó para los tres primeros por botellas serigrafiadas en negro en las que la etiqueta se confeccionó como una faja que se ajusta al envase como una corona floral aludiendo a la coronación de la excelencia. En el caso del monovarietal Premium de arbosana, se trata de una representación de la diosa Victoria con sus características alas -elemento muy presente en la etiqueta- e inspirada en el espectacular conjunto "Phoenix" diseñado por Irene Sharaff que llevaba Elizabeth Taylor en la épica película *Cleopatra*, concretamente en la majestuosa capa que cubría sus hombros en el momento del desfile. 🍯

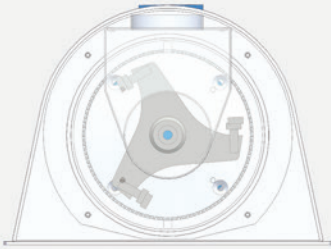


12MIL Royales, sorprendente y único

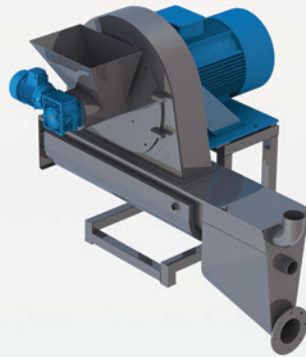


Heredero de una rica tradición olivarera que abarca cinco generaciones, el proyecto de 12MIL Royales apuesta por rescatar la variedad royal de Cazorla, única en el mundo -estuvo cerca de su desaparición-, y toma su nombre de la finca familiar de 12.000 olivos royales situada en pleno corazón del Parque Nacional de Cazorla, Segura y Las Villas, cuna del Guadalquivir, en el territorio amparado por la DOP Sierra de Cazorla. El resultado es un AOVE ecológico de cosecha temprana y edición limitada (2.000 botellas) de color verde intenso, equilibrado y elegante, con ligero amargo y picante sutil y tardío, que sorprende por su delicadeza y frutado, con sabor a frutos sanos y frescos. Entre la recogida de la aceituna, a principios de octubre, y su procesado en la almazara ubicada apenas a un kilómetro de distancia apenas transcurren 4 horas. La empresa utiliza un eficiente sistema de riego enterrado y placas fotovoltaicas para el bombeo del agua y, fiel a su compromiso con la sostenibilidad y la conservación del entorno, *12MIL Royales* se presenta en vidrio 100% reciclado de 500 ml. -que no descarta botellas con imperfecciones estéticas- y emplea cajas y estuches de cartón reciclado, y papeles de mínimo impacto ecológico. 🍯

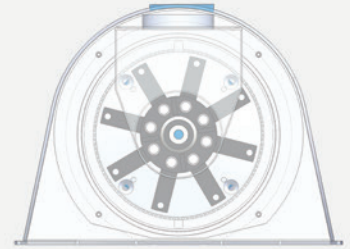
AMENDUNI



MARTILLOS



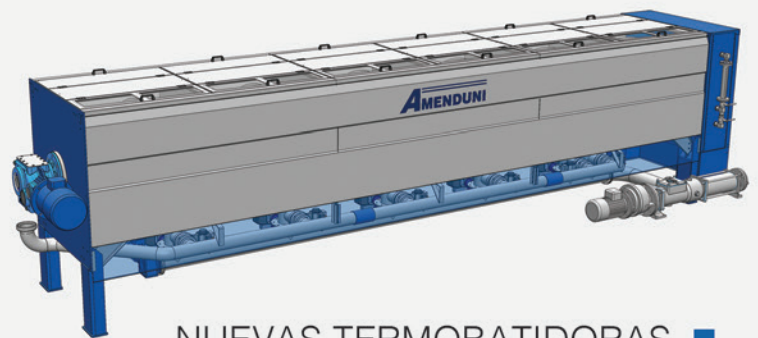
■ NUEVOS MOLINOS



CUCHILLAS



■ NUEVO ACONDICIONADOR DE PASTAS "HEATEX"



NUEVAS TERMOBATIDORAS ■

NUEVAS LINEAS "EVO" Y "REX LIMITED" ■



Via delle Mimose, 3 (Z.I.) • 70026 Modugno (BA) • Italia ☎ +39 080 5314910
Pol. Ind. Los Olivares • C/Huelma • Parc. 19 • 23009 Jaén • Spain ☎ +34 953 28 13 15

🌐 www.amenduni.com   [amenduninicolasp](https://www.facebook.com/amenduninicolasp) • [amenduniberica](https://www.facebook.com/amenduniberica)

Orígenes, la esencia milenaria de la Montaña de Alicante



A los pies de las ruinas del Castell de la Costurera, el Valle del Seta contempla impasible el abandono de sus campos. En sus tierras yermas, tan sólo los olivos resisten aletargados, resilientes entre zarzas, matorrales y atrevidos pinos, anhelando el murmullo de la gente en derredor, sus cuidados, la algarabía ocasional de los niños... Podría ser el fragmento de una novela, pero es la triste realidad. *Orígenes* es un proyecto de la marca Premium *Castell de la Costurera* para aproximarse a la cultura milenaria de los valles de la Montaña de Alicante a través de sus seres vivos más longevos y también para dar visibilidad a la dramática situación en que se encuentra el campesinado en estas tierras. Obtenido de olivos centenarios y milenarios de secano de la finca ecológica familiar situada en Balones (Alicante), este coupage de producción limitada -apenas 1.000 botellas numeradas- procede de variedades autóctonas cultivadas en la actualidad (villalonga, blanqueta, genovesa, alfafara) junto a otras antiguas recuperadas (safrawi y negreta). Su envase está elaborado con barro y esparto -dos artesanías culturalmente vinculadas a la elaboración y comercio del aceite- y el conjunto concluye con un anillo de cobre que abraza ambos elementos aportando protección y un halo de distinción y belleza. Se puede adquirir en www.castelldelacosturera.com, en la oleoteca madrileña Alma de AOVE, en El Economista Gourmet, en el restaurante Xàrxa de El Campello y en el Mercado Central de Alicante. 🍯

eoloe, conservando tradiciones

La familia Matilla Rubio-Chavarri lleva cinco generaciones dedicada al cultivo del olivar tradicional y de montaña en su finca "Minguillao", ubicada en el término municipal de Priego de Córdoba, junto al Parque Natural de las Sierras Subbéticas. En octubre de 2018, Cristóbal Matilla Rubio-Chavarri, perteneciente a la quinta generación, inició un proyecto pionero junto a su padre, Cristóbal Matilla Serrano, con plantones de la variedad pajarero, que se ha adaptado perfectamente a la climatología y pluviometría de la finca, ofreciendo además unas connotaciones organolépticas muy singulares. Su marca palíndroma, *eoloe*, procede de la unión de las letras *e* de encina, *ol* de olivar y *oe* de aloe vera. Presentado en botella de 500 ml. con un atractivo estuche -disponible únicamente en www.eoloe.es-, se trata de un monovarietal pajarero de producción muy limitada y gran intensidad aromática procedente de aceitunas recolectadas a finales de octubre, que en nariz presenta recuerdos herbáceos y a hortalizas, además de evocar notas frutales con un leve toque cítrico final. En boca aporta un sabor dulce que irrumpe en un amargo medio-alto, al que sigue un moderado retrogusto picante, inesperado y sorprendente. 🍯



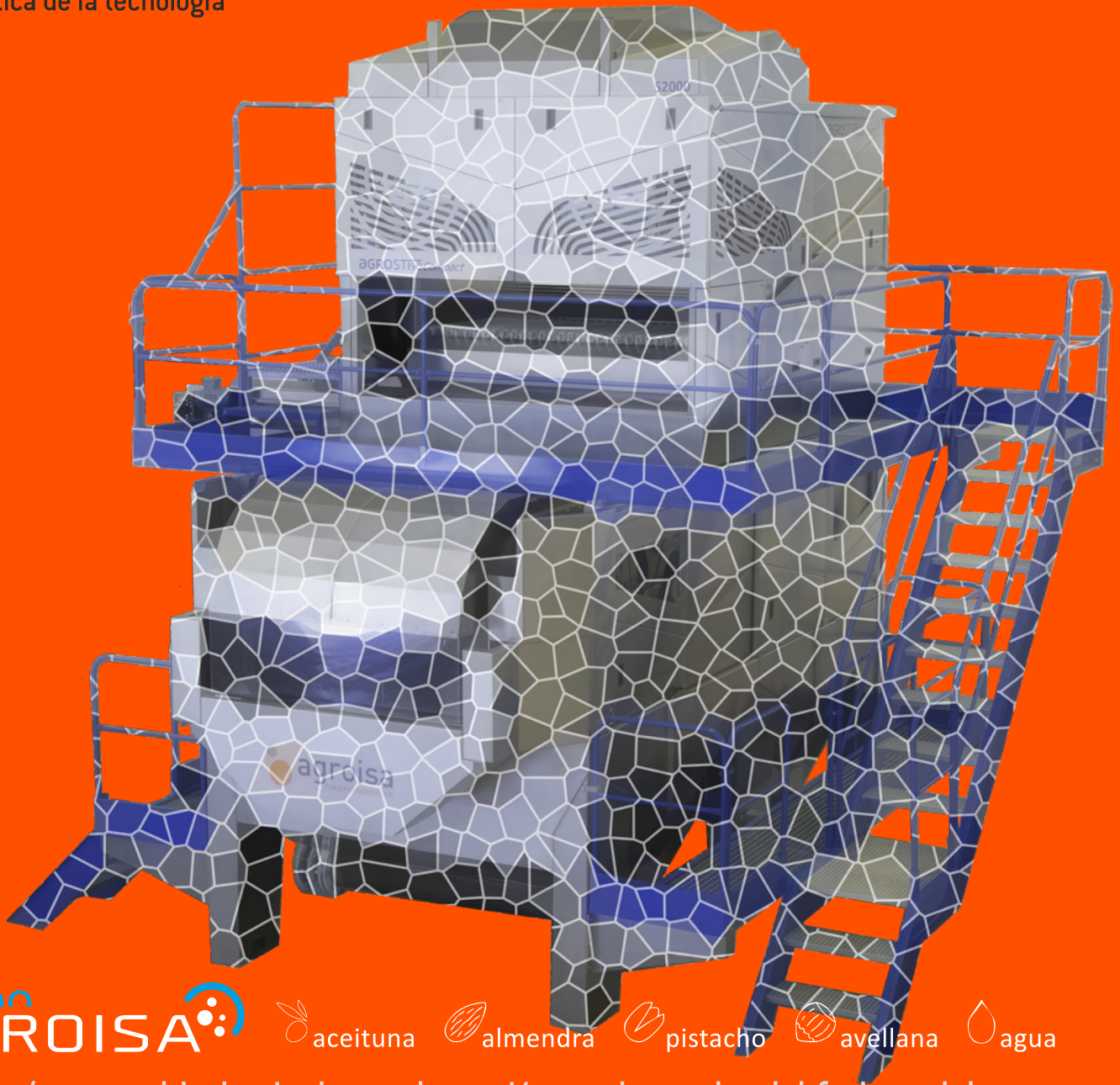
apaloseco, sostenibilidad y exclusividad

En Agrícola Navalcuerno están plenamente comprometidos con una vida más saludable y con la conservación del ecosistema para dejar el mejor legado posible a las generaciones futuras. Un apasionante reto que se inicia en la finca del mismo nombre, en un espectacular entorno de biodiversidad con 2.000 olivos centenarios situados en la Sierra de Umbría que divisa el valle de Alcudia, al sur de Ciudad Real, rodeados de quejigos, alcornoques, madroños y encinas, que fueron recuperados tras ser abandonados por falta de productividad y hoy, tras cinco años de intenso trabajo, se encuentran en plena producción. La empresa apuesta por la agricultura ecológica y regenerativa como base para obtener productos de calidad superior como *apaloseco*, un complejo y equilibrado monovarietal cornicabra de cosecha temprana y edición limitada (3.200 litros en 2024), presentado en una exclusiva colección de 4.000 botellas de 750 ml. imperfectas, numeradas y ecodiseñadas de vidrio 100% reciclado, generando un menor impacto medioambiental al ahorrar una botella de 500 ml. por cada tres fabricadas. Disponible en www.apalosecooriginal.com -sin intermediarios-, con objeto de construir una cadena de valor más justa y rentable para el mundo rural, próximamente se incorporarán sendos monovarietales de ocal y picudo procedentes de una nueva plantación intensiva de 10.000 olivos, así como un coupage de ambas variedades. 🍯



ARTECHNOLOGY,

1. f. expr. coloq. Denota la manifestación artística de la tecnología



Grupo
AGROISA



aceituna



almendra



pistacho



avellana



agua

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



PYME INNOVADORA



Centro para el
Desarrollo
Tecnológico
Industrial



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



Azeitech, el evento que reúne a la cadena olivícola de Brasil



La Empresa de Investigación Agropecuaria de Minas Gerais (EPAMIG) realizó el pasado 2 de febrero Azeitech 2024, el evento en el que se debatieron diversos temas relacionados con la cadena olivícola de Brasil. Durante esa jornada, el Campo Experimental Maria da Fé acogió las actividades del 19º Día de Campo de la Olivicultura y la 9ª Exposición Tecnológica, que incluyó una programación centrada en aspectos agronómicos, insumos e información sobre la cosecha y la extracción de aceites de oliva.

[Fotos: Erasmo Reis/ASCOM EPAMIG y Diego Vargas/ASCOM SEAPA]

En esta edición, EPAMIG reinició su “Agroindustria de Extracción de Aceite de Oliva”, la cual fue renovada y modernizada a lo largo de 2023.

La almazara ha sido reestructurada con nueva maquinaria -extractora, lavadoras de botellas, etiquetadoras y depósitos de acero inoxidable-, así como con equipos de laboratorio.

La nueva maquinaria agroindustrial fue adquirida a la compañía Fast Tecnologia Industrial, de Santa Catarina. “Hay que resaltar que se trata de equipos desarrollados en Brasil por una empresa que conoce la realidad de nuestra olivi-

cultura”, destacó el coordinador del Programa Estatal de Investigación Olivícola de EPAMIG, Luiz Fernando de Oliveira.

Las funcionalidades de la planta extractora, con capacidad para procesar 250 kg. de aceituna por hora, fueron presentadas por Ademir Silveira de Ávila, representante de Fast Tecnologia Industrial, quien subrayó la proximidad de la asistencia técnica como uno de los principales servicios diferenciadores de la compañía. “Conocemos todas las dificultades a las que se enfrentan los olivicultores y cada vez buscamos traer equipos adaptados a nuestra realidad, totalmente diferente a la de los países productores europeos”, afirmó.

Por su parte, la directora general de EPAMIG, Nilda Ferreira Soares, habló sobre el crecimiento de la olivicultura y el interés por la actividad en la Región de la Sierra de la Mantiqueira. “En cada evento podemos demostrar la importancia de la olivicultura en nuestro Estado, ya que contamos con más de 250 productores de aceite de oliva sólo aquí en la Sierra de la Mantiqueira y más del 60% de esta producción se produce en Minas Gerais. Conocemos las dificultades y deseos de nuestros productores y aquí en Maria da Fé, donde en 2008 realizamos la primera extracción de aceite de oliva virgen ex-



EPAMIG reinauguró su "Agroindustria de Extracción de Aceite de Oliva".



Feria de productos olivícolas.

veedores, especialmente el año pasado", resaltó Pedro Moura, investigador de EPAMIG.

Además de estas conferencias, también se abordaron las "Buenas prácticas en el cultivo del olivo", a cargo del profesor Pedro Peche, de la Universidad Federal de Lavras (UFLA); mientras que el investigador de EPAMIG Lucas Fagundes presentó la estación sobre "Gestión de enfermedades fúngicas en el olivo". Por su parte, Joyce Froza, investigadora postdoctoral de ESALQ/USP, habló sobre las "Cigarrillas como vector de la *Xylella fastidiosa*". Esta experta trabaja en colaboración con EPAMIG desde 2015 en la investigación del manejo de este insecto vector. "La *Xylella fastidiosa* es una enfermedad muy compleja, que ha causado preocupación entre los olivares y que puede propagarse de varias formas. En 2023 iniciamos un nuevo proyecto en Maria da Fé para evaluar plantas espontáneas entre los huertos, los llamados arbustos, y comprobar si pueden ser posibles fuentes de inóculo para la bacteria y qué especies de cigarrillas están relacionadas con estas plantas", explicó.

Respecto a la 9ª Exposición Tecnológica, un total de 22 expositores presentaron su maquinaria, insumos, servicios y productos derivados de la olivicultura. Desde EPAMIG destacaron la presencia de Gamundi, empresa de fertilizantes y nutrición vegetal, que expuso por primera vez en esta muestra. Las demás empresas ya participaron en las ediciones presencial y virtual (durante la pandemia) de Azeitech. Entre ellas, Fast Tecnología Industrial, fabricante de los nuevos equipos instalados en la industria de EPAMIG; Nutrisafra, que desarrolla un fertilizante para el cultivo del olivo; y Pieralisi.

Como antesala a Azeitech, EPAMIG de Maria da Fé acogió un encuentro técnico entre productores de aceite de oliva de la Serra da Mantiqueira y auditores fiscales del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento de Brasil. El objetivo de esta reunión fue proporcionar a los olivicultores de la región información actualizada y orientación sobre la legislación, registros y expedición de certificados. 🟢

tra nacional, tenemos un punto de apoyo para quienes quieran invertir en la actividad y en otros segmentos como el oleoturismo. Esta agroindustria, equipada con maquinaria moderna, está a disposición de los productores que aún no cuentan con sus almazaras. También contamos con servicios de análisis de laboratorio y orientación para el inicio del cultivo y el manejo de enfermedades y plagas", resaltó.

Intercambio de conocimientos

El 19º Día de Campo de la Olivicultura contó con charlas sobre el impacto de las condiciones climáticas en el cultivo

del olivo y la lucha contra las plagas y enfermedades. En concreto, el programa contó con dos conferencias sobre el clima: "Datos climáticos de la Serra da Mantiqueira", impartida por el consultor William Siqueira (WS Clima); y "Proyecciones climáticas y olivicultura", a cargo de la profesora de la Universidad Federal de Itajubá (Unifei), Fabrina Bolsan Martins. "El clima es extremadamente importante para el cultivo del olivo. La actual subida de precios es consecuencia de las fuertes sequías que están azotando a Europa y que han provocado una fuerte caída de la producción en los mayores países pro-





El aceite de oliva virgen extra español pone rumbo a 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 que se celebró del 21 al 23 de enero en Las Vegas Convention Center. Una decena de empresas del sector se dieron cita para mostrar sus productos -entre ellos el aceite de oliva virgen extra- en esta nueva edición de una de las ferias más importantes y de mayores dimensiones del sector gourmet en EEUU, organizada por Specialty Food Association (SFA), que cumple 70 años este 2024.



[Texto: Cristina Revenga Palacios]

La 48ª Winter Fancy Food de la Specialty Food Association exhibió miles de productos de más de 1.200 fabricantes nacionales e internacionales de alimentos gourmet. La feria también incluyó una gran variedad de eventos formativos y de *networking*.

“Winter Fancy Food Show marca el comienzo del ciclo anual de la industria alimentaria: una reunión fundamental donde la innovación se encuentra con las oportunidades. Este evento supone el epicentro de la creatividad culinaria y la visión para los negocios, donde los fabricantes lanzan productos y los compradores descubren las últimas novedades”, resaltó el presidente de la SFA, Bill Lynch.

Y es que esta muestra constituyó una oportunidad única para introducir los productos agroalimentarios de alta calidad -entre ellos el AOVE- en el mercado estadounidense. Así, acudieron productores de aceite de oliva virgen extra español, que mostraron su oferta en esta gran cita internacional. Entre sus visitantes destacaron minoristas, distribuidores y



Empresas españolas productoras de aceite de oliva virgen extra presentes en el pabellón español.



mayoristas, representantes del canal Horeca, fabricantes y servicios empresariales (empresas de embalaje, *brokers*...).

Además de las empresas del sector, el Pabellón Agrupado Español también

acogió un espacio gastronómico en el marco de la campaña #SpainFood-Nation, que impulsa el MAPA e IEXC España Exportación e Inversiones. En este espacio se llevó a cabo la promo-





Espacio gastronómico en el pabellón español.

ción del Programa de Certificación *Restaurants from Spain* y el Plan Integrado de Alimentos de España en EEUU. También contó con la participación de importadores para representar productos singulares de la despensa española, así como córneres especializados en diversos productos.

“La oportunidad de presentar los productos españoles de forma directa a los compradores e importadores es una de las principales herramientas de promoción exterior de nuestras empresas para mejorar su presencia en mercados internacionales tan importantes como Estados Unidos”, precisó Mauricio García de Quevedo, director general de FIAB.

La federación remarcó que, en los últimos años, el mercado estadounidense ha mostrado una demanda creciente por los productos españoles, lo que ha supuesto un aumento de las exportaciones, especialmente tras la suspensión temporal de los aranceles que penalizaban a 113 productos españoles por el conflicto Airbus entre EEUU y la UE y a pesar de que se mantiene el arancel a la aceituna negra.

Durante los primeros diez meses de 2023, las exportaciones de la industria alimentaria española crecieron un 4,6% respecto al mismo periodo de 2022, siendo EEUU el quinto país de destino de las exportaciones en valor.

Según ICEX, el sector de alimentos de especialidad constituye 194.000 millones de dólares anuales en ventas, de los cuales 159.000 millones están representados por el segmento minorista. Los numerosos consumidores estadounidenses se caracterizan no sólo por su alta capacidad de compra y permanente búsqueda de productos nuevos, saludables y de alta calidad sino también por su diversidad, conformada por un crisol de tendencia, razas, orígenes y religiones que se reflejan también en su mercado de alimentación. 🍋



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.

OTROS ACEITES VEGETALES



ANÁLISIS DE CONTAMINANTES



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.



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



La World Olive Oil Exhibition (WOOE), celebrada los días 26 y 27 de febrero en IFEMA Madrid, recibió a más de 5.000 visitantes procedentes de 50 países que recorrieron los stands de las más de 800 empresas representadas de España, Croacia, Jordania, Turquía, Portugal, Irán y Grecia, según destacó Pomona Keepers, entidad organizadora de la feria.

[Texto: Cristina Revenga Palacios / Alfredo Briega Martín]

Para Otilia Romero de Condés, CEO de Pomona Keepers, “es un éxito que hayamos podido reunir al 93% de la producción nacional en esta edición y 800 marcas españolas representadas, más aún en un momento de tiempos delicados en el sector agrícola y olivarero, y de máxima expectación ante el futuro para productores y compradores”. En este sentido, coincidió “con profesionales del sector en afirmar que se duplicará la producción si la meteorología lo permite y, por ende, el consumo, por lo que hay que estar preparados”.

En la inauguración de este evento participaron -además de Otilia Romero de Condés y el director ejecutivo de la WOOE, José Luis Murcia-, el director ejecutivo del COI, Jaime Lillo; el director general de Alimentación del Ministe-

rio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), José Miguel Herrero; el consejero de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha, Julián Martínez Lizán; la directora general de Producción Agroalimentaria y Cooperativas, Elena Escobar; y el delegado de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural en Albacete, Ramón Sáez.

En concreto, el director ejecutivo del COI, Jaime Lillo, realizó una presentación sobre la situación actual del sector del aceite de oliva a nivel mundial y el trabajo que lleva a cabo este organismo, poniendo especial énfasis en los beneficios para la salud de este producto, así como en el medio ambiente en el caso del cultivo del olivo.

Por su parte, el MAPA participó a través de su marca #AlimentosdeEspaña para promocionar la excelencia de los aceites de oliva españoles en los mer-

cados internacionales. Con este objetivo, este Departamento organizó en la feria una demostración gastronómica a cargo de Firo Vázquez de Parga, propietario del restaurante El Olivar y ganador del Premio Alimentos de España en restauración, con recetas cuyo ingrediente principal fueron los AOVEs ganadores de los Premios de Alimentos de España en la edición 2023.

En el caso de Castilla-La Mancha, el consejero subrayó que la WOOE es una de las ferias más importantes de aceite de oliva y remarcó la “proyección internacional” de este evento, que cuenta con decenas de países visitantes y una amplia representación de empresas vinculadas a la producción de aceite. “De esta manera se canalizan esos contactos para conseguir mayores ventas y, sobre todo, un mayor valor añadido para las producciones de los agricultores”, resaltó.



Inauguración de la feria.

En esta edición hubo en torno a 20 empresas expositoras de Castilla-La Mancha y nueve de ellas participaron gracias a la ayuda puesta en marcha por el Gobierno de Castilla-La Mancha, con la que se sufragaban los costes de asistencia a esta feria hasta en un 35%. De esta manera, se apoya a las empresas para que participen en las ferias agroalimentarias “que cada

vez tienen más importancia a la hora de realizar contactos comerciales y vender las producciones, que es el fin último”, precisó Julián Martínez Lizán.

Cabe destacar que Andalucía volvió a asistir a la WOOE con una propuesta que presume de la calidad de su aceite de oliva virgen extra, al contar con una representación de hasta diez figuras de

calidad. En concreto, la delegación andaluza mostró el AOVE de las DOPs Aceite de Lucena, Baena, Estepa, Poniente de Granada, Montes de Granada, Priego de Córdoba, Sierra de Segura, Sierra Mágina y Sierra de Cazorla, así como de la IGP Aceite de Jaén.

De la mano de la Agencia de Gestión Agraria y Pesquera (Agapa), Andalucía

Somos
EL MAYOR PRODUCTOR
 DE ACEITE DE OLIVA
 EN JAÉN

Somos
ÚNICOS EN CALIDAD
 TRANSPARENCIA Y SEGURIDAD ALIMENTARIA
 PARA EL CONSUMIDOR



www.jaencoop.com





Andalucía mostró la calidad de sus AOVEs.



se convirtió en esta edición en la Comunidad con el mayor espacio expositivo, con 351 metros cuadrados de exhibición, de los que 144 fueron de stand institucional y el resto pertenecientes a zonas de empresas agroalimentarias, consejos reguladores y otros organismos andaluces. Esta propuesta conjunta se presentó en un espacio dinámico, inteligente y sostenible, según destacó la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural. Así, el stand andaluz contó con tecnologías capaces de recoger, en tiempo real, datos sobre los asistentes y sus emociones, así como información sobre las actividades, productos y órganos reguladores.

El programa del Espacio Andalucía en la WOOE 2024 incluyó una completa

oferta de actividades en las que el aceite de oliva fue el principal protagonista: *showcookings*, catas, maridajes, aplicaciones del oro líquido andaluz en todo tipo de propuestas culinarias o elaboraciones de platos típicos con AOVE.

A su vez, Andalucía TRADE organizó un total de 90 entrevistas comerciales entre 13 empresas de aceite andaluzas y agentes de Polonia, Japón, EEUU, Portugal, Francia, Reino Unido y Países Bajos. Este encuentro de negocios permitió poner en contacto a almazaras, productores, comercializadoras y envasadoras de aceite de oliva andaluz que buscan abrir nuevos mercados y oportunidades de exportación, con distribuidores y compradores extranjeros. La agenda organizada por la agencia pública comenzó con una sesión de trabajo con entrevistas B2B el primer día del foro y, posteriormente, la delegación internacional asistió a la cata *“De tapeo con Jaén Selección. El maridaje de los aromas del olivar de Jaén”*, realizada por Cristina Garrido Lorite, directora de la Escuela de Cata de Aceites Los Quinientos. El segundo y último día del encuentro, los operadores internacionales visitaron la zona expositiva y acudieron a la demostración culinaria *“Denominaciones de origen de Andalucía”*, a cargo de Tomás

Rueda López, chef del restaurante Almodadén, de Alcaudete (Jaén).

La Diputación Provincial de Jaén estuvo presente en la WOOE a través de un stand de más de 70 metros cuadrados donde mostró los aceites “Jaén Selección 2024”, así como productos agroalimentarios que cuentan con el sello de calidad *Degusta Jaén* aportados por las empresas Salinas de Don Diego y Quisería Cortijo La Vicaría. En este espacio de la Administración provincial estuvieron presentes como co-expositoras seis empresas oleícolas jiennenses -Emilio Vallejo, de Torredonjimeno; Innovartia, de Pozo Alcón; Oleícola Jaén, de Baeza; Olivasur Natural, de El Porrosillo (Arquillos); así como las cooperativas Aceites Guadalquivir, de Villanueva de la Reina, y Ciudad de Jaén, de la capital jiennense.

Por su parte, la DOP Aceite de Madrid dio a conocer en la feria las características de este nuevo sello, así como de las almazaras asociadas a esta marca de calidad. Además, dentro del programa, los asistentes pudieron disfrutar de la actividad *“Los aceites de Madrid estrenan DOP: catálogos en primicia”*, que contó con el apoyo de la Dirección General de Agricultura de la Comunidad de Madrid.

Programa de conferencias

Durante estos dos días, la WOOE contó también con un interesante programa de conferencias en el que no faltó ninguno



SISTEMAS DE CONTROL ALMA/System ®

OPTIMIZACIÓN COMPLETA DE SU ALMAZARA



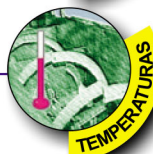
Entrevistas comerciales organizadas por Andalucía TRADE.

de los actores directos e indirectos del sector, además de Globalcaja, entidad bancaria colaboradora desde la primera edición. El oleoturismo, que comienza a despuntar como actividad de desarrollo complementaria para las almazaras, fue uno de los temas tratados en varias mesas y ponencias, y se estudiaron los casos de OleoturJaén, así como de las distintas zonas de Italia y también de Mykonos (Grecia).

Además, coincidiendo con la celebración de la WOOE, se celebró la tercera reunión de seguimiento del proyecto creación de la experiencia "Oleoturismo en España". Así, representantes técnicos de la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) y de las diputaciones de Jaén, Córdoba, Sevilla, Huelva, Cáceres, Badajoz, Ciudad Real y Tarragona analizaron el estado actual de desarrollo del proyecto en áreas como el sistema de gobernanza, manual de la experiencia, implantación de la experiencia en los territorios y acciones formativas especializadas en oleoturismo. Todo ello bajo la secretaría técnica de Dinamiza Consultores. También se concretaron la naturaleza y fecha de las actuaciones y licitaciones, correspondientes a cada uno de los integrantes, para desarrollar y ejecutar el proyecto en los próximos nueve meses.

Asimismo, entre las mesas redondas y foros celebrados en la WOOE, Vilcon, de la mano de su CEO, Juan Vilar, participó en la presentación del manual "Dirección de empresas de aceites de oliva. Desde la visión del maestro almazarero", en la que -además de Vilar- intervinieron Pedro Martínez, director general de IMS Control Industrial; Joaquín Morillo, director de Producción y Marketing del Grupo Oleícola Jaén; y Manuel Jiménez, CEO de Agrícola San Francisco, quienes pusieron de manifiesto la importancia que tiene para el sector la formación, el conocimiento y la experiencia en proyectos.

En la mesa "Efectos de la escasez de aceites de oliva en la cadena de valor y en el comportamiento del consumidor" -moderada por Juan Vilar- intervinieron Antonio Gallego, director general de Migasa; Carlos Jiménez, director de operaciones de Grupo Acesur; Juan Carlos Marín, responsable de ultramarinos de Alcampo; Eduardo Rosa, adjunto a la dirección general de Molino del Genil y Lagar do Sobrado; y José Manuel Bajo, secretario de la Sectorial Nacional del Aceite de Oliva Virgen con DOP. Los ponentes consideraron que si en un nuevo ciclo climático y, por tanto, de oferta y demanda, cambiasen los



- 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

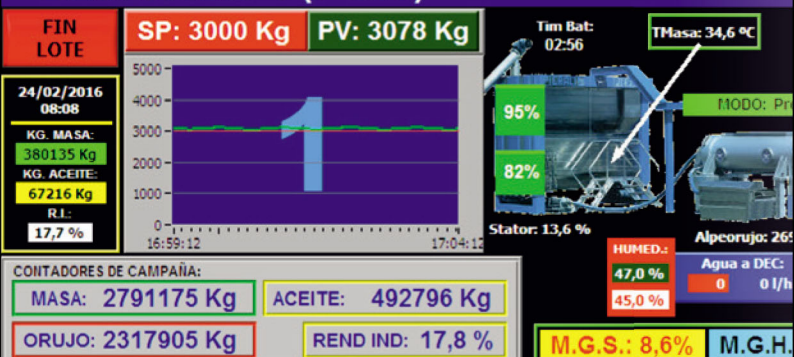
www.indeatech.com

Tel.: 913 980 071
indea@indeatech.com

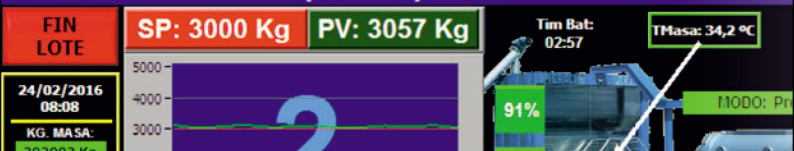


S.C.COOP. OLIVAR

DECANTER 1 (P-333)



DECANTER 2 (P-333)





Mercacei, fiel a su cita en la WOOE



Una edición más, Grupo Editorial Mercacei, como *media partner* oficial de la feria, contó con stand propio donde estuvieron presentes sus publicaciones y dio a conocer seis AOVES -Gregal, Oiltopía, Jan Roc, Finca Trascabezas, Los Tallaos y Alboris- de la variedad lecciana.



La DOP Aceite de Madrid dio a conocer en la feria las características de este nuevo sello.



Como en cada edición, la WOOE contó con un programa de conferencias.



También se abordó la evolución de la campaña 2024/25 a nivel mundial a cargo del consultor Juan Vilar; Leandro Ravetti, CEO de Cobram Estate Olives Limited (Oceanía); Ajmi Larbi, investi-

precios, cada morfología de olivar debería escoger una alternativa de optimización y rentabilidad, como es el caso de la diferenciación o la búsqueda de la eficiencia.

En la mesa "El aceite de oliva, fijador de población en el medio rural" se habló del modelo competitivo que debería seguir la agricultura comunitaria y española, cuál debe ser el perfil del agricul-

tor y cómo se podría garantizar el relevo generacional. También se trató cómo el actual precio de la tierra limita el acceso a jóvenes agricultores. En ella -moderada por Juan Vilar- intervinieron Luis Carlos Valero, gerente y portavoz de Asaja-Jaén; Cristóbal Cano, secretario general de UPA-Andalucía; y Juan Luis Ávila, secretario general de COAG-Jaén.



Fiabilidad y experiencia en tecnología NIR aplicada a las Almazaras desde 1993.

SpectraAlyzer 2.0 Olive

Analizadores de sobremesa "TODO en UNO"
Miden: Aceituna Entera + Orujo/Alperujo +
Aceite de Oliva + Hoja/Suelo de Olivar



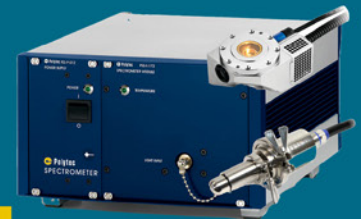
ZEUTEC

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.**

La WOOE acogió la presentación de los resultados de un estudio sobre el aceite de orujo de oliva promovido por ORIVA.

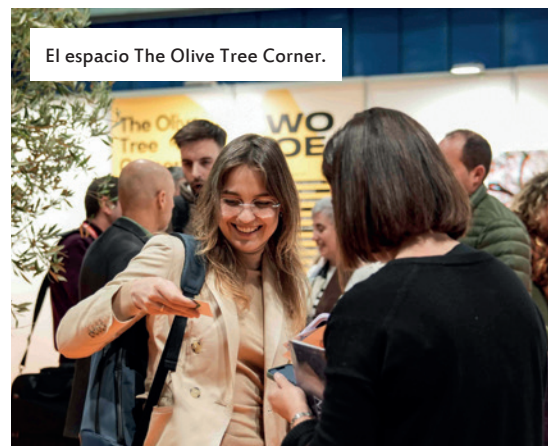


En el Olive Oil Bar se pudieron catar AOVes de esta campaña.



gador titular del Institut de L'Olivier de Túnez (África); Jorge Pereira, consultor internacional (América del Norte); Frankie Gobbee, cofundador y coordinador general de Argentina Olive Group (América del Sur); y Mohamed Aymen Bejaouys, del Departamento Internacional de GEA.

En el marco del programa de conferencias de la WOOE, también se presentaron los resultados del estudio "Aceite de orujo de oliva como ingrediente de alimentos horneados (tortas y magdalenas): resistencia a la degradación oxidativa y evaluación de componentes bioactivos", publicado en las revistas *LWT-Food Science and Technology* y *Foods*, y promovido por la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva (ORIVA). Con el fin de obtener evidencias científicas del potencial del aceite de orujo refinado como ingrediente de alimentos horneados, la investigación ha probado la sustitución parcial y total de aceite de girasol, habitualmente utilizado en alimentos horneados, como tortas de aceite y magdalenas, por aceite de orujo refinado, analizando su valor nutricional, resistencia a la degradación oxidativa y grado de enranciamiento durante su conservación. Según precisó el investigador principal del estudio, Joaquín Velasco Jiménez, "como conclusión global se puede decir que el aceite de orujo refinado conserva intactas sus propiedades organolépticas y nutricionales durante la elaboración y almacenamiento de magdalenas y tortas de aceite tradicionales. Por consiguiente, presenta un gran potencial como ingrediente en la industria de alimentos horneados".



El espacio The Olive Tree Corner.

Las catas estuvieron muy concurridas para degustar AOVEs de diferentes zonas de España y otros países.



El ganador del Desafío WOOE "Campo y Alma" fue Javier García Albuquer.



Galardonados en los Premios WOOE a la Excelencia.



El chef Daniel Larios ganó el Desafío WOOE "Junta de Andalucía".

Catas y concursos

Por otro lado, los organizadores de la WOOE destacaron que el Olive Oil Bar -patrocinado por *Alimentos de Extremadura* fue una de las zonas más visitadas, donde numerosos compradores internacionales y visitantes profesionales pudieron catar los AOVEs de la campaña 2023/24. Muy concurridas estuvieron también todas las catas programadas, que invitaban a degustar aceites de oliva vírgenes extra de lugares tan dispares como Jordania, Cataluña o las Islas Canarias.

La feria también albergó The Olive Tree Corner, un espacio de encuentro, presentaciones y *networking* centrado en el mundo del olivo: oleoturismo, marketing, salud, packaging e innovación.

Asimismo, se celebró el Desafío WOOE "Campo y Alma", el tradicional concurso de ensaladas con aceites de las cuatro DOPs de Castilla-La Mancha y los productos de calidad amparados dentro de la marca de garantía *Campo y Alma*, impulsada por la Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha, y cuyo ganador fue el albaceteño Javier García Albuquer, chef del restaurante La Martina (Albacete).

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

Ambos concursos culinarios fueron dirigidos por el chef Juan Pozuelo.

Finalmente, en el marco de este encuentro tuvo lugar la entrega de los

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



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



Así funciona un proyecto de oleoturismo de éxito

En la primera jornada de la WOOE, celebrada el pasado 26 de febrero, Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei, moderó la mesa redonda *"Así funciona un proyecto de oleoturismo de éxito"*, donde se desvelaron todas las claves para montar un proyecto de oleoturismo y captar el interés de los turistas y visitantes, profundizando en el tipo de actividades ofrecidas y el perfil de los oleoturistas, así como en el esfuerzo requerido en términos de inversión dada la escasez de ayudas y su rentabilidad. La conclusión es clara: hay que apostar por el oleoturismo porque es el camino para valorizar el producto y divulgar la cultura del virgen extra, además de crear oportunidades de negocio.



La mesa contó con la participación de Martín Puga, director de Marketing de Finca La Pontezuela (Centro de Interpretación 5 Elementos); Nelly Samper, responsable comercial en LA Organic (Hotel Cortijo LA Organic); María Amores, directora de Marketing y Comunicación de Grupo Montes Norte (Centro de Interpretación y Formación Olivia); y José Antonio Jiménez, direc-

tor gerente y responsable del Área de Oleoturismo de Oleícola San Francisco.

En ella se ofrecieron las claves del éxito de un proyecto de oleoturismo: conocer a fondo el producto para descubrirlo al consumidor; poner en valor la cultura del aceite de oliva y generar oportunidades de negocio; y crear una oferta responsable, respetando horarios y visitas y apostando por la excelencia en el servi-

cio, entre otras. Asimismo, se destacó la importancia de que "todos seamos altavoces de la oferta de todos", en palabras de José A. Jiménez, quien señaló que "se trata de descubrir nuevas experiencias y el AOVE se está poniendo de moda en todo el mundo". Y es que "España es el país más rico del mundo gracias, entre otros, al aceite de oliva virgen extra", aseguró María Amores.



Martín Puga

Director de Marketing de Finca La Pontezuela

- "Destacaría tres aspectos para montar un proyecto de oleoturismo de éxito: el entorno natural en un paraje espectacular; dotar la visita de actividades complementarias que puedan llegar a diferentes colectivos; y un estilo divulgativo y no excesivamente técnico, pero sí muy riguroso y preciso, ofreciendo la experiencia que a nosotros nos gustaría encontrar como visitantes para abarcar un público muy amplio"
- "Para nosotros, que somos una empresa pequeña con una producción muy reducida, el oleoturismo supone una línea de negocio complementaria y en constante crecimiento. Hemos contratado a dos personas y trabajamos con agencias, empresas, colegios y particulares. Tenemos la gran ventaja de que el olivar, la almazara y el Centro de Interpretación están a menos de 5' de distancia"
- "Nuestra estrategia se basa en canales *on line* y *offline*. Hemos tratado de articular una red de establecimientos asociados en la zona y de servir como motor económico para generar negocio"
- "En Castilla-La Mancha existen muy pocas ayudas para poner en marcha proyectos de oleoturismo, prácticamente ninguna. La financiación ha sido al 100% con fondos propios. En cuanto a la rentabilidad, en cualquier negocio los inicios son difíciles, de ahí la importancia de la diversificación (venta de AOVE, línea de cosméticos, oleoturismo...)"
- "El consumidor es cada vez más consciente y quiere saber qué es lo que come, cómo se elabora, conocer el proceso. Y es fundamental que pueda hacerlo para que de esa manera aprecie el producto que ofrecemos"

Talleres González y París

PROMOCIÓN

DISPONIBLE HASTA EL 15 DE JUNIO 2024

30% DESCUENTO

SEPARADORAS DE PULPA Y HUESO



ROTOR
CRIBA

GP

González y París

Pol. Ind. Santa Ana, Avenida de la Industria, 10 - 41590 La Roda de Andalucía, Sevilla (España)

Email: gonzalezyparis@gmail.com - web: www.talleresgonzalezyparis.com

Tel: +34 954 016 132

Director comercial - Antonio - +34 606 992 244

PROMOCIÓN VÁLIDA HASTA EL 15 DE JUNIO 2024.



Nelly Samper

Responsable comercial en LA Organic

- “La clave es mantener un equilibrio entre la calidad del producto, el servicio prestado por un personal debidamente formado tanto en aceite como en turismo y la digitalización, sin olvidar nunca la sostenibilidad y la tradición, la autenticidad en las experiencias”
- “Nosotros tenemos dos líneas de negocio, la producción de aceite, que iniciamos en 2004, y el proyecto de oleoturismo, que comenzó cuando abrimos la almazara al público en 2019 con un personal muy reducido. Aprovechamos la pandemia para profesionalizar el proyecto y este año inauguramos el museo en junio, que ha supuesto una gran inversión y le va a dotar de una nueva dimensión”
- “Hemos establecido una estrategia comercial y de marketing *on line* y *offline*. Atendiendo a los datos de 2023, el perfil de cliente más activo corresponde a mujeres de entre 35 y 55 años, con más de un 26% de visitantes americanos, seguido del mercado español y canadiense. Al margen del oleoturismo, hemos incorporado poco a poco otras fuentes de ingresos mediante el alquiler de espacios para bodas y eventos. Nuestro principal segmento de ingresos es el de las reuniones de incentivos y actividades de *team building*”
- “¿Ayudas? Las hemos solicitado pero no nos las han concedido. Respecto a la rentabilidad, es como sembrar un olivo: requiere muchos cuidados y tiempo, porque los comienzos son muy duros”
- “El oleoturismo pone en valor la cultura del aceite de oliva y crea importantes oportunidades de ventas”

María Amores

Directora de Marketing y Comunicación de Grupo Montes Norte

- “Nosotros hemos intentado explorar y explotar nuestro potencial, que es ser una cooperativa. Hay que tener claro el público objetivo, que es nuestro propio entorno y los centros educativos de la zona”
- “El oleoturismo representa un volumen muy poco significativo en nuestra cuenta de explotación, pero es importante a nivel de posicionamiento y conocimiento de marca. La inversión se ha destinado a adaptar las instalaciones y ampliar y mejorar la formación. Tenemos a una persona contratada a media jornada durante todo el año y también contratamos profesionales para acciones específicas”
- “Como cooperativa, tenemos una responsabilidad social para difundir la cultura del virgen extra y dinamizar la economía local. Hemos firmado convenios con ayuntamientos para recibir visitas de escolares -más de 1.000-, que son los futuros prescriptores del producto”
- “Nosotros tuvimos una pequeña ayuda concedida por el Gobierno de Castilla-La Mancha. Realizamos campañas a través de los medios digitales e intentamos posicionar nuestra marca para crear un fenómeno fan del virgen extra, convertir a los visitantes en fans indiscutibles del AOVE”
- “España es el país más rico del mundo gracias en parte al aceite de oliva virgen extra”



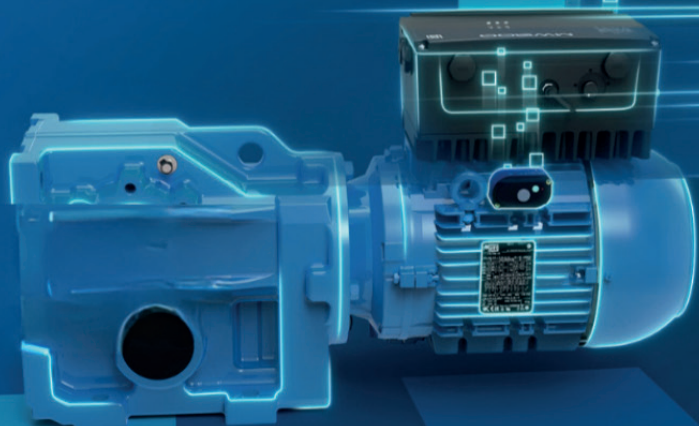
José Antonio Jiménez

Director gerente y responsable del Área de Oleoturismo de Oleícola San Francisco

- “En nuestro caso el proyecto surgió de una necesidad, la de vender nuestras botellas de una forma original y diferente a los demás. Contábamos con un escenario perfecto, el centro de la provincia de Jaén y su mar de olivos, e intentamos crear un relato en torno a nuestra historia para enamorar. Nosotros ya no vendemos aceite, sino una historia para afianzarnos en el camino que considerábamos que era el adecuado. Es fundamental mantener la constancia y tener muy claro el objetivo”
- “Es muy importante valorizar el servicio, poner un precio a la entrada desde el primer día. En 2011 tuvimos 140 visitantes y en 2023, casi 9.000. Somos una empresa muy pequeña que molutura tres millones de litros y sin el oleoturismo ya hubiésemos cerrado la fábrica, es una pata imprescindible dentro de la empresa”
- “Esto es una empresa, no una ONG; es necesaria una profesionalización y una especialización. El 78% de nuestros visitantes son extranjeros y llevamos años trabajando la digitalización de nuestras ofertas, con presencia diaria en las redes sociales”
- “Tenemos que ser todos altavoces de la oferta de todos, es importante que colaboremos entre nosotros. Animamos a abrir las fábricas, a crear una oferta responsable de oleoturismo, respetando horarios y visitas, y apostando por la excelencia en el servicio. Lo poquito que se haga, que se haga bien”
- “Hay que apostar por el oleoturismo porque hoy está de moda descubrir experiencias y el aceite de oliva virgen extra es tendencia en todo el mundo”

WEGmotion Drives

Desde motores, variadores y reductores hasta un **paquete integrado de movimiento.**



La industria está siempre en movimiento. Y WEG no deja de evolucionar. Pensando en esto, hemos desarrollado WEG Motion Drives, un paquete integrado y flexible que combina motores, reductores, variadores y soluciones digitales para mejorar la productividad de tu fábrica. ¿Sabes lo que eso significa? Significa fiabilidad, un mejor control de máquinas y equipos, más inteligencia en los procesos operativos y mayor eficiencia para tu industria. Es la asociación de WEG preparándote hoy para los desafíos del mañana.





Los *millennials* del AOVE

Pandora Peñamil Peñafiel, directora de *Olivatessen by Mercacei* y de la *Guía EVOOLEUM*, fue la encargada de dirigir en la segunda jornada de la WOOE la mesa redonda “*Los millennials del AOVE*”, en la que se habló de la considerada como la generación más emprendedora de la historia -que más bien podría denominarse la *generación de las crisis*- y de los *agro-millennials*; pero también de digitalización e Inteligencia Artificial, sostenibilidad y defensa de la biodiversidad, formación y profesionalización o de las hoy imprescindibles redes sociales.



En la mesa participó un elenco de invitados tan rabiosamente jóvenes como sobradamente preparados: Rafael Alonso Barrau, director comercial y *export manager* de Rafael Alonso Aguilera (*AOVE Oro del Desierto*); Cristina Garrido, directora de la Escuela de Cata de Aceites Los Quinientos; Salz Medina, propietaria de Salzysalz; Mercedes Uceda, responsable de calidad de IADA Ingenieros; y José Miguel Molina, catador y responsable de calidad de Aceites Manuel Molina.

Todos ellos coincidieron en lamentar la escasez de *millennials* -los nacidos entre 1981 y 1994- en puestos de responsabilidad y de toma de decisiones; al tiempo que subrayaron la necesidad de “rodearse de los que más saben”, incidiendo en la importancia de un buen

branding -un tanto abandonado a favor del packaging- para comunicar el proyecto y los valores e identidad de marca, así como de la formación y la promoción, vendiendo los múltiples beneficios saludables del AOVE. Ilusión y pasión en lo que se hace fue otro de los conceptos recurrentes, al igual que la “obligación de mantener y mejorar el trabajo de nuestros predecesores, lo que constituye todo un reto”, señaló Rafael Alonso Barrau, quien confesó que “me enamoré del sector y ahora no entiendo la vida de otra manera”.

“El desconocimiento del producto por parte del consumidor es el gran problema, al igual que el desconocimiento del consumidor por parte del sector”, aseguró Cristina Garrido, para quien “el emprendimiento no fue el origen, sino

la solución”, y que apostó por la formación, la capacidad de escucha, la creatividad y el pensamiento lateral cuando se le preguntó por los consejos que le daría a alguien de la *Generación Z* que quisiera poner en marcha un proyecto como el suyo. Finalmente, Instagram se reveló como la red social más eficaz y utilizada en la actualidad, por ser la más visual y la que mejor comunica, la que mayor alcance tiene, el canal más directo para llegar al consumidor, destacando la importancia de dotar a las redes de contenido y de filtrarlos para que sean auténticos y coherentes con el posicionamiento de marca, tal y como recordó Rafael Alonso.



Mercedes Uceda

Responsable de Calidad de IADA Ingenieros

- “Los *millennials* tenemos que imaginar nuevas formas de trabajar en el sector. Debemos ser defensores de la biodiversidad, mantener las zonas rurales y asegurar el relevo generacional en el campo”
- “Vivir de la agricultura no debería ser la segunda salida, sino la primera. Necesitamos una agricultura que sea económicamente sostenible, somos el mayor bosque humanizado”
- “Lo primero que hay que hacer es definir el proyecto, porque no todo el mundo tiene que hacer un AOVE Premium de alta gama y cosecha temprana. Hay que contar una historia real, que se sostenga, y, una vez la tengamos, trabajarla y ver qué herramientas necesitamos para llevarla a cabo”
- “Hay pocos *millennials* tomando decisiones y ocupando puestos de responsabilidad en empresas grandes. ¿Mi consejo para las nuevas generaciones? Profesionalízate, esfuérzate, ilusónate y cree en el sector”



**Bombas de aletas
de desplazamiento
positivo para
aceites vegetales**

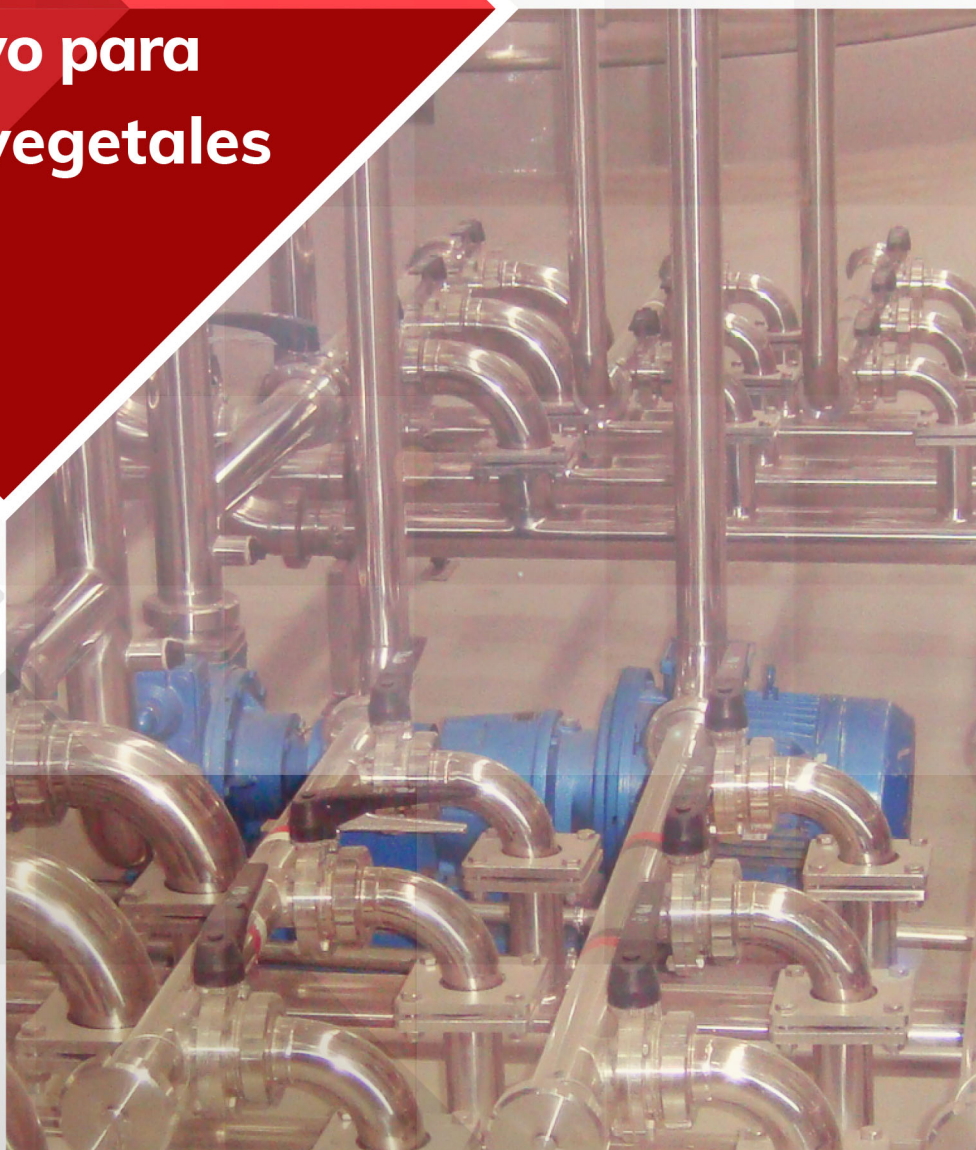


bombas

TRIEF

desde 1967

DESDE 1967



DISEÑO Y FABRICACIÓN DE BOMBAS



ventas@bombastrief.es
bombastrief.es



(+34) 944 416 238



Lutxana Asua Errepidea, 26
48950 Erandio, Bizkaia



Rafael Alonso Barrau

Director comercial y export manager de Rafael Alonso Aguilera (*Oro del Desierto*)

- “Lo importante es no creerte lo que te cuentan, sino tener tu propio proyecto, una idea clara, sin dar demasiados volantazos, y darlo a conocer. Hemos tenido la suerte de recibir una formación muy buena, mi padre tuvo menos oportunidades que yo, y nuestra obligación también es la de responder por las generaciones futuras”
- “Más allá de la calidad, que siempre intento mejorar, es muy importante saber dónde estás y quién eres, ser consciente de tus limitaciones, de que vivimos en una zona muy extrema, y potenciar las virtudes que hacen nuestro producto diferente. Ser optimistas, adaptarnos y buscar soluciones, porque de lo contrario no trabajaríamos en esto; y tener una identidad de marca y comunicarla, porque es parte del éxito”
- “Yo soy licenciado en Ciencias Ambientales y lo que menos imaginaba al acabar la carrera era trabajar con mi padre, de hecho estuve trabajando más de un año en otra empresa que no tenía absolutamente nada que ver con esto. Pero me enamoré del sector, llevo 20 años y ahora no entiendo la vida de otra manera”

• “La digitalización es una herramienta útil que te puede ayudar si la empleas adecuadamente, pero no se puede depender solamente de ella. Las redes sociales son imprescindibles hoy día, requieren una inversión de tiempo y esfuerzo económico, pero hay que utilizarlas de una forma cabal; está muy de moda Tik Tok, pero por el momento no veo mi perfil de empresa en Tik Tok”

• “Cada generación coge cosas de la anterior y aprende de ella. Es cierto que en los estamentos más altos de las grandes organizaciones del sector, sean públicas o privadas, no hay mucha gente de nuestra edad, pero es una cuestión de relevo generacional que lleva un tiempo. Tenemos la obligación y el reto de mantener y mejorar si es posible el trabajo de nuestros predecesores, porque estamos preparados”

Salz Medina

Fundadora y propietaria de Salzysalz



• “Yo no vendo aceite, estoy vendiendo una historia, mi emprendimiento y mi historia personal, los valores de mi marca, continuar con el cultivo de los olivares familiares desde 1870. Y si me compras a mí, ya me comprarás el aceite”

• “La sostenibilidad empieza por mantener los cultivos y variedades autóctonas”

• “No todas las personas valen para tomar decisiones, para ser líderes. ¿Mi consejo para la *Generación Z*? Que tenga mucho carácter y que viaje, que pruebe a trabajar en otras cosas”

José Miguel Molina

Catador y responsable de Calidad de Aceites Manuel Molina



• “La sostenibilidad es una asignatura pendiente en la que hay mucho camino por recorrer. No olvidemos que el agricultor es el mayor ecologista que existe”

• “Hace falta promoción, promoción y promoción. Vender los beneficios saludables del virgen extra. ¿Cuánto ahorraríamos en medicamentos si consumiéramos AOVE?”

• “Pertenezco a la tercera generación familiar y poco a poco nos van dejando tomar decisiones. A los que empiezan ahora, y aunque me considero demasiado joven para dar consejos, les recomendaría rodearse de las personas que más saben, hacer lo que realmente les gusta y disfrutar de este maravilloso mundo del virgen extra”

Cristina Garrido

Directora de la Escuela de Cata de Aceites Los Quinientos



• “La mejor forma de cambiar el sector es mediante la comunicación y la formación. Hemos apostado mucho por el diseño, el packaging, pero el cambio real que necesita el sector es invertir en *branding* y comunicación para transmitir los valores de la empresa y la personalidad de la marca. Una buena estrategia de *branding* pasa por un buena estrategia de comunicación. Es necesario conocer bien el producto para saber venderlo”

• “Falta profesionalización. Hay muchos profesionales especializados en el sector oleícola que no se dedican a él porque no se les da la oportunidad; ése fue mi caso, de ahí que decidiera montar mi propia empresa”

• “El problema del sector es un desconocimiento recíproco: el consumidor no conoce el producto y nosotros no conocemos al consumidor. Por eso hay que darle información y formarle de una manera llana, sin tecnicismos, hablando de todo, de acidez y de frutado, de premios y de ferias”

• “¿Un consejo para alguien de la *Generación Z*? Formación, paciencia, capacidad de escucha, creatividad y pensamiento lateral, además de viajar y conocer lo que funciona en otros sectores, no instalarse en la rutina”



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 ...





Alimentaria & Hostelco celebra su edición más internacional



Más de 3.200 empresas expositoras procedentes de 68 países participaron del 18 al 21 de marzo en Alimentaria & Hostelco en una convocatoria que contribuyó a incentivar el negocio, la internacionalización y la competitividad de sectores estratégicos de la economía española. Un total de 107.900 profesionales visitaron la muestra, de ellos un 25% internacionales procedentes de 120 países.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

Con un impacto económico estimado de 180 millones de euros, las cifras de Alimentaria & Hostelco reflejan, según destacaron sus organizadores, la fortaleza del certamen, que ocupó cerca de 100.000 metros cuadrados de superficie neta de exposición, la práctica totalidad del recinto Gran Vía de Fira de Barcelona.

Una vez más, Alimentaria & Hostelco se consolidó como un evento global estratégico para la internacionalización de las empresas presentes. Esta edición contó con más de 900 firmas internacionales, lideradas por las italianas, y con un remarcable retorno de las asiáticas,

especialmente de China, Corea del Sur y Tailandia.

La oferta expositiva de Alimentaria se vertebró en 13 sectores: Intercarn (carne y derivados), Interlact (lácteos), Exponser (conservas), Restaurama (food service), Snacks, Biscuits & Confectionery (aperitivos y dulces), Fine Foods (productos gourmet), Organic Foods (productos ecológicos), Coffee, Bakery & Pastry (cafetería, panadería y pastelería), Alimentaria Trends -que incluyó los segmentos en auge Plant-Based, Vegan Foods, Free From (alimentos sin alérgenos), Functional Foods y Halal-, International Pavilions (una muestra representativa de la oferta internacional a

través de participaciones agrupadas), Lands of Spain (con representación de todos los territorios de España), Grocery Foods (en el que las grandes marcas demuestran su fuerza) y FoodTech (dedicado al equipamiento para la industria de alimentación y bebidas). Adicionalmente, Alimentaria Premium, el espacio más exclusivo del certamen, acogió a nueve firmas selectas de la alta gastronomía.

Por su parte, el salón Hostelco reunió equipamiento, productos, servicios y soluciones tecnológicas para que los profesionales de la restauración, hotelería y colectividades encuentren novedades, ideas creativas y propuestas de formatos innovadores de negocios.

MANZANO
Flottweg



ADVANTAGE
MANZANO

LÍNEAS COMPLETAS EXTRACCIÓN · BODEGAS ACERO INOXIDABLE · S.T. OFICIAL FLOTTWEG



El Rey visitó el stand de FIAB, donde fue recibido por su presidente, Ignacio Silva; el director general de la entidad, Mauricio García de Quevedo; y la directora de Internacionalización y Política Comercial, Verónica Puente.



El Rey Felipe VI fue el encargado de inaugurar la feria, donde entregó a José Luis Bonet, actual presidente de la Cámara de Comercio de España y expresidente del Consejo de Administración de Fira de Barcelona y de Alimentaria, la Medalla de Oro como presidente emérito del salón por su trayectoria en la institución ferial y en el salón líder de la industria alimentaria española.

Don Felipe visitó los distintos pabellones y en su recorrido conversó con los expositores y responsables de las empresas del sector Grocery Foods. Así, el

Rey visitó el stand que la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) organizó con empresas exportadoras en el transcurso de la primera jornada de Alimentaria. Acompañado del ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, y el ministro de Industria y Turismo, Jordi Hereu, Don Felipe fue recibido por el presidente de FIAB, Ignacio Silva; el director general de la entidad, Mauricio García de Quevedo; y la directora de Internacionalización y Política Comercial, Verónica Puente.

En este stand, Felipe VI pudo conocer las actividades de FIAB en Alimentaria centradas en la innovación, la internacionalización, la sostenibilidad y la competitividad. También pudo compartir con el Rey la contribución del sector a la economía y la sociedad española como primer sector industrial del país, así como el valor de la oferta de española en el impulso de la imagen de España, dentro y fuera de sus fronteras.

Y es que FIAB organizó en el salón internacional un espacio con el apoyo del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), enfocado a incentivar la actividad de las empresas exportadoras. Concretamente, agrupó a una representación de empresas exportadoras del canal gourmet Excellence of Spain, del canal de distribución Food Link Spain y del canal ecológico Biofoods From Spain. A su vez, el stand acogió esos días la celebración de diferentes encuentros de negocio de cara a potenciar sus ventas en el extranjero, así como *showcooking*s donde degustar y conocer de primera mano los productos de las empresas expositoras.

Junto con Alimentaria, y en colaboración con el MAPA, FIAB celebró también la segunda edición del Organic Market & Trends, dedicado al grupo ecológico de las empresas españolas con el objetivo de reforzar la presencia y visibilidad





© Coreti 2024

**ESTO NO ES UNA
ETIQUETA**

Es creatividad, diseño, impresión, tecnología, innovación, trabajo, esfuerzo, dedicación,
pasión, equipo, personas, familias.

Coreti y Asteria Group, mucho más que etiquetas adhesivas.

CORETi

www.coreti.com

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

ASTERIA

**EN CORETi GARANTIZAMOS
TUS ETIQUETAS CON
NORMATIVAS ALIMENTARIAS**

BRCS
Packaging Materials
CERTIFICATED

IFS
SECURE



Grupo Editorial Mercacei, de nuevo protagonista en Alimentaria

Grupo Editorial Mercacei contó, una vez más, con stand propio en la feria, ubicado en el área de Fine Foods. Desde allí, así como desde The Olive Oil Bar, distribuyó *Mercacei Magazine* y sus publicaciones más gastro, *Olivatessen* -que también tuvo presencia en el *Press Pool* de la feria- y la *Guía EVOOLEUM*, a todos los importadores, jefes de compra de grandes superficies, chefs y distribuidores que se acercaron a interesarse por el mundo oleícola.



en la feria internacional. Este espacio agrupó un total de 210 productos de un segmento especializado que ha ido adquiriendo gran importancia dentro del sector. Entre las actividades programadas en el espacio, se celebraron The Organic Market & Trends International Awards. En concreto, las perlas de pimentón de la compañía La Pastora fueron reconocidas como el producto ecológico español con más potencial para la internacionalización y distinguido de entre los más de 200 alimentos y bebidas ecológicos de las 131 empresas exportadoras que durante toda la celebración de la feria expusieron en este espacio. Entre las compañías finalistas figuraron Embutidos Fermín, Lorusso, Aneto, Nobleza del Sur, Castillo de Canena, Mieles Anta, Sangría Republic, Natursnacks y Casa Amella.

Además, FIAB y la Plataforma Tecnológica Food for Life-Spain (PTF4LS) organizaron durante la feria las jornadas *"ALIBER, lo que nadie ve donde todos miran"*. Esta nueva edición presentó un amplio programa de conferencias nacionales e internacionales, así como encuentros entre los principales profesionales y referentes de la innovación del sector divididos en cuatro jornadas en el espacio The Alimentaria Hub. La

jornada inaugural también fue escenario de la entrega de galardones de los XV Premios Ecotrophelia España, en los que *"Olivate en el sur"*, la infusión de hojas de olivo combinadas con hierbas, especias y frutas de la Universidad de Córdoba (UCO), logró el tercer puesto. A través de *"Olivate en el sur"*, sus impulsores quieren valorizar la hoja de olivo y usarla como un subproducto para realizar infusiones de hoja de olivo combinadas con otras especias consiguiendo una gama de sabores para todos los gustos. Además, estas infusiones tienen numerosos beneficios para la salud.

Oportunidades comerciales

La cita ferial -que celebrará su siguiente edición del 23 al 26 de marzo de 2026- revalidó su liderazgo potenciando la complementariedad de los sectores representados y ofreciendo una gran plataforma de negocio para sus profesionales. Entre los asistentes contó con la presencia de 2.200 importantes compradores invitados procedentes de mercados estratégicos para la exportación de alimentos y equipamiento hostelero, como la Unión Europea, EEUU y Latinoamérica, que participaron en más de 13.500 reuniones con empresas.



"Olivate en el sur" se alzó con el tercer puesto en los XV Premios Ecotrophelia España.

De hecho, con el objetivo de incrementar las oportunidades comerciales de las empresas agroalimentarias españolas en los mercados internacionales, ICEX España Exportación e Inversiones organizó una misión de 48 representantes de empresas importadoras internacionales destacadas a Alimentaria & Hostelco, para que conocieran la amplia variedad de productos de calidad con la que cuenta nuestro país y puedan así incorporarlos a sus catálogos.





Alimentaria se convirtió en una gran plataforma de negocio.



sector y a compradores de países estratégicos para la exportación de la industria alimentaria. El salón se consolida así como uno de los principales encuentros de negocios internacionales del sector”.

Espacio expositivo de Andalucía

Andalucía fue la Comunidad Autónoma con mayor espacio expositivo en Alimentaria, donde la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural respaldó la presencia de más de 150 empresas del sector agroalimentario. Con más de 1.900 metros cuadrados de superficie expositiva, el espacio de la Junta acogió a entidades andaluzas como Landaluz y a las diputaciones provinciales de Cádiz, Córdoba, Granada, Jaén y Sevilla; así como a diversas empresas y DOPs que amparan productos agroalimentarios andaluces -entre ellos el AOVE-. Como novedad, el espacio andaluz contó con tecnologías capaces de recoger en tiempo real datos sobre los asistentes y sus emociones, así como ofrecer información en diferentes soportes. Un espacio dinámico, inteligente y sostenible inspirado en los mercados andaluces con seis estancias sobre algunos de los productos estrella de esta Comunidad Autónoma, caso del aceite de oliva virgen extra.

Para ampliar las oportunidades de negocio, la organización desarrolló, en colaboración con ICEX, el Hosted Buyers Program, un programa de invitación de compradores, que atrajo a importadores, distribuidores, directores y responsables de compras de alto nivel procedentes de los cinco continentes. Éstos disfrutaron de una completa y personalizada agenda de encuentros comerciales con expositores de su interés, diseñada a través de la herramienta de *matchmaking*. Seleccionados cuidadosamente por las oficinas económicas y comerciales de las embajadas de España en el exterior, importadores

internacionales procedentes de 28 países -Australia, Brasil, Canadá, Catar, Chile, China, Colombia, Corea del Sur, Croacia, Dinamarca, Ecuador, Emiratos Árabes Unidos, Estados Unidos, Hong Kong, Japón, Kenia, Kuwait, Lituania, México, Omán, Perú, Polonia, Serbia, Sudáfrica, Tailandia, Taiwán y Vietnam- visitaron Alimentaria & Hostelco de la mano de ICEX.

Para el director general de Alimentaria Exhibitions, J. Antonio Valls, “esta edición ha sido un rotundo éxito de internacionalización y muestra el gran poder de convocatoria de Alimentaria & Hostelco, que ha reunido a los principales agentes del

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



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

Una edición más, Alimentaria volvió a contar con The Olive Oil Bar, un selecto espacio de cata auto-guiada de casi un centenar de AOVEs que fue una de las áreas más concurridas y atractivas del salón. La organización de la feria apostó por reforzar este espacio mejorando de manera notoria su ubicación, situándose en Alimentaria Trends, entre el Pabellón 4 y 5.

Y es que The Olive Oil Bar fue, una vez más, el punto de encuentro para todos aquellos interesados en el mundo del aceite de oliva virgen extra. Cientos de visitantes pudieron degustar a lo largo de los cuatro días que duró la feria las casi 100 referencias que participaron en esta edición. Tanto con pan como directamente con vasitos desechables, los visitantes pudieron catar estos AOVEs, en muchos casos de calidad Premium, elaborados por empresas participantes en la feria repartidas por diferentes halls y pabellones. "Este espacio permitió al comprador, importador, chef, etc. probar la gran variedad de vírgenes extra expuestos, así como informarse a través de las fichas informativas, sin ningún tipo de presión comercial, tomando nota de sus preferencias y acudiendo a visitar después los stands de las empresas que más les interesasen", aseguró a *Mercacei* Marta Angulo, coordinadora de The Olive Oil Bar.



Los aceites expuestos en esta edición procedieron principalmente de Andalucía y Cataluña, pero también hubo una presencia importante de la zona de Levante, Castilla-La Mancha y Navarra, entre otras regiones. Monovarietales y coupages compartieron protagonismo con AOVEs de producción convencional y ecológica, así como con aromatizados de trufa, limón, rosas, romero, esencia del bosque... En concreto, se estructuró en tres categorías: AOVEs de Producción Convencional (58 referencias), AOVEs de Producción Ecológica (29 referencias) y Especialidades (8 referencias). Además, estuvieron presentes los tres aceites de oliva vírgenes extra que han obtenido el Premio Alimentos de España del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) en la última edición.

"El diseño y decoración de The Olive Oil Bar en forma de gran espacio circular, como si de una plaza se tratara, ha sido muy valorado tanto por empresas como visitantes, y ha contado con un tráfico constante a lo largo de la feria", destacó Angulo, quien también valoró "el incremento incesante en la calidad e innovación que presentan muchos de los participantes, la mejora en el packaging y el desarrollo de gamas cada vez más completas y exquisitas".

En este espacio se organizó una jornada especial de las Denominaciones de Origen Protegidas, donde se realizaron diversos *showcookings* y catas. Los visitantes pudieron disfrutar de un desayuno saludable y de calidad con DOPs cordobesas; y de los *showcookings* "Aceituna aloreña de Málaga y Aceite Sierra de Segura, dos formas de trabajar un fruto de calidad", ambos de la mano del reconocido chef Ismael Delgado; "Aromas cordobeses con AOVE DOP Priego de Córdoba y Vinagre de Montilla-Moriles" y "Armonías entre Jerez y los Pedroches", con Pepe Ferrer, cortador de jamón profesional, como invitado especial; y "Verde que te quiero verde", protagonizado por la IGP Espárrago de Huétor Tajar y la DOP Montes de Granada. También hubo tiempo para catar platos dulces y repostería de la mano de la IGP Aceite de Jaén y para probar AOVEs con DOP Sierra Cazorla.

En esta edición estuvo presente la marca de calidad agroalimentaria de la



Presentación de la ginebra *Gaudea Botanics-Olive Gin*.

Junta de Andalucía *Gusto del Sur*, que cuenta ya con 63 entidades y 169 referencias de productos inscritas. Entre los alimentos adheridos a esta mención destacan los aceites de oliva vírgenes extra, el vino y los frutos rojos, así como jamones y paletas, productos pesqueros transformados y alimentos de pana-

dería y repostería. En concreto, el aroma de *Gusto del Sur* se pudo percibir desde lejos durante la tercera jornada de Alimentaria, ya que pasaron por los fogones del espacio de *showcookings* productos de alta calidad de las diputaciones de Córdoba, Cádiz y Granada, entre ellos AOVEs y aceitunas.



Andalucía fue la Comunidad Autónoma con mayor espacio expositivo.

Alimentos funcionales e Inteligencia Artificial

La innovación alimentaria, la gastronomía y el auge de la proteína, así como las últimas tendencias en el sector hostelero protagonizaron el programa de más de 350 actividades de Alimentaria & Hostelco, en el que participaron cerca de 700 prestigiosos expertos y chefs.

El salón fue un gran escaparate con centenares de innovaciones, entre las

que destacaron los alimentos funcionales y más saludables. Por ejemplo, la firma Gaudea presentó la ginebra *Gaudea Botanics-Olive Gin*, un nuevo destilado de origen artesanal. Este lanzamiento combina aceitunas arbequinas de Alcarràs, exclusivas de Gaudea, con una cuidadosa selección de plantas aromáticas como arrayán de limón y menta salvaje, así como especias como semilla de cilantro y nuez moscada. Todo ello

producido en colaboración con la microdestilería gastronómica La Destilateca, especializados en la producción artesanal de destilados personalizados y exclusivos. Durante la presentación, se pudo degustar este innovador producto, así como aprender sobre su proceso de creación y elaboración de la mano de Alfred Peguero, gestor financiero en Gaudea; y Carles Bonnin, maestro destilador y director en La Destilateca.

D.ESPI

100 AÑOS MEJORANDO EL
CRECIMIENTO DE ALMAZARAS

CALIDAD Y SEGURIDAD EN SERVICIOS DE:

- MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE MAQUINARIA
- CALDERERÍA Y MONTAJE INDUSTRIAL
- INSTALACIÓN DE TUBERÍA
- FABRICACIÓN A MEDIDA
- DISEÑO TÉCNICO

www.tallerespsi.com
Tlf: 926 510 102
España | Tomelloso



Alimentaria acogió la presentación del "Informe Anual 2024. Consumo y Producción Ecológicos" de Ecovalia.



El XIV Congreso Internacional Dieta Mediterránea contó con la presencia de más de 30 prestigiosos expertos nacionales e internacionales.

También se constató la transformación digital que está experimentando el sector y se pudo descubrir como las nuevas tecnologías y la Inteligencia Artificial se integran en la industria y los servicios con robots y nuevas soluciones que optimizan la gestión de restaurante y sus recursos, el mantenimiento, la atención al cliente o la sostenibilidad.

Producción ecológica

Respecto a los alimentos ecológicos, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) reiteró su firme apuesta por los productos ecológicos españoles con una amplia participación en el salón, donde estuvo presente con un stand de 1.000 metros cuadrados tematizado con las campañas de promoción de los *Alimentos de España* "El país más rico del mundo" y "Aquí Somos ECO-lógicos". Este espacio acogió a 126 empresas de producción ecológica de los sectores agrícola, ganadero y pesquero, que mostraron la rica y variada oferta de productos, fruto de la diversidad de climas, suelos y prácticas culturales.

A su vez, Alimentaria acogió la presentación del "Informe Anual 2024. Consumo y Producción Ecológicos" de la asociación Ecovalia del que se desprende que el mercado total de productos ecológicos en España en 2023 alcanzó los 3.000 millones de euros, siendo Andalucía y Cataluña las Comunidades Autónomas españolas que destacan en consumo bio. A nivel mundial, con datos oficiales de 2022, EEUU se sitúa a la cabeza con 58.566 millones de euros, seguido de Alemania (15.310 millones), China (12.398 millones), Francia (12.076 millones),

Canadá (5.800 millones), Suiza (3.855 millones), Italia (3.660 millones), Reino Unido (3.413 millones) y Suecia (2.607 millones). Ecovalia recordó que los países europeos lideran el gasto per cápita a nivel mundial, con Suiza en primer puesto (437 euros), seguida de Dinamarca (365 euros), Austria (274 euros), Luxemburgo (259 euros) y Suecia (248 euros). En España el gasto medio asciende a 64 euros per cápita en 2023.

El presidente de Ecovalia, Álvaro Barrera, explicó en la presentación que "el sector ecológico continúa en la senda del crecimiento a pesar de los momentos complicados. El fomento del consumo es la clave para seguir desarrollando la producción ecológica en España, por lo que hay que trabajar para aumentar el consumo per cápita de los españoles y trabajar para que el consumidor reconozca en el sello ecológico, la hoja verde, el paradigma de la sostenibilidad de los alimentos, respaldados por un sistema oficial".

Asimismo, Alimentaria & Hostelco mostró su aspecto más solidario con la presencia de un centenar de voluntarios de la Fundació Banc dels Aliments, que recogieron cerca 20.000 kg de alimentos y bebidas donados por los expositores.

Congreso Internacional Dieta Mediterránea

Por otro lado, Barcelona se convirtió en el epicentro del debate y la reflexión sobre el futuro de la Dieta Mediterránea con la celebración del XIV Congreso Internacional Dieta Mediterránea durante Alimentaria. El evento, que contó con la presencia de más de 30 prestigiosos expertos nacionales e internacionales, congregó a más de 300 congresistas

ávidos por explorar nuevas estrategias para promover este estilo de vida saludable, sostenible y patrimonio cultural.

Durante dos días intensos, se abordaron temas claves relacionados con la Dieta Mediterránea, desde su impacto en la salud hasta su contribución a la sostenibilidad ambiental y su arraigada importancia cultural. Y, sobre todo, se apuntó hacia donde irá la próxima revisión de la pirámide alimentaria que propone la Fundación Dieta Mediterránea, ya que ésta no se actualiza desde el 2010.

El presidente del congreso internacional Dieta Mediterránea, Ramon Estruch, explicó que "los tiempos han cambiado en estos últimos años, sobre todo respecto a la frecuencia del consumo de algunos alimentos, y ahora todas las recomendaciones dietéticas tienen que incluir aspectos relacionados con la sostenibilidad".

El evento sirvió como plataforma para discutir y analizar nuevas estrategias para promover y reforzar la Dieta Mediterránea en un mundo en constante cambio. Desde enfoques innovadores en nutrición hasta iniciativas para preservar y difundir la rica herencia gastronómica, proporcionando una visión integral y actualizada de este estilo de vida.

A su vez, se presentaron diversos estudios científicos internacionales que demostraron que la Dieta Mediterránea aporta beneficios en la salud, tanto física como mental, especialmente en la prevención de todo tipo de enfermedades crónicas cardiovasculares, diabetes, neurodegenerativas o cancerígenas. Además, se constató que es esencial mantener este patrón de alimentación, principalmente, entre los más jóvenes. 🍋

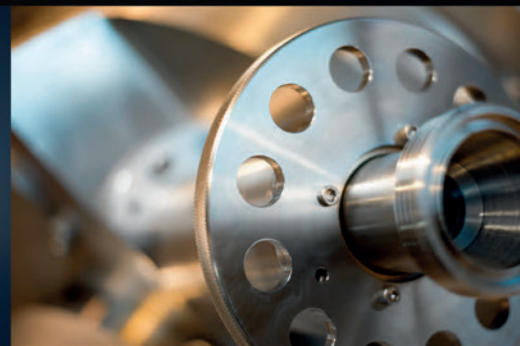


Palacín

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





Los estuches y los formatos mini están de moda

Los productores de AOVE mostraron en Alimentaria sus novedades y coincidieron en un único *leit motiv*: los estuches Premium y los formatos mini están de moda.



Estuche de 6 botellas de 100 ml. de la gama Artajo 10.



Estuche con 3 botellas de 500 ml. de los AOVES de Campos de Biatia.



Estuche de AOVES en formato 100 ml. de los monovarietales de Verde Divino: Picual, Ecológico, Arbequina y Royal.



Estuche invernadero de 4 latas de AOVE Premium Garden Olive de Nobleza del Sur con semillas de regalo.



Formato bag in box de 3 l. de Buensalud.



PEPE Sprays de AOVES aromatizados con ajo, trufa, chili y limón.



AOVE picual temprano de Sierra de Santo Tomé a la venta en cajas de 48 botellas de 100 ml.



Conde de Benalúa presentó la nueva imagen de sus AOVES centrándose en unas innovadoras y ergonómicas latas.



Elizondo Emerald Edición Limitada Primer Día de Cosecha de 1.000 unidades.

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.*



FILTROS Y PROCESOS

ESTERYFIL



DESCUBRE TODAS SUS VENTAJAS.

ECOLÓGICO



+ AHORRO ENERGÉTICO



TECNOLOGÍA 4.0



CONTROL DE CALIDAD



www.esteryfil.com



Colección de botellas de AOVE Verde Íbero opacas de colores de 500 ml. con tapón de madera reciclado y dosificador que se acompañan con un estuche de flores de elegante diseño.



AOVE Renacer en formato mini de 100 ml.



Pack estuche de multivarietades -nevadillo negro, ecológico, arbequina y sikitita- de Pago Las Monjas.



Packaging de 100 ml. (48 unidades), en las variedades arbequina y picual con el diseño e imagen del resto de la gama de productos Pago de Espejo.



Oro del Desierto Organic Deluxe Gift Set.

Estuche de miniaturas gourmet de Campolea.



Nuevo AOVE KYLATT elaborado a partir de aceitunas de la variedad arbequina con DOP Les Garrigues.



Pago de Peñarrubia en formato de 250 ml.



Aceites de Sabores de mandarina, limón, lima, albahaca, ajo y pimienta de Espelette de la marca Peña Luna.



Innovador bag in box del AOVE Molí Coloma de la variedad arbequina.

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



El aceite de oliva virgen extra brilla en Madrid Fusión

Madrid Fusión Alimentos de España, que se celebró del 29 al 31 de enero, cerró la edición más completa en sus 22 años de historia con un nuevo récord de congresistas (1.814) de 53 países y visitantes (25.812). Una gran respuesta de asistencia en la edición más grande e internacional, según destacaron sus organizadores. Con un programa en el que se celebraron 184 ponencias y mesas redondas en los seis escenarios oficiales que funcionaron durante tres días simultáneamente, la cumbre gastronómica otorgó un gran protagonismo al aceite de oliva virgen extra.



[Texto: Cristina Revenga Palacios]

Tras la edición récord del año pasado, Madrid Fusión Alimentos de España se enfrentaba en 2024 al reto de mantener el excelente resultado de 2023 y que ha logrado con creces. Así, en total, tuvieron lugar 184 ponencias en las que se compartió conocimiento y se debatió sobre el futuro del sector, unos contenidos que fueron recogidos por los más de 1.357 periodistas que dieron cobertura al congreso.

Los cinco espacios que aglutinó Madrid Fusión -Auditorio principal, Madrid Fusión The Wine Edition Wines from Spain, Madrid Fusión Pastry y los nuevos escenarios de Dreams #spainfood-technation y Madrid Fusión Drinks- registraron un gran éxito de público. Un hito aún más remarcable, según la organización, si se tiene en cuenta que todos estos contenidos se desarrollaron simultáneamente durante los tres días de congreso.

El evento contó con la visita del ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, quien destacó que “la gastronomía es uno de los mejores es-

caparates para recuperar el valor de los alimentos” y crear una marca país, dada la necesidad de conectar a la ciudadanía con los productos que consumen, apreciar su historia y cómo se producen.

Planas hizo entrega del Premio “Defensa del Producto Alimentos de España” al cocinero Ricard Camarena, en reconocimiento a su labor pionera en materia de lucha contra el desperdicio alimentario, “aprovechando los productos de una forma integral, aunque tengan una apariencia fea o no estén lo suficientemente valorados”.

Asimismo, un año más, en este evento gastronómico tuvieron un especial protagonismo -gracias al patrocinio de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía- ocho sellos de calidad de los AOVEs de Andalucía (7 DOPs y una IGP). El principal acto de estos distintivos consistió en un *showcooking* en el escenario polivalente del evento, donde los chefs Juan Carlos García, del restaurante Vandelvira (Jaén), y Javier Vicente, que tiene un restaurante en Singapur, realizaron elaboraciones específicas con estos ocho AOVEs de origen y calidad diferenciadas.

Además, los aceites de oliva vírgenes extra de estas figuras de calidad estuvieron presentes en todos los escenarios de actividad y las cocinas del evento. También realizaron catas y maridajes, junto con otros productos con DOP de Andalucía, en el propio stand de la Consejería de Agricultura y en talleres privados.

Según estas figuras de calidad, este congreso supuso “una gran oportunidad para que todos los profesionales de la gastronomía conocieran los aromas y sabor de estos AOVEs, que son grandes representantes del olivar andaluz”.

En concreto, los participantes fueron las cuatro figuras de calidad de la provincia de Jaén (Sierra de Segura, Sierra Mágina, Sierra de Cazorla e IGP Aceite de Jaén), tres de Córdoba (DOP Baena, Lucena y Priego de Córdoba) y la DOP Estepa de Sevilla. Se trata de la tercera edición de este evento en el cual tienen presencia destacada los AOVEs de calidad diferenciada de Andalucía. Al evento acudieron también productores de las diferentes DOPs para aprovechar esta oportunidad de valorización de sus vírgenes extra, “que es más importante aún en un año tan complicado como este”.



Las DOPs andaluzas organizaron catas y maridajes de AOVE en el congreso.

También acudió a Madrid Fusión la Denominación de Origen Protegida Oli de Mallorca, en cuyo espacio los visitantes tuvieron la oportunidad de realizar un recorrido por los olivares de Mallorca a través del aroma y el sabor de más de una docena de AOVEs de calidad diferenciada como *Treurer*, *Tianna Negre*, *Solivellas*, *SonMo*, *Son Mir*, *Son Mesquidassa*, *Son Matge*, *Sa Cadenera*, *Roqueeta*, *Oli Verderol*, *Olis Sóller*, *Es Verger* y *Aubocassa*. A su vez, el cocinero Kike Erazo, del restaurante Morralla, chef ganador de la última edición de Oleotapa, el concurso de tapas que organiza la DOP, presentó en un *showcooking* el Cappuccino, coca de Oli de Mallorca y gamba roja. La degustación de Oli de Mallorca también fue posible en los *showcookings* a cargo de la Escola d'Hoteleria de les Illes Balears en los que se sirvió Verderol marinado con naranjas dulces de Sóller, cremoso y bubble de AOVE Oli de Mallorca, así como la propuesta de coctelería Aromas de olivo.

Por su parte, la DOP Montes de Granada colaboró con su aceite de oliva virgen extra de calidad certificada en el *showcooking* que dirigió el chef Joselu Sánchez, del restaurante

Portichuelo de Granada. Las actividades se desarrollaron en el espacio de *Sabor Granada*, la marca de productos agroalimentarios impulsada por la Diputación granadina.



**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



Presencia de la DOP Oli de Mallorca en Madrid Fusión.



Caviaroli mostró sus últimas novedades gastronómicas.

Firmas como Caviaroli, pionera en esferificación y encapsulado de aceite de oliva, también participaron en la 22ª edición de Madrid Fusión con sus últimas innovaciones gastronómicas. Así, la empresa familiar catalana estuvo presente en la cumbre internacional gastronómica con sus perlas de aceite, sus olivas esféricas de interior líquido y sus salsas de oliva líquida, que dio a conocer a prescriptores internacionales de países como Japón, Singapur, EEUU, México, Países Bajos, Polonia, Croacia, Suecia, Alemania, Irlanda, Reino Unido y Suiza, entre otros.

Espacio Gastronómico de Andalucía

La marca de calidad "Gusto del Sur", los productos andaluces de calidad y la gastronomía andaluza fueron los protagonistas indiscutibles del completo programa de actividades del Espacio Gastronómico de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural en Madrid Fusión.

La Consejería, a través de la Agencia de Gestión Agraria y Pesquera de Andalucía (Agapa), reforzó su participación en Madrid Fusión, cofinanciada con Fondos Europeos (Feder), exhibiendo como en ediciones anteriores su gastronomía tradicional, reinterpretada por chefs del siglo XXI y con proyección internacional, y sus productos

de calidad, especialmente aquellos con DOP, IGP o ETG que centraron la programación de su Espacio Gastronómico de 300 metros cuadrados. Un stand, cuya zona "Tabanco" abierta al público ofreció tres actividades diarias -"Desayuna Andalucía", "Cocinando Andalucía by Gusto del Sur" y "De Tapas by Gusto del Sur"- que, diseñadas para un máximo de 30 personas, registraron un aforo completo.

Por las actividades diarias de cata-degustación y demostración de cocina en vivo del espacio "Tabanco" pasaron chefs andaluces de reconocida trayectoria. Así, "De Tapas by Gusto del Sur" contó con Israel Ramos, del restaurante Mantúa, Jerez de la Frontera (Cádiz); Juanlu Fernández, de Lú Cocina y Alma, Jerez de la Frontera (Cádiz); y Daniel Ramos, de La Cremita, Chiclana de la Frontera (Cádiz). Por lo que respecta a "Cocinando Andalucía by Gusto del Sur", esta actividad tuvo como chefs a Dani Carnero, de Kaleja (Málaga); Kisko García, de Choco (Córdoba); y Periko Ortega, de Re-Comiendo (Córdoba).

El espacio multiusos de la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía en Madrid Fusión también incluyó una zona reservada a un público invitado, compuesto por autoridades, empresas, consejos reguladores, organizaciones sectoriales, cadenas de distribución y canal Horeca, que cada

día acogió una experiencia gastronómica tematizada basada en productos andaluces y maridadas con vinos de algunas de las DOPs de Andalucía, y que también completó el aforo máximo previsto -30 comensales-. Aquí participaron, además de Periko Ortega, los chefs José Álvarez, de La Costa, en El Ejido (Almería); Juan Pedro Ruiz, de Faralá (Granada); Juan Carlos García, de Vandelvira, de Baeza (Jaén); Juan José Mesa, de Radis (Jaén); y José Luis Fernández, de El Espejo, en Sanlúcar de Barrameda (Cádiz).

La presencia de la Consejería y de su marca de calidad "Gusto del Sur" se hizo extensiva a algunas de las actividades del programa oficial de Madrid Fusión. Entre ellas, la demostración de cocina en vivo "Posibilidad y cocina, con la calidad que certifica *Gusto del Sur*", basada en los productos agroalimentarios andaluces con calidad diferenciada ligada al origen e impartida por los chefs José Álvarez, La Costa (El Ejido, Almería), y Juan Pedro Ruiz, de Faralá (Granada). Y en segundo lugar "El mejor desayuno del mundo", a cargo de la repostera Dolce Nilda Suárez (Krômbol Bakery, Jerez de la Frontera, Cádiz) y el chef Juanlu Fernández (Lú Cocina y Alma, Jerez de la Frontera, Cádiz).

Para el desarrollo de su programación, la Consejería contó con la colaboración de empresas, marcas y consejos reguladores tales como Peña de Baena, Inés Rosales las DOPs Aceite de Lucena, Estepa, Baena, Sierra Mágina, Sierra de Segura, Sierra de Cazorla, Poniente de Granada y Priego de Córdoba, y la IGP Aceite de Jaén.

Canals

EXPERIENCIA E INNOVACIÓN



Espacio de Andalucía y acto de acogida de nuevas empresas adheridas a "Gusto del Sur".



A su vez, organizó un acto de acogida de nuevas empresas adheridas a "Gusto del Sur" siendo la directora general de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria, Cristina de Toro, la encargada de entregar las cajas de bienvenida a "entidades que han demostrado su carácter pionero y su apuesta por la excelencia al unirse a esta marca de calidad del Gobierno andaluz".

Cristina de Toro explicó que "las 14 firmas andaluzas que se han sumado recientemente a *Gusto del Sur* son ejemplo de la gran diversidad de productos agroalimentarios de máxima calidad que se elaboran en Andalucía y que, en numerosos casos, llegan a todos los rincones del mundo". En concreto, se dio la bienvenida a Aceites Cazorla, Aceites Echinac, Aceites Guadalquivir, Aceitunas y Encurtidos Bravo, Anpasol, Comerandalus, Dimobe, Finca Cuatro Vientos, Inés Rosales, Peña de Baena, La Bética Aceitera, San Isidro Labrador, Salazones Herpac y Virgen de la Estrella.

El broche de cierre de la presencia institucional andaluza lo puso la entrega del "I Premio Sala Revelación by *Gusto del Sur*", una de las principales novedades de esta edición, en la que Leticia Palomo, del restaurante Ugo Chan, de Madrid, se alzó finalmente con este galardón. Un reconocimiento que, además, tuvo como segunda y tercera finalistas a dos andaluzas, Oliva Ridruejo, de Berria Wine Bar (Madrid); y Laura Ferrer, de Vandelvira (Baeza, Jaén). 🍷



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



ICEX impulsa la presencia de alimentos españoles como el AOVE en Gulfood y Foodex Japan



Pabellón de España en Gulfood.



Pabellón de España en Foodex.

ICEX España Exportación e Inversiones organizó sendos pabellones de España en las ferias Gulfood, que tuvo lugar del 19 al 23 de febrero en el recinto ferial Dubai World Trade Centre (Emiratos Árabes Unidos); y en Foodex Japan, que se celebró del 5 al 8 de marzo en el recinto ferial Tokio Big Sight (Japón), donde una edición más promocionó alimentos españoles como el aceite de oliva virgen extra.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

Gulfood continúa siendo un evento de referencia para la comunidad global de alimentos y bebidas, celebrando en 2024 la edición más grande en la historia de la feria, al reunir a más de 5.500 empresas -de las que el 49% asistieron por primera vez- que mostraron más de 150.000 nuevos productos.

Bajo el tema “Comida real, negocios reales”, Gulfood 2024 acogió a miles de nuevos expositores que cerraron acuerdos comerciales por valor de más de 12.000 millones de dólares. Asimismo, representantes ministeriales, empresarios, chefs, científicos y académicos dirigieron una serie de interesantes conferencias, paneles de discusión, charlas informales, exhibiciones y talleres, que brindaron información so-

bre el futuro de la industria alimentaria y abordaron nuevas oportunidades de crecimiento y competitividad.

Además, durante los cinco días de duración de Gulfood, más de 100 chefs presentaron su cocina en una serie de clases magistrales y charlas. Entre ellos, los españoles Joan Roca, de El Celler de Can Roca; y Begoña Rodrigo, de La Salita.

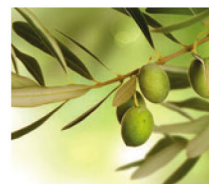
Dirigida exclusivamente a un público profesional, esta feria atrae cada año a un gran número de compradores internacionales líderes del sector de la alimentación: mayoristas, minoristas, supermercados, catering, importadores de bebidas, restauración, etc. Según destacó ICEX España Exportación e Inversiones, se trata de un evento estratégico y de participación obligada para las empresas de alimentos y bebidas no alcohólicas que quieran expandir su

actividad no sólo en esta región, ya que también acoge a visitantes de países de África, del Sudeste Asiático, Europa y Oceanía. A su juicio, Gulfood es un certamen imprescindible, no sólo para identificar nichos de mercado y aprovechar las oportunidades de negocio en una zona del mundo con un alto crecimiento económico y una alta demanda de alimentos de calidad, sino también para establecer contactos comerciales de muy variada procedencia geográfica.

El organismo organizó un año más el pabellón español, que contó en esta edición con un total de 135 expositores, frente a los 110 de 2023; y a raíz del éxito obtenido en la anterior edición celebró nuevamente “Spanish EVOO Experience”. Se trata de un espacio abierto, situado en el hall de “Fats & Oils”, en la misma isla que el

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



ICEX organizó nuevamente el espacio "Spanish EVOO Experience".

estand institucional de ICEX, en el que se habilitó una zona de presentación y cata de los AOVEs españoles presentes en el Pabellón España para los profesionales que visitaron la feria.

Para dirigir este espacio se volvió a contar con el chef español Iker Zapata, quien explicó los aceites presentes en este área de exposición a través de pequeñas charlas más directas y personales, en las que describió nuestros varietales, métodos de elaboración, etc. y atendió las dudas y preguntas de los visitantes.

De las 16 empresas que expusieron con este organismo en el hall de aceites, 15 de ellas participaron en esta actividad.

Al margen de las empresas expositoras dentro del Pabellón España de ICEX, hubo otras 29 empresas españolas que tuvieron presencia en Gulfood. Entre ellas, seis expusieron de forma individual en la feria, contratando su espacio directamente con el organizador local, caso de Urzante; mientras que también participaron en esta edición con su propio espacio Cataluña y Murcia.

A su vez, Gulfood reunió un abanico variado de eventos paralelos para los profesionales del sector, entre los que cabe destacar la competición llamada "Innovation Awards", que se celebra desde 2001 y en la que cada año participan numerosas empresas españolas. Este año tres productos españoles fueron nominados como finalistas.

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





Claves del mercado de alimentos en Emiratos Árabes Unidos (EAU), según ICEX

- Interés creciente por parte del consumidor por los alimentos saludables. Con motivo de esta tendencia, cobran importancia los alimentos y las bebidas nicho (orgánicos, "bio", sin gluten, sin lactosa, sin grasa, sin azúcar, superalimentos, sin conservantes o con beneficios adicionales).
- Una vez superada la pandemia, EAU ha recuperado su atractivo como destino turístico, en parte gracias a la reciente Exposición Universal celebrada en el año 2022 en Dubai. Esto ha hecho que el sector Horeca tenga un protagonismo especial en la demanda de productos de calidad media-alta, pudiendo además actuar como prescriptor de productos españoles.
- En el canal retail ha cobrado importancia el *e-commerce*, donde EAU es el líder del comercio electrónico entre los estados del Consejo de Cooperación del Golfo. De hecho, la Cámara de Comercio e Industria

de Dubai pronostica que el comercio electrónico generará 7.500 millones en ventas en 2025, impulsado por un mejor acceso y grandes mejoras en los servicios de entrega de última milla, así como por la priorización de la comodidad del consumidor. Los principales puntos de venta *on line* son *Noon*, que ha disparado su popularidad; *Amazon*, que busca ampliar su capacidad en la región; y supermercados que han desarrollado sus propios servicios de entrega como *Carrefour*, *Lulu* o *Spinneys* y que también colaboran con servicios/plataformas de entrega a domicilio, como *Careem* o *Instashop*.

- Además, en los últimos 2-3 años han aparecido comercios especializados en productos de calidad, muchos en el canal *on line*, donde se pueden encontrar carnes, trufas, chocolates, etc. de calidad procedentes de todo el mundo.



Foodex, la mayor feria agroalimentaria de Japón

Por otro lado, ICEX llevó también el AOVE español a Foodex Japan, la mayor feria agroalimentaria de Japón y de toda la zona Asia-Pacífico, incluyendo Oceanía. Esta muestra está considerada la tercera feria más grande del mundo, constituyendo un importante escaparate para las empresas interesadas en introducirse en el mercado japonés y asiático en general; y/o para consolidar su presencia en los mismos. Su periodicidad es anual y, desde su primera edición en 1976, está dirigida a un público exclusivamente profesional. A su vez, atrae a un gran número de compradores del sector de la alimentación abarcando a mayoristas, minoristas, jefes de compra de supermercados, catering, importadores y distribuidores del canal Horeca, entre otros.

En la edición 2024 participaron en torno a 3.000 expositores, de los cuales 1.000 fueron locales y 2.000 internacionales de 70 países. El número de visitantes fue de más de 76.000 profesionales de la industria.

En esta edición, ICEX España Exportación e Inversiones organizó un pabellón



El fundador y presidente de la Asociación Japonesa de Catadores de Aceite de Oliva (OSAJ), Toshiya Tada, con algunas empresas españolas presentes en la feria.

lón español con la participación de 79 empresas, de las cuales 30 fueron bodegas y el resto empresas de alimentación y/o bebidas, entre ellas de AOVE. Es el caso de Aceites Albert, cuyo director de exportación, Álvaro Morte, indicó que "la participación de la empresa en esta plataforma internacional no sólo

refleja nuestra aspiración de expandirnos y explorar nuevos mercados, sino que también subraya la relevancia del mercado japonés para la industria del aceite de oliva. Con una demanda creciente por productos de alta calidad y origen sostenible, Japón representa una oportunidad estratégica para





NUEVA CENTRÍFUGA VERTICAL SERIE V

- ◆ POSIBILIDAD DE LIMPIEZA IN-SITU, SIN NECESIDAD DE DESMONTAJE, GRACIAS AL SISTEMA CLEAN IN PLACE (CIP)
 - ◆ FACILIDAD DE USO
- ◆ MONITORIZACIÓN CONTÍNUA DE LAS OPERACIONES ATRAVÉS DE UNA PANTALLA PLC
 - ◆ BAJO NIVEL DE RUIDO
- ◆ MENOR COSTE DE MANTENIMIENTO
- ◆ HASTA UN 15% DE AHORRO DE ENERGÍA

HAUS
TECNOLOGÍAS DE CENTRÍFUGA

#BECAUSEWECARE

hausiberia.com     HAUSiberia



Oportunidades en Japón para el aceite de oliva

Un estudio de ICEX subraya que los aceites de oliva españoles han logrado una sólida presencia en el mercado japonés, manteniendo una cuota mayoritaria en comparación con sus competidores y liderando las exportaciones. Sin embargo, a pesar de estos logros, su posición no iguala la de los aceites italianos en términos de presencia en los estantes de los supermercados. Por lo tanto, aunque España brilla en términos de exportación, esta fortaleza se diluye al exportar mayoritariamente a granel, limitando así su reconocimiento e imagen país. Por ello, para capitalizar las oportunidades existentes, considera esencial los siguientes aspectos:

- Evaluación cuidadosa de la expansión internacional. Antes de dirigirse directamente a Japón, es aconsejable establecer una base sólida en mercados geográficamente más cercanos, fáciles de abordar y también maduros. La experiencia exportadora puede ser un factor crucial para conseguir que los importadores potenciales otorguen credibilidad a las empresas españolas aún sin presencia comercial en Japón.
- Adaptación a las preferencias del consumidor japonés. Aunque es importante mantener las cualidades intrínsecas del aceite de oliva, es esencial comprender los gustos y preferencias del consumidor japonés para desarrollar una oferta que se ajuste a sus necesidades y gustos.
- Adopción de una estrategia a largo plazo. Dado que el aceite de oliva aún no es parte integral de la dieta japonesa diaria, es necesario considerar el mercado japonés como una oportunidad a largo plazo, con la expectativa de que se convertirá gradualmente en un producto de consumo común.
- Colaboración con importadores y estrategias conjuntas. La elección del importador es crucial para el éxito en el canal de distribución. Mantener una comunicación fluida y establecer estrategias conjuntas con el importador puede conducir a un mejor posicionamiento y éxito sostenible en el mercado.

- Promoción y educación. A pesar de la alta calidad del aceite de oliva virgen extra español, es esencial promocionar y educar no sólo a los consumidores japoneses sobre sus usos sino también a actores claves de la cadena de distribución comercial y muy especialmente a los importadores y distribuidores.
- Innovación y adaptación. La adaptación a la cultura culinaria local puede ser un diferenciador clave. Incorporar el aceite de oliva en platos tradicionales y la introducción de conceptos innovadores como el helado de aceite de oliva pueden llamar la atención y generar interés.



marcas que, como la nuestra, buscan establecer una presencia duradera en el panorama culinario asiático". Para Morte, la presencia de esta firma en Foodex Japan se centra en consolidar relaciones comerciales preexistentes y forjar nuevas alianzas estratégicas. "Este evento es una plataforma inigualable para explorar oportunidades de colaboración y resaltar el valor de los intercambios culturales y comerciales en el enriquecimiento y progreso de nuestro sector. Estamos comprome-

tidos con la innovación y el desarrollo continuo, buscando siempre superar las expectativas del mercado gastronómico internacional", aseguró.

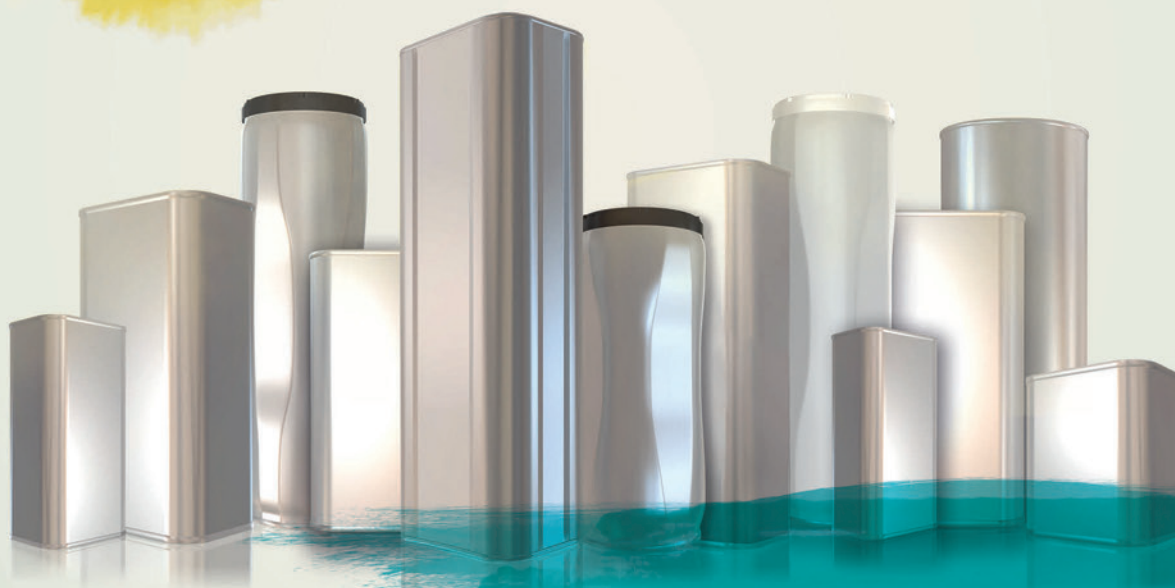
Además de las empresas participantes en el Pabellón España de este organismo hubo otras 45 empresas españolas que tuvieron presencia en Foodex 2024 a través de asociaciones o de manera individual.

Según ICEX, la edición 2024 fue especialmente trascendente para España, ya que tiene lugar después de un perio-

do de adaptación de los stocks de los importadores y en un contexto de superación del impacto de la fuerte depreciación del yen en los años 2022 y 2023.

Entre otros atractivos especiales de la feria, el organismo español se refirió al New Products Plaza, un espacio con vitrinas transparentes en las que se exhibieron aquellas muestras internacionales novedosas para el mercado japonés. España en este espacio expuso snacks, vino ecológico o aceite de oliva especiado. 🟡

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



Jornadas técnicas, catas, *showcookings* y concursos en "AOVE & NUTS 2024"



El presidente y la gerente de la Fundación Talavera Ferial, Gerardo Sánchez y Cristina Martín, organizadores de "AOVE & NUTS Experience", celebraron los buenos datos con "récord de visitantes y participación" que ha registrado la feria en 2024, que comenzó su andadura en 2018 y, tras el parón por la pandemia, volvió a celebrarse en 2022. La Feria del Olivar y los Frutos Secos, que tuvo lugar en Talavera de la Reina (Toledo) del 4 al 6 de abril, acogió una treintena de jornadas técnicas, catas y *showcookings* en directo, además del I Concurso de Tapas.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

En esta tercera edición participaron 68 expositores, entre ellos empresas, DOPs y cooperativas de diferentes puntos de la geografía española y portuguesa de los sectores oleícola y de los frutos secos, especialmente el pistacho y la almendra, que se concentraron en 3.500 metros cuadrados repartidos en los tres pabellones del recinto ferial.

"Los expositores, tanto veteranos como los que han participado por primera vez en la feria, nos han transmitido su gran satisfacción por la buena acogida que han tenido los stands, ya que les ha servido como escaparate para hacer negocio y dar a conocer sus productos y servicios a profesio-

nales y particulares", afirmó el presidente de la Fundación Talavera Ferial, Gerardo Sánchez.

Además, se registraron cerca de 6.000 visitantes durante los tres días que duró la feria, así como una elevada asistencia a toda la amplia programación de actividades como las jornadas técnicas dirigidas a profesionales del sector -agricultores, cooperativistas y comerciales-, que sirvieron para ampliar conocimientos sobre los diferentes cultivos y actualizar los sistemas de trabajo para alcanzar el máximo rendimiento del producto.

Los organizadores de "AOVE & NUTS Experience 2024" resaltaron también que las catas de AOVE, almendra y pistacho

conquistaron al público que se acercó a la feria; mientras que los *showcookings* en directo de cocineros de referencia de la región cubrieron todas sus plazas, lo que supuso una oportunidad única para aprender y degustar de forma diferente, didáctica y amena estos productos tan beneficiosos para la salud. "Pequeños bocados de la tierra con una elaboración minuciosa para poner en valor el producto de proximidad y dar a conocer al visitante la gran despensa que tiene Castilla-La Mancha como el AOVE de las DOPs castellano-manchegas, la Miel de la Alcarria, la carne de caza o el pistacho", tal y como señaló el chef Quique Cerrro, representante de "Campo y Alma",



“AOVE & NUTS” acogió catas de AOVE y *showcooking*s en directo de cocineros de referencia de la región.

la marca de garantía de productos agroalimentarios que impulsa la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

Por su parte, la Denominación de Origen Protegida Montes de Toledo entregó en el marco de la muestra sus Premios Cornicabra 2024, que congregó a una buena representación de autoridades e instituciones regionales, cuyo primer premio y Mejor AOVE Ecológico fue para *Tesoro de Guarrazar*, de la Cooperativa Tesoro de Guarrazar (Guadamur, Toledo), y por tanto, el premio “Maestro Molinero” -patrocinado por Perialisi España- recayó en Alberto Villanueva Pérez, de esta misma almazara. A su vez, los accésits fueron para la empresa Nortia Agrícola, S.L., por su AOVE *Dehesa El Molinillo Reserva de Familia* (Retuerta del Bullaque, Ciudad Real); y para la empresa Al Alma del Olivo (La Guardia, Toledo), por su AOVE cornicabra. También se hizo entrega del Cornicabra de Oro, que reconoce anualmente a personas o instituciones que hayan destacado por su contribución a la promoción de los AOVES de esta DOP, y que en esta ocasión fue para Eurocaja Rural, por su constante apoyo a las actividades desarrolladas por el Consejo Regulador desde su creación y en especial a la iniciativa “Aula Virgen Extra”, un proyecto formativo dirigido



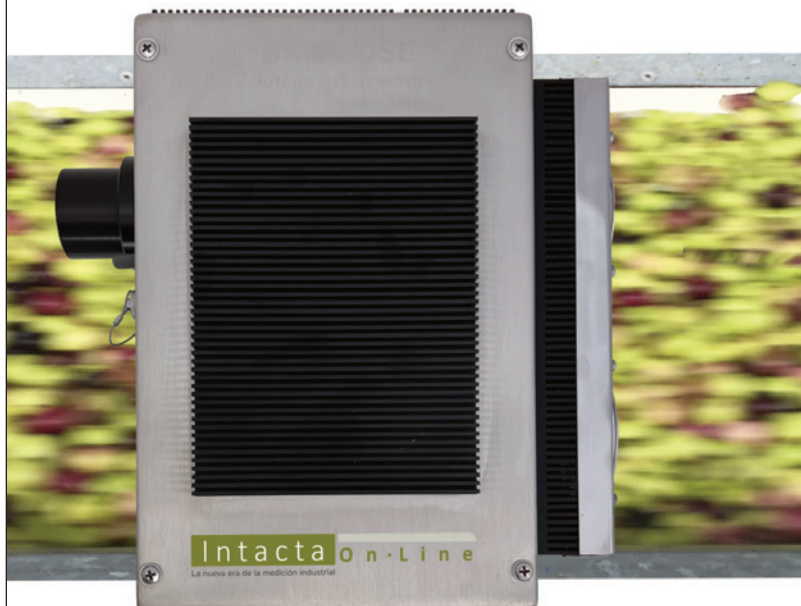
Intacta On·Line
La nueva era de la medición industrial

MEDICION EN CONTINUO

Aceituna entera sobre Cinta Transportadora

GRASA, HUMEDAD Y ACIDEZ

- ✓ Análisis completamente automático
- ✓ Sin necesidad de tomar muestras
- ✓ Sin necesidad de molturación
- ✓ Sin atención humana
- ✓ Analiza la descarga completa



Soluciones Integrales de Laboratorio S.L.

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

Telf: **+34 949 335 460**
www.tecnilab.es



La feria también acogió el I Concurso de Tapas.



Premios Cornicabra 2024 de la DOP Montes de Toledo.

do al personal técnico de las almazaras castellano-manchegas, pionero en esta Comunidad y que ambas instituciones vienen ejecutando conjuntamente desde 2023.

I Concurso de Tapas

En la feria también se celebró el I Concurso de Tapas, en el que participaron ocho de los restaurantes mejor valorados de Talavera de la Reina, y que estuvo impulsado por *Saborea España (Tasting*

Spain), con el patrocinio del Ayuntamiento talaverano y la Diputación provincial de Toledo. El primer premio, que permite además la participación en el Campeonato de Tapas y Pinchos de la provincia de Toledo, fue a parar a Raúl Rivera, propietario y chef del restaurante Amaranto; mientras que el segundo puesto lo obtuvo el chef de "Canalla. Food & Drinks", Juanma Robles; y el tercer premio fue concedido a la elaboración de Epi Rodríguez, chef de La Comanda.

El jurado conformado por Tomás Palencia, presidente de la Asociación provincial de Hostelería de Toledo; Valentín Moreno, gerente del Hotel Eborra y los Salones Prado del Arca; y José María Vallejo, profesor de la Escuela Superior de Gastronomía y Hostelería de Toledo, valoró, además del sabor, aspectos como la originalidad, la presentación y la utilización de los productos estrella de la feria -el AOVE y los frutos secos- en sus recetas, así como la limpieza tanto en los platos como en los puestos de trabajo.

Las empresas y entidades que participaron en la feria y que colaboraron con sus ingredientes para la elaboración de las tapas del concurso fueron Almendras de la Mancha, Finca La Pontezuela (Los Navalmorales, Toledo), Finca de los Barailles (San Bartolomé de las Abiertas, Toledo), Oro del Jabalón (Cózar, Ciudad Real), la DOP Aceite Campo de Montiel (Ciudad Real) y Frutos Secos del Tajo (Cazalegas, Toledo).





La "Cata Rock de Almendra" puso el broche final a la tercera edición de la muestra.

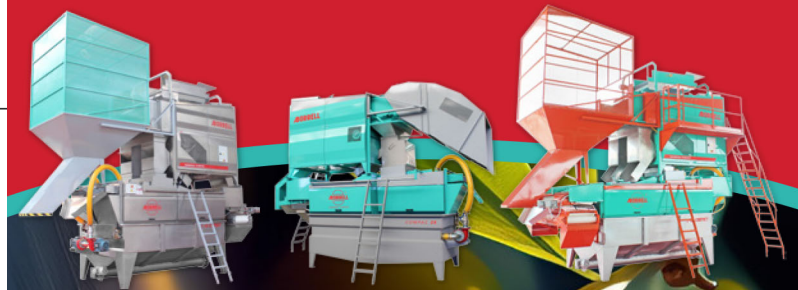


Cata Rock de Almendra

Cabe destacar que una sorprendente "Cata Rock de Almendra" puso el broche final a la tercera edición de la feria. En concreto, Juan Pablo Bellido, agricultor de Ainzón (Zaragoza), responsable de Almendros Aljemi y ponente durante la muestra, fue el encargado de impartir esta innovadora

actividad donde se cataron cinco variedades de almendra, maridadas de una forma totalmente única, con un repertorio de canciones de música rock interpretadas por la banda talaverana "La locura del zurdo".

Así, el público pudo disfrutar de dos variedades de almendra de floración temprana y de agradable sabor dulce y aromático, marcona y largueta, mientras que el grupo tocó "Maneras de vivir", de Rosendo, y "Clavado en un bar", de Maná, respectivamente. Los famosos "Highway to hell", de AC/DC, y "Física o Química", de Despistaos, fueron los temas elegidos para acompañar a la variedad guara, de floración tardía y natural de la Comunidad de Aragón. Tras ella, le tocó el turno a penta, una variedad de floración extratardía propia de Murcia, que se degustó junto al "I want to break free", de Queen. Por último, se probó la variedad estrella e invitada de la cata, la nompapel, de origen americano, que fue acompañada por el "It's my life", de Bon Jovi. 🍋



ABORRELL®

FIABILIDAD TECNOLÓGICA

Ahorro en mantenimiento y averías.

ALTA VELOCIDAD

Reducción de tiempos de espera y de descarga.

AHORRO ENERGÉTICO

Más producción y mejor limpieza con menos CV de potencia.

CUIDAN SU ACEITUNA

No la rompen y no producen pérdidas de rendimiento.
El primer paso para la obtención de aceites de calidad.



Única compañía de su sector fabricando, desde hace 45 años, con la misma marca registrada

www.aborrell.es ☎ 965 780 781



El I Festival Córdoba Virgen Extra congrega a más de 15.000 asistentes



El I Festival Córdoba Virgen Extra congregó del 2 al 4 de febrero a una gran representación del sistema productivo del oro líquido cordobés y a más de 15.000 asistentes. Desde la organización mostraron su agradecimiento a la participación activa de la ciudadanía, productores y patrocinadores en un evento en el que se dieron cita más de 40 almazaras, cooperativas e industriales de todas las comarcas de Córdoba.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

En la Plaza de las Tendillas como “almazara principal”, se mostró a la ciudadanía el aceite fresco de la provincia y se celebró la nueva cosecha. Así, en pleno centro de Córdoba los asistentes pudieron conocer cómo se moltura la aceituna y se extrae el aceite de oliva virgen extra. En este escenario también se celebraron catas de AOVE organizadas por las DOPs Baena, Lucena y Priego de Córdoba, así como por la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) y QvExtra! Internacional.

Además, los comercios del centro se engalanaron de ramas de olivo y canastas de aceitunas, y tuvo lugar una ruta gastronómica, ya que los bares y restaurantes elaboraron tapas con el zumo de aceituna como protagonista. El programa, a su vez, contempló un desayuno molinero y una gran salmorejada, elaborada por Matías Vega, del



restaurante mesón que lleva su nombre en Cañete de las Torres, y que pudieron disfrutar más de 250 personas. Un plato embajador de la gastronomía cordobesa que fue elaborado siguiendo los cánones de la Cofradía del Salmorejo: seis gramos de ajo por cada kilo

de tomate de pera, 250 gramos de pan, 10 gramos de sal y 160 ml. de aceite de oliva virgen extra, el ingrediente con el que emulsiona de forma mágica para darle un sabor y color único.

Por su parte, el catedrático de la Universidad de Córdoba (UCO) Desiderio



Actividades para todos los públicos

Un público prioritario de la organización de esta fiesta fue el infantil. De hecho, durante la primera jornada los estudiantes fueron protagonistas, mientras que durante el fin de semana los niños y niñas tomaron el testigo. El objetivo fue transmitir la cultura del aceite de oliva desde edades tempranas.

Entre las actividades dirigidas a los más pequeños destacó un "Taller de salmorejo para escolares", a cargo de Matías Vega; y sesiones del juego de la "Oca Mediterránea", cuyo objetivo fue conocer cuál es la dieta más sana.

También se celebró la entrega de premios del certamen "Pinta un olivo", organizado por El Corte Inglés, y en el que cada niño y niña debía representar una obra sobre el olivo y su entorno. En la primera categoría, que englobaba el rango de edad de entre 5 y 8 años, Álvaro Jiménez Peña, del C.E. San Ra-

Vaquerizo fue el encargado de impartir la conferencia inaugural, que tuvo lugar en las Caballerizas Reales bajo el título "Oro líquido para alimentar un imperio: Córdoba, Roma y el Virgen Extra". Durante su intervención, Vaquerizo se refirió a "las

múltiples bondades del consumo regular del aceite de oliva virgen extra, lo que ya fue intuido por los romanos, que supieron fehacientemente de las propiedades nutritivas y beneficiosas del mismo y promovieron su consumo".

CDROxiTester

Sistema de análisis para el control de calidad del aceite



Análisis

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

 **tecnilab**[®]
tecnología analítica

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



El influencer Santiago Mansilla, embajador del I Festival Córdoba Virgen Extra

El *influencer* Santiago Mansilla (Córdoba, 1997), más conocido como “Santi Food”, se convirtió en el embajador del I Festival Córdoba Virgen Extra. Mansilla -licenciado en ADE y Marketing- cuenta con una actividad frenética en redes sociales, donde su saber hacer y recetas acumulan cientos de miles de seguidores. Según resaltaron desde la organización, es un gran divulgador de la cocina cordobesa y siempre presta un especial protagonismo al aceite de oliva virgen extra.

Para el cordobés, esta distinción “significa apoyo y crecimiento, ya que hace falta dar visibilidad a un tesoro que tenemos en nuestra tierra”. A su vez, consideró que “apostando por la juventud conseguiremos cambiar la mentalidad de nuestra sociedad para que se valore el producto español y el andaluz, por supuesto”.

Según Mansilla, el AOVE significa “poder y valor”. “En casa siempre hemos consumido aceite de oliva virgen extra a diario y he aprendido a darle protagonismo en cada receta. Además, en mis redes nunca falta como ingrediente principal, ya que sin este producto no sabría cocinar”.



fael, fue el ganador del primer premio; mientras que María Auxiliadora Gallego Ruiz, del colegio El Encinar, fue la vencedora en la segunda categoría, cuya edad estaba comprendida entre los 9 y los 12 años. El jurado estuvo integrado por Fernando Aguayo Fernández de Córdoba, Ángeles Alcántara Sánchez, Rocío Penco, José Campos, María José Ruiz, José María Penco y Javier Bassecourt.

Respecto al concurso de escaparatés, que vistió de olivo a más de 50 comercios de Córdoba, el ganador fue “Audika”, por su calidad y armonía, mezclando modernidad, innovación, creatividad y originalidad.

“Ha sido el fin de semana del AOVE cordobés, donde las DOPs de Córdoba y el resto de los pueblos olivareros de la provincia desplegaron su tesoro más preciado, el zumo de los dioses”, subrayaron desde la organización.

Los organizadores de este evento -que darán continuidad al Festival Córdoba Virgen Extra- son el Consorcio de la Gastronomía Cordobesa, las DOPs



Ganadores del concurso de escaparatés.

Baena, Lucena y Priego de Córdoba, la Asociación de Almazaras Industriales (ACORA), AEMO y QvExtra! Internacional. Este evento contó con la financiación de la Diputación Provincial de Córdoba a través de Iprodeco, y el Ayun-

tamiento de Córdoba, y el patrocinio de AgroBank. Además, colaboraron otras instituciones como El Corte Inglés, Roldán, COVAP, las DOPs Montilla Moriles y Los Pedroches, Hostecor y Sabores de Córdoba. 🍯





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



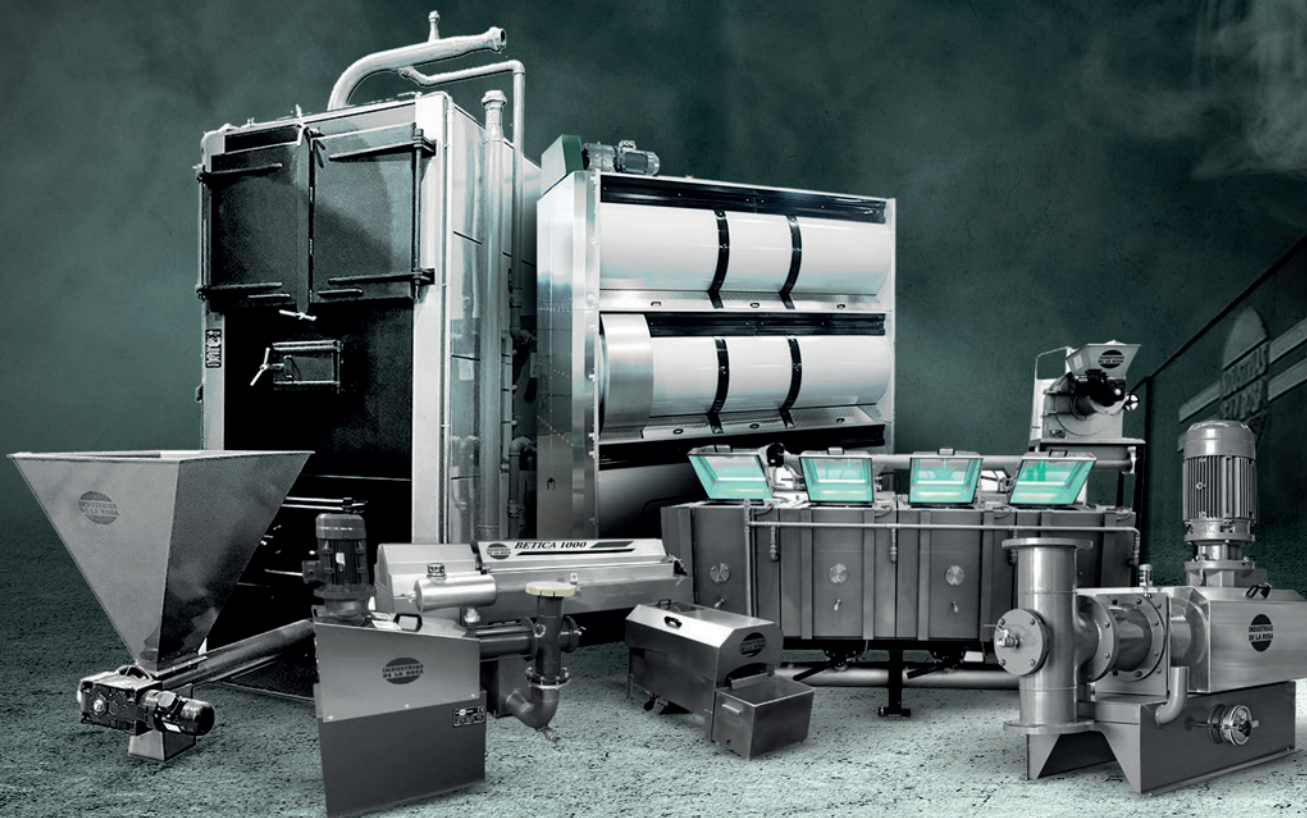
CALERO-GROUP.COM



**INDUSTRIAS
DE LA ROSA**

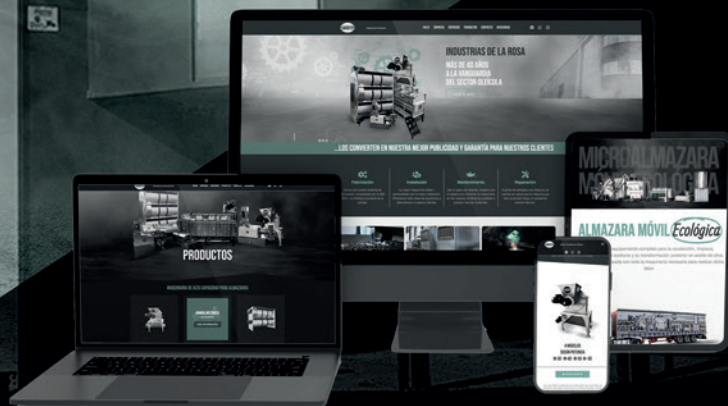
**40 AÑOS A LA VANGUARDIA
DEL SECTOR OLEÍCOLA**

**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



Cooperativa Ciudad de Jaén, en busca de la rentabilidad del olivar tradicional



Creada en 2018 tras la fusión de las dos únicas entidades oleícolas de la capital jiennense, la SCA Ciudad de Jaén ha puesto su larga tradición olivarera al servicio de la obtención de un producto de la máxima calidad, siempre bajo la premisa de la conservación del patrimonio natural. XAVE, su AOVE picual con IGP Aceite de Jaén, está logrando diferenciarse en el mercado tanto por su preciado contenido -que recoge la esencia de esta tierra y de los olivares de campiña y sierra de los que procede- como por su cuidado packaging.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

avalada por una larga tradición olivarera que se remonta hasta 1947, y surgida tras el proceso de fusión de las dos entidades oleícolas de la ciudad, Cooperativa San Juan y Cooperativa Virgen de la Capilla, la Cooperativa Ciudad de Jaén es la única existente en la actualidad en la capital jiennense. Con la creación de las dos citadas cooperativas se daba respuesta a las necesidades sociales y económicas de cientos de familias olivareras, desarrollando un modelo comprometido con la sociedad jiennense capaz de generar empleo y servicios. En 2018 ambas entidades se fusionan con el objetivo de ser más eficientes y mejorar las rentas de sus agricultores, dando lugar a la nueva Sociedad Cooperativa Andaluza Ciudad de Jaén.

La empresa está dirigida por un Consejo Rector formado por un presidente, vicepresidente, secretaria y cuatro vocales. Dicho Consejo es elegido por la Asamblea General cada cuatro años, siendo la Asamblea el máximo órgano decisorio de la empresa. La SCA Ciudad de Jaén cuenta con un equipo humano altamente especializado, competente y motivado, distribuido en diferentes secciones íntimamente relacionadas entre sí para poder cumplir los objetivos marcados por la cooperativa: Producción, Calidad y Asesoramiento Técnico en campo, Envasado, Comercialización y Oleoturismo, Contabilidad y Gerencia.

Las certificaciones ISO 14000 e ISO 22000, Producción Integrada y Ecológica, además de garantizar la calidad de sus aceites de oliva vírgenes extra,

ponen en valor su firme compromiso y apuesta por la protección y mejora del medio ambiente, la conservación del suelo y del paisaje, así como el uso racional de los recursos. “Además de la conservación del patrimonio natural -afirma su gerente, M^a Carmen Gámez-, otra premisa importante para la empresa es la formación, experiencia y compromiso de todos y cada uno de nuestros trabajadores, pues consideramos que el resultado final es fruto del trabajo en equipo”.

“Desde la cooperativa -añade- consideramos que nuestro trabajo debe comprender el ciclo integral del olivo, comenzando desde la gestión del cultivo, con el asesoramiento a nuestros socios. Desde esta campaña, además, estrenamos nueva sección, ofreciendo al socio el servicio de gestión



La actual gerente de la cooperativa, M^a Carmen Gámez Gallego.



Equipo humano de la Cooperativa Ciudad de Jaén.



La singularidad de los aceites radica en las connotaciones que aporta la variedad paisajística en la que se enmarcan sus olivares de sierra y campiña

de fincas. Con esta nueva actividad pretendemos dar solución a un problema cada vez mayor entre nuestros asociados, que por circunstancias no pueden hacerse cargo de la gestión de su explotación. En definitiva, con los servicios prestados desde nuestro Departamento Técnico se persigue obtener la máxima eficiencia en nuestras explotaciones, con una gestión integrada de plagas y enfermedades, así como coordinar y supervisar el momento óptimo de su recogida. Se trata de maximizar la productividad y la calidad del producto final”.

En la búsqueda del equilibrio entre la cantidad y la calidad de los aceites producidos, en la cooperativa se han venido implantando anualmente medidas tales como la incorporación de un equipo de filtrado en el cuerpo de fábrica, la inertización de los depósitos y la instalación de depósitos de menor capacidad, la refrigeración de las tolvas

de almacenamiento y, en último lugar, la refrigeración de la bodega.

Variedad paisajística entre sierra y campiña

La Cooperativa Ciudad de Jaén posee alrededor de 3.300 hectáreas de olivar tradicional con unos 300.000 olivos, principalmente de la variedad picual, ubicados en los alrededores de la ciudad, entre la Sierra y la Campiña jiennense, con una peculiar variedad paisajística. Los límites del cultivo llegan casi a la cima de las sierras, alcanzando cotas de altitud cercanas a los 1.000 metros sobre el nivel del mar y de algo menos de 400 metros en áreas de campiña.

En esta zona olivarera de clima continental y con una pluviometría media de 400-600 mm. predomina la variedad picual, la que mejor se ha adaptado a esta comarca de suelos franco-arcillosos y calizos en un territorio bañado por ríos como Frío y Quebrajano que, tras atravesar

una zona de bellos cañones, confluyen en el paraje Puente Sierra y dan lugar al río Jaén, que atraviesa olivares de campiña hasta desembocar en el Guadalbullón.

La plantación de olivar típica de la zona se caracteriza por árboles con una edad media superior a 50 años -en muchos casos centenarios-, con un marco de plantación rectangular y muy amplio (10-12 metros), cultivados en secano -aproximadamente un 70%- y en riego -un 30%-. La forma de cultivo habitual es no laboreo o mínimo laboreo debido a las pendientes elevadas y moderadas, con establecimiento de cubiertas vegetales -que son desbrozadas- y picado de los restos de poda incorporado al suelo. El enfoque sostenible de las plantaciones incluye la aplicación de técnicas de Producción Integrada y agricultura ecológica por parte de los agricultores de la cooperativa.

La principal actividad de la Cooperativa Ciudad de Jaén es la extracción, almacenamiento, envasado y comercialización de aceites de oliva con certificaciones de Producción Integrada y Ecológica. En los



En 2021, la SCA Ciudad de Jaén obtuvo el accésit especial en el Premio a la Mejor Almazara de España convocado por AEMO



Oliveros de la Cooperativa Ciudad de Jaén en régimen de Producción Integrada y Ecológica.



últimos años la producción se ha visto claramente influenciada por las inclemencias meteorológicas, oscilando entre 4,5 y 21 millones de kilos de aceituna. De ellos se obtienen entre 1 y 4 millones de kilos de aceite en función de la campaña, de los que el 90% corresponde a la categoría virgen extra -un porcentaje favorecido por el hecho de ser una de las primeras almazaras de la zona en abrir sus puertas- y el 10% restante a virgen (6%) y lampante (4%). El volumen de envasado representa entre un 15 y un 30% de la producción total, dependiendo del volumen total de la campaña, con un insignificante porcentaje de aceite reservado para los socios de la cooperativa.

Una de las mejores almazaras de España

Con una masa social de más de 1.200 socios -de ellos 800 activos-, la empresa cuenta con varios puntos de recepción de aceituna, mientras que el resto de las fases del proceso de elaboración se han centralizado en una única almazara, ubicada en el polígono industrial de la capital jiennense. Con unas instalaciones funcionales y versátiles que ocupan alrededor de 4.800 m², cuenta con los más avanzados sistemas de

producción y una capacidad de molturación de 500.000 kilos diarios.

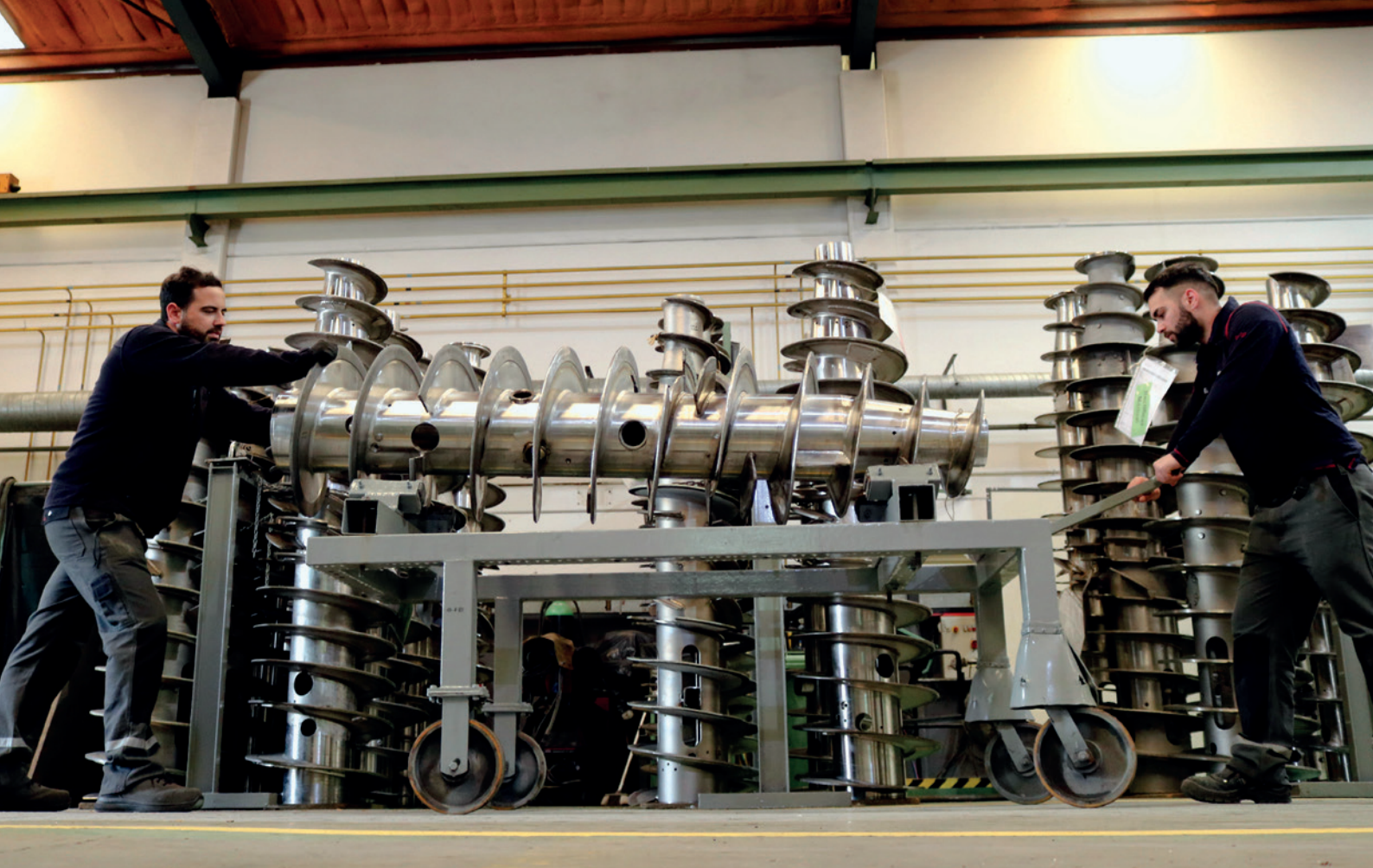
En 2021, la SCA Ciudad de Jaén obtuvo el accésit especial en el Premio a la Mejor Almazara de España convocado por AEMO. En concreto, el jurado valoró "la alta funcionalidad de unas instalaciones muy bien diseñadas, integradas en una zona industrial y de gran versatilidad; así como el esfuerzo de un gran equipo técnico para la obtención de la máxima calidad en esta cooperativa que recibe más de 12 millones de kilos de aceituna de hasta 1.100 socios, y que ha logrado un gran equilibrio entre cantidad y calidad a través de un óptimo manejo basado en el esmero, la pulcritud del proceso y un gran conocimiento técnico".

El patio de recepción y limpieza está compuesto por cuatro líneas de limpieza de JAR (modelo 1000) con banda alimentaria, interior de acero inoxidable y motores i3 de bajo consumo eléctrico; ocho tolvas de almacenamiento de 60 t. de capacidad, cuatro de ellas con sistema de enfriamiento de aceituna; cintas transportadoras de banda alimentaria de Tamesur con motores i3 de bajo consumo eléctrico; y cuatro básculas de pesaje de IMATEC. La empresa posee otro punto de recepción de aceituna en Paraje Valparaíso,

en la Sierra de Jaén, formado por cuatro líneas de limpieza de JAR (modelo 400), con cintas transportadoras de Cibanda.

La zona de extracción dispone de tres líneas continuas de dos fases, compuestas por tres batidoras, dos de Centrifugación Alemana -con capacidad para 24 y 10 t.- y otra de Pieralisi (8 t.); tres decánters horizontales de Centrifugación Alemana (modelos 240 y 270) y GEA Westfalia (modelo 200); y tres centrifugas verticales, dos de GEA Westfalia (modelo VSE 70) y una de Pieralisi (SP 6000). A su vez, el equipo de decantación y filtrado está formado por una batería de 14 aclaradores-decantadores de 15 t. ubicados en el cuerpo de fábrica que permiten la decantación previa a la filtración o al almacenamiento en bodega, así como una clasificación previa a su entrada en bodega.

Los filtros de tierras diatomeas -con una capacidad de 25 m³/h.- y el filtro de placas, para filtrado de aceites gourmet, son de la firma italiana Sfoggia; mientras que la automatización -que estará lista en septiembre- corre a cargo de INOELEC e incluye gestión integral de datos, control de la temperatura de batido, control de temperatura y caudal de agua en decánter y centrifugas, control del contenido graso y humedad en orujos...



SERVICIO TÉCNICO GEA

Keeps you up and running

Durante el periodo de mantenimiento, elige el Servicio Técnico Oficial GEA para tus equipos de extracción de aceite de oliva.

Más de 40 profesionales con gran experiencia dedicados a garantizar la mejor asistencia en campaña y el mantenimiento preventivo. Prestamos asistencia en toda la Península Ibérica y reducimos los tiempos de espera.

Nuestro compromiso es estar cerca de nuestros clientes.



Instalaciones de la almazara de la SCA Ciudad de Jaén. De arriba a abajo, y de izqda. a dcha., patio de recepción (1 y 2); zona de extracción (3); bodega (4); envasadora (5); y tienda (6).



Lanzada a finales de 2021, XAVE es la marca Premium de la SCA Ciudad de Jaén.



Diferentes formatos de los AOVEs comercializados bajo la marca XAVE.



Diferentes formatos de Fuente Peña y Puente Sierra, las marcas originales de la SCA Ciudad de Jaén.

de Ifamensa; y el software de gestión de toda la almazara es suministrado por AM System, siendo Tello el laboratorio de confianza encargado de todos los análisis físico-químicos y del panel de cata.

XAVE, una nueva marca de AOVE envasado

La singularidad de los aceites de la Cooperativa Ciudad de Jaén radica en las connotaciones que aporta la variedad paisajística en la que se enmarcan sus olivares de sierra y campiña. A ello se añade el esmero y cuidado en el proceso productivo, desde la descarga de los frutos hasta la extracción, pasando por el breve almacenamiento refrigerado.

Con el objetivo de asegurar la viabilidad de sus explotaciones a lo largo del

La bodega, con capacidad para más de 4.000.000 kilos, consta de 60 depósitos de acero inoxidable y otros siete para almacenamiento de aceites gourmet, todos ellos de Herpasur, además de un

filtro de la marca Zenitram de 6.000 l./h. Finalmente, la extensa planta de envasado dispone de sendas envasadoras de cuatro chorros con taponadora y etiquetadora automática, una de Olmos y otra





INOELEC

automatización industrial



Avd. Malaga 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



Chocolates artesanos con AOVE comercializados bajo la marca XAVE.



De izqda. a dcha., Mª Carmen Gámez recogiendo el trofeo concedido a XAVE en los EVOOLEUM Packaging Awards 2023 y el premio al Mejor Diseño de Packaging en Expoliva 2023.



Mermelada de aceite de oliva virgen extra XAVE.

tiempo, la empresa es consciente de la necesidad de lograr ser eficientes en los procesos de fabricación y maximizar el precio de venta de sus AOVEs. De ahí que, desde finales del siglo pasado, haya optado por potenciar el envasado de sus mejores zumos. A corto y medio plazo, el objetivo de la SCA Ciudad de Jaén es seguir creciendo tanto a nivel de capacidad de producción como de ventas de producto envasado.

Tras conservar las enseñanzas de las almazaras que dieron origen a la cooperativa, *Puente Sierra* y *Fuente Peña*, y una vez consolidado el proceso de fusión, en diciembre de 2021 se lanzó una nueva marca, *XAVE*, que ha obtenido una gran aceptación entre socios y consumidores. Abanderado de los valores de modernidad, racionalidad y equilibrio que caracterizan a la cooperativa, y con IGP Aceite de Jaén, *XAVE* -conjugación de XAEN y AOVE- destaca asimismo por un diseño fresco e innovador que fue reconocido con la Medalla de Plata al Mejor Diseño Innovador en la edición 2023 de EVOOLEUM Packaging Awards y con el premio al Mejor Diseño de Packaging en Expoliva 2023. El pac-



Estand de la SCA Ciudad de Jaén en la Feria del Primer Aceite celebrada en Alcalá de Henares (2022) y en la misión comercial directa organizada por Extenda en Bruselas.



Visita de estudiantes de Erasmus (izqda.) y de turistas franceses (dcha.) a la almazara de la SCA Ciudad de Jaén.



kaging de este AOVE picual de cosecha temprana, obra de Sergio Martínez Chica y su equipo de DC Studio, se inspira en el paisaje y el entorno que le rodea, abriendo una ventana al consumidor mediante los grabados impresos en los diferentes envases, con una diversidad de colores que aporta toda una explosión de frescura, energía y renovación.

Bajo esta marca se comercializan tres tipos de AOVE gourmet dirigidos

al consumidor final y presentados en botella de cristal de 250 y 500 ml., así como en *bag in box* de 1,5 l.: *XAVE Picual Ecológico*, un monovarietal de cosecha temprana procedente de olivares situados en la Sierra de Jaén; *XAVE Picual*, obtenido bajo el régimen de Producción Integrada y elaborado a partir de aceitunas de fincas ubicadas tanto en la Campiña como en la Sierra de Jaén; y *XAVE Multivarietal*, un cou-



TAMESUR,
CALIDAD Y
RENDIMIENTO

MAQUINARIA DE ELEVACIÓN Y TRANSPORTE

Transportadoras
Separadores pulpa-hueso
Tolvas
Sinfines
Elevadores
Transportadores redlers...



TAMESUR, S.A.

Puente Genil, Córdoba
Tel.: +34 957 60 60 60
tamesur@tamesur.es
www.tamesur.es



SCA Ciudad de Jaén en cifras



- **Año de constitución:** 2018
- **Producción media anual de aceite de oliva:** 2.600.000 kg. (80% granel y 20% envasado)
 - Aceite de oliva virgen extra: 90%
 - Aceite de oliva virgen: 6%
 - Aceite de oliva lampante: 4%
- **Producción media anual de aceituna de almazara:** 14.000.000 kg.
- **Variedad de aceituna:** Picual, cornezuelo y manzanillo de Jaén
- **Marcas de aceite de oliva:** XAVE, Fuente Peña y Puente Sierra

Abanderado de los valores de modernidad, racionalidad y equilibrio que caracterizan a la cooperativa, XAVE destaca asimismo por un diseño fresco e innovador

page de sierra -también con certificación de Producción Integrada- obtenido de aceitunas picuales y otras variedades de “mala casta” intercaladas entre los olivos picuales, sobre todo cornezuelo y manzanillo de Jaén.

Para gran consumo se envasa un virgen extra de aceitunas cosechadas en noviembre, también bajo la marca XAVE, tanto en vidrio de 500 ml. como en lata de 3 l. y PET de 500 ml., 1, 2 y 5 l. La empresa elabora asimismo otros AOVEs más maduros y aceites de oliva vírgenes destinados principalmente al canal Horeca, distribución y grandes superficies, en este caso bajo las marcas *Fuente Peña* y *Puente Sierra*, en envase PET de 500 ml., 1, 2 y 5 l.; cristal de 500 ml. -sólo AOVE sin filtrar *Puente Sierra*-; y monodosis de 20 ml.

La venta directa representa el principal canal de comercialización de la empresa, realizada mediante la tienda física situada en las instalaciones de la cooperativa y a través de la tienda *online* <https://tienda.jaenxave.es>, que representa un 20% del total de ventas. La cooperativa cuenta con perfiles en Facebook, Twitter, Instagram y YouTube, utilizando las redes sociales para informar de sus productos y actividades, lanzar ofertas y promociones o colgar recetas y vídeos de jornadas formativas.

Además de aceites, en la tienda física -renovada a finales de mayo- se pueden encontrar productos derivados del virgen extra tales como chocolates artesanos -con naranja, almendra, semilla de cacao y sal del Cabo de Gata- o jalea de AOVE. Este último fue galardonado con



Jornada sobre el PERTE agroalimentario “Una manera de hacer Europa” celebrada en las instalaciones de la SCA Ciudad de Jaén en marzo de 2023.

el premio *Delicatessen with Olive Oil* en la categoría de Mejor Producto Innovador con AOVE en la edición 2023 de la *World Olive Oil Exhibition (WOOE)*.

Precisamente, la WOOE es una de las ferias de carácter internacional a las que ha acudido la cooperativa desde su creación, junto con el Salón de Gourmets o varias misiones comerciales directas (Bruselas y Varsovia) organizadas por Extenda con la misión de fomentar la internacionalización de industrias andaluzas de productos transformados. A nivel nacional y provincial, la SCA Ciudad de Jaén ha acudido con stand a SALIMAT, el Salón de Alimentación del Atlántico que se celebra en Galicia, o la Feria del Primer Aceite de Jaén.

La cooperativa recibe habitualmente la visita de grupos de estudiantes de colegios e institutos y ha participado en actividades formativas tales como “AOVE y COVID-19”, con el doctor José Juan Gaforio, celebrada en mayo de

2022. Además, la SCA Ciudad de Jaén organiza diferentes jornadas técnicas para agricultores, como la dedicada el pasado 6 de febrero de 2023 a las nuevas ayudas PAC 2023-2027, eco-regímenes, registro de explotaciones y cuaderno digital; o al PERTE agroalimentario en marzo de 2023, en colaboración con el MAPA y la Diputación de Jaén.

En términos de exportación, el continente europeo constituye el principal mercado exterior, por lo que los aceites de la SCA Ciudad de Jaén llegan a la mesa de consumidores de países como Francia, Alemania, Hungría, Reino Unido, Austria, Suiza o Suecia; así como de otros destinos más exóticos como Egipto, China y Colombia.

Conviene destacar también la oferta oleoturística de la cooperativa -en marcha desde 2015 en la antigua Cooperativa San Juan-, orientada a aportar un mayor valor añadido a sus aceites y a divulgar la cultura del virgen extra. Las actividades -organizadas en colaboración con touroperadores nacionales e internacionales- incluyen la visita a las instalaciones de la almazara para conocer el proceso de elaboración del oro líquido, finalizando con una cata; y a olivares centenarios que permiten admirar hermosos paisajes y disfrutar de una succulenta experiencia gastronómica en un ambiente bucólico a través de platos tradicionales jiennenses elaborados con sus mejores AOVEs. 🍯

S. Coop. And. Ciudad de Jaén
cooperativa@aceiteciudaddejaen.com
www.aceiteciudaddejaen.com

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 GALLEGOS
(ZARAGOZA) • ESPAÑA / SPAIN

www.ifamensa.com

CoverOlive: innovación y sostenibilidad en el corazón del olivar andaluz



En el paisaje agroalimentario de Andalucía, el olivo se erige no sólo como símbolo cultural, sino también como un pilar económico vital. En este contexto, el Grupo Operativo (G.O.) CoverOlive, del que forma parte el Campus de Excelencia Internacional Agroalimentario (ceiA3), emerge como una iniciativa pionera que combina la adopción de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) con la implementación de nuevas cubiertas vegetales, prometiendo revolucionar el cultivo del olivo y abordando desafíos cruciales como la erosión del suelo, la pérdida de biodiversidad y los efectos del cambio climático.

Por Grupo Operativo CoverOlive

El G.O. CoverOlive ha dejado claro su firme compromiso con la innovación y la sostenibilidad desde su puesta en marcha en enero de 2022. El proyecto no sólo busca mejorar la biodiversidad del olivar, sino también implementar soluciones basadas en la investigación científica y adaptadas a las necesidades específicas de las explotaciones agrícolas.

Durante la exposición de los investigadores en el webinar ceiA3-INNOVAGRO impulsado por esta entidad y el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) se puso de manifiesto la importancia territorial del olivar, señalando la erosión del suelo por el agua como “uno de los problemas más importantes de la olivicultura”, ya que las pérdidas de suelo son “muy superiores a las observadas en cultivos

de cereal y girasol o en zonas de pastizal o matorral”.

Entre los objetivos del proyecto figura el desarrollo de un sistema de asesoramiento en la gestión de las explotaciones agrarias que sirva como herramienta práctica a los agricultores en la resolución de los problemas que tengan en sus explotaciones, especialmente respecto al manejo del suelo.

Avances y desarrollos del proyecto

Bajo la dirección de los investigadores Francisco Márquez, del grupo de investigación Mecanización y tecnología rural (AGR-126) de la Universidad de Córdoba, y Juan Antonio Torres, del grupo de investigación Geobotánica y palinología: Aplicaciones al medio natural (RNM-350) de la Universidad de Jaén, CoverOlive ha logrado avances significativos.

Así, los investigadores destacaron la importancia territorial del olivar al identificar la erosión del suelo por agua como un desafío crítico. En respuesta, el proyecto ha desarrollado cubiertas vegetales específicas y ha integrado nuevas tecnologías en el olivar para contrarrestar estos problemas.

Por otra parte, el uso de especies nativas en las cubiertas vegetales garantiza no sólo un bajo coste de mantenimiento por su alta rusticidad y la gran persistencia y baja competencia con el olivo, sino también una notable adaptación a las condiciones edafoclimáticas y agronómicas de gran parte de los olivares. Asimismo, la adopción de TIC está diseñada para ofrecer un sistema de asesoramiento avanzado en la gestión de las explotaciones agrarias, facilitando a los agricultores herramientas prácticas para el manejo eficaz del suelo y la biodiversidad.



Miembros del G.O. CoverOlive durante la I Jornada de presentación del proyecto en Antequera.

Entre los objetivos del proyecto figura el desarrollo de un sistema de asesoramiento en la gestión de las explotaciones agrarias que sirva como herramienta práctica a los agricultores en la resolución de problemas

Impulso a la colaboración y la transferencia de conocimiento

El Grupo Operativo cuenta con una importante fortaleza de transferencia de conocimiento al figurar entre sus miembros tanto cooperativas del sector (Dcoop, SCA, coordinador del G.O.) como entida-

des tecnológicas -la consultora AGRESTA- y las Universidades de Córdoba y Jaén, junto con la organización conservacionista SEO/BirdLife, además de colaboradores como la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero y la empresa de semillas autóctonas andaluza Cantueso Natural Seeds. Con la participación en

proyectos innovadores y la promoción de sinergias entre los investigadores y el sector agroalimentario, el Campus de Excelencia Internacional Agroalimentario (ceiA3) está al frente de la dinamización de ecosistemas de innovación en el sector del olivar y el aceite de oliva.

Desde 1962

INOXCAUCHO

Confíanos el mantenimiento de tus bombas

Necesitas un stator/rotor para tus bombas de aceite o masa?

- Seguridad alimentaria -NBR 1250-
- Certificación ISO 9001:2015 desde mayo 2000
- Entrega inmediata
- Amplio conocimiento del sector

+34 94 456 03 15
+34 688 69 58 13

inoxcaucho@inoxcaucho.com

www.inoxcaucho.com





Tareas de siembra de cubiertas vegetales.



Detalle de germinación de cubiertas vegetales.

En este sentido, el proyecto CoverOlive se ha dado a conocer en foros profesionales, encuentros con la sociedad como la Noche Europea de los Investigadores, jornadas sobre digitalización, congresos que aglutinan a los distintos agentes del sector o congresos internacionales.

Conclusiones y perspectivas de futuro

El G.O. CoverOlive representa un esfuerzo colectivo y multidisciplinario para enfrentar los desafíos contemporáneos de la olivicultura en Andalucía. Al integrar

El proyecto no sólo **preserva la herencia cultural del olivar**, sino que **también asegura su viabilidad y sostenibilidad para las generaciones futuras**

soluciones basadas en la investigación, la innovación tecnológica y la colaboración sectorial, el proyecto no sólo preser-

va la herencia cultural del olivar, sino que también asegura su viabilidad y sostenibilidad para las generaciones futuras.

El proyecto está financiado con Fondos Europeos Agrícolas de Desarrollo Rural (FEADER) y de la Junta de Andalucía en la convocatoria para el Funcionamiento de Grupos Operativos Regionales de la Asociación Europea de Innovación en Materia de Productividad y Sostenibilidad Agrícola (EIP AGRI) de 2020.

<https://coverolive.es>

Miembros



Colaboradores



Financiado por





ANALIZADOR SpectraStar™ XT-3

- Análisis de humedad, proteínas, grasas (orujo/olivas), azúcares, fibras y pastas. Hasta parámetros más complejos como cenizas, ácidos grasos y lignina.
- Obtiene datos de parámetros de calidad vitales en aproximadamente 30 segundos, lo que permite una respuesta rápida para el control de calidad.
- Ahorra costes y reduce residuos.



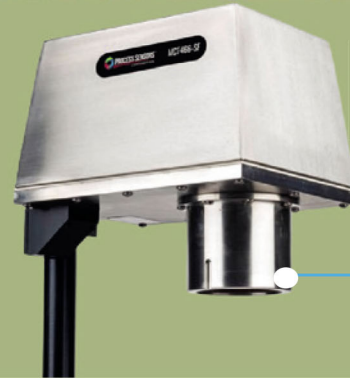
Analizadores NIR industrial y alimentario QuikCheck

Analizadores giratorios fáciles de usar para análisis rápidos en laboratorio o en línea



Serie de sensores NIR en línea MCT460

Medición y control continuos en tiempo real.
Calidad constante del producto, mayor rendimiento y reducción de residuos



VAREADORA CON MOTOR DE 2 TIEMPOS

Varillas de carbono



Caja reductora modificada



MOTOSIERRAS



TIJERAS DE PODA



OliVaR: Revolucionando la olivicultura con innovación y tecnología de vanguardia



La olivicultura se enfrenta a desafíos constantes en la identificación precisa de variedades de olivo y en el reconocimiento temprano de enfermedades. En respuesta a esta problemática, el proyecto GEN4OLIVE ha logrado un hito significativo con la creación de OliVaR, una herramienta revolucionaria basada en un modelo de aprendizaje profundo (*Deep Learning*) que, desde los primeros conceptos hasta su aplicación práctica en campos de olivos alrededor del mundo, ha demostrado ser más que una simple solución técnica, ya que supone un cambio de paradigma.

Por Gloria Rodríguez Lepe¹, M^a Concepción Muñoz Díez², Hristofor Miho³ y Óscar Montaña Ramos⁴

La olivicultura, siendo una actividad ancestral y esencial en muchas regiones del mundo, enfrenta desafíos constantes en la identificación de variedades de olivo y en el reconocimiento temprano de enfermedades. El proyecto GEN4OLIVE, “Movilización de recursos genéticos del olivo mediante actividades de selección previa para hacer frente a los futuros desafíos y desarrollo de una interfaz inteligente para garantizar la disponibilidad de información para los usuarios finales”, respaldado por la Unión Europea a través del Programa Horizonte 2020, surge como una respuesta innovadora a los desafíos en la identificación y conservación de los recursos genéticos del olivo. Este proyecto pretende mejorar la movilización de los recursos genéticos del olivo y promover actividades destinadas a mejorar las características genéticas

de los olivos antes de que se utilicen en programas formales de mejora. Para lograr estos objetivos, el proyecto caracteriza variedades (cultivares) de olivo y las cataloga en función de su resistencia al cambio climático, plagas y enfermedades, así como de su rendimiento y calidad de producción.

En respuesta a esta problemática y a la necesidad de una identificación precisa de los cultivares de olivo, GEN4OLIVE ha logrado un hito significativo con la creación de OliVaR, una herramienta revolucionaria basada en un modelo de aprendizaje profundo (*Deep Learning*) y diseñada para abordar los desafíos clave en la identificación de variedades de olivo y el reconocimiento de enfermedades. Desde sus primeros conceptos hasta la aplicación práctica en campos de olivos alrededor del mundo, OliVaR ha demostrado ser más que una simple solución técnica: es un cambio de paradigma.

El modelo OliVaR utiliza más de 72.000 fotografías de endocarpios de olivo -esto es, el hueso del olivo- que abarcan 131 cultivares diferentes, con el fin de mejorar la identificación de variedades. Este conjunto de datos extenso y diverso, que anteriormente no estaba disponible, sirve como base para el reconocimiento de variedades de olivo. Además, supera las limitaciones de métodos convencionales como la clasificación morfológica y el análisis genético -propensos a errores humanos y altos costes-, logrando de este modo una elevada precisión. Este nuevo sistema aprende mediante la extracción de características y reconocimiento de patrones, basándose en un amplio conjunto de datos. Su fiabilidad se atribuye a su entrenamiento, uso de aprendizaje profundo, escalabilidad, consistencia y manejo de errores, destacando por encima de todo su originalidad en la recopilación de datos llevada a cabo sin

¹ Gestora de Proyectos Europeos de I+D en Santa Cruz Ingeniería

² Coordinadora del proyecto GEN4OLIVE. Departamento de Agronomía (Grupo Investigación UCOLIVO), Universidad de Córdoba

³ Investigador del Departamento de Agronomía (Grupo Investigación UCOLIVO), Universidad de Córdoba

⁴ Gestor de Proyectos de I+D en BALAM Agriculture

OliVaR es una herramienta pionera en la identificación de variedades de olivo y el diagnóstico de enfermedades que marcará un antes y un después en la manera de abordar los problemas fundamentales de la olivicultura

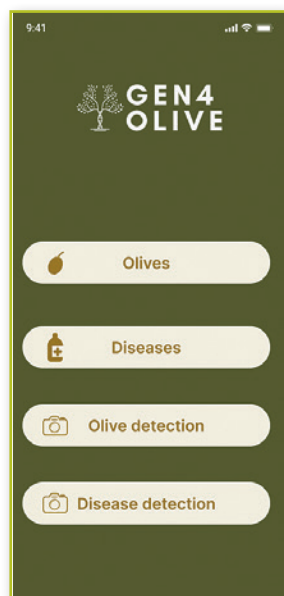
precedentes, la simplificación en el reconocimiento del endocarpio y, por tanto, la identificación de variedades.

Este artículo se sumerge en la génesis y la evolución de OliVaR, explorando cómo esta herramienta única marcará un antes y un después en la manera en que abordamos los problemas fundamentales de la olivicultura, evidenciando la necesidad crítica de soluciones innovadoras en este campo.

Conexiones globales: la colaboración internacional que hizo posible OliVaR

Entre los objetivos fundamentales de GEN4OLIVE figuran incrementar la movilización de los recursos genéticos del

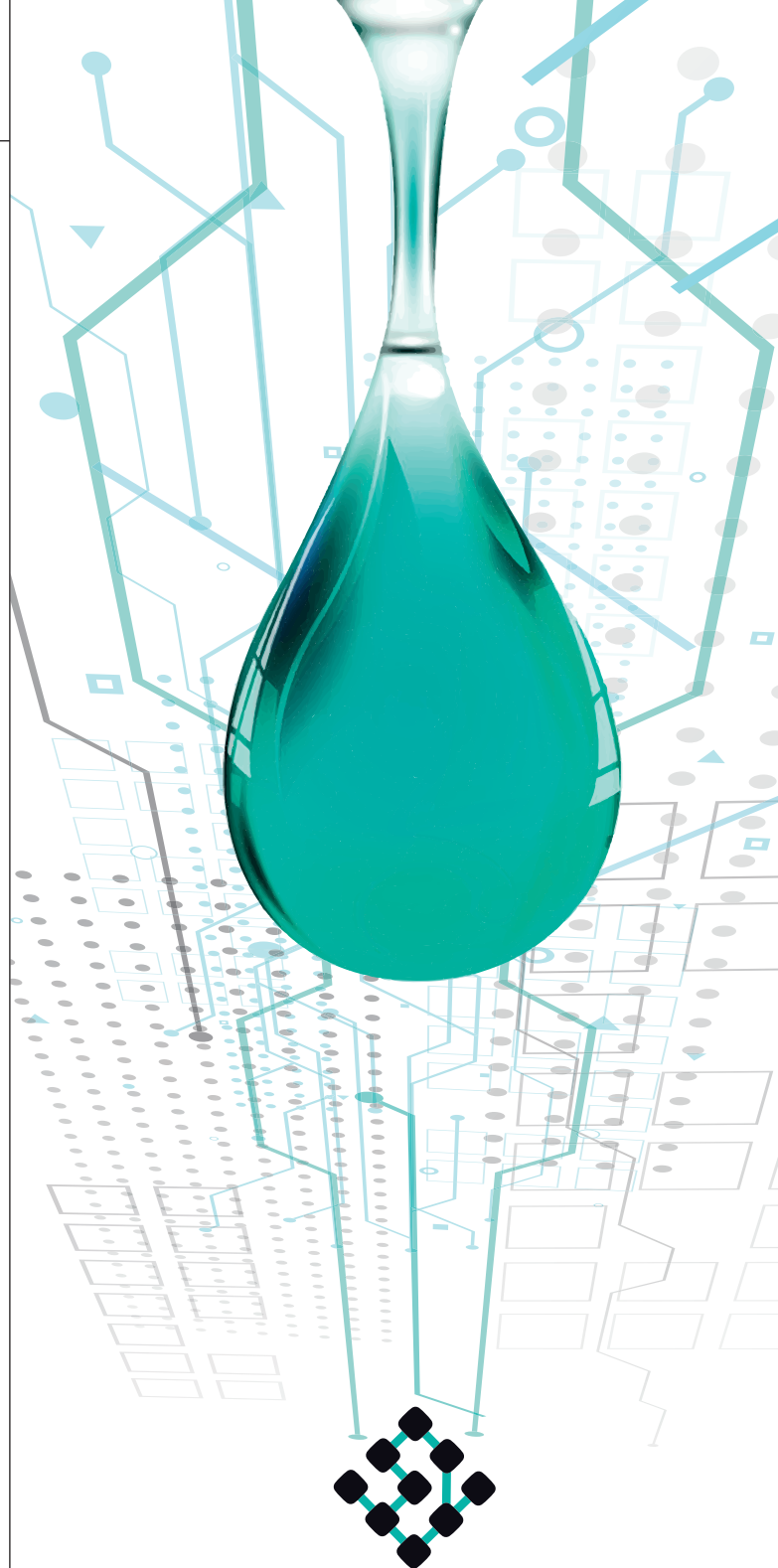
olivo y fomentar actividades de premejora. Un aspecto que subraya el éxito de GEN4OLIVE y, por ende, de OliVaR, es la colaboración internacional. Para lograrlo, se ha establecido una colaboración esencial entre 16 socios de siete países, permitiendo una sinergia única de habilidades y conocimiento, clave del éxito del proyecto. Cada socio desempeña un papel único y crucial en el mismo y, por tanto, en el desarrollo y aplicación de OliVaR, demostrando cómo la cooperación internacional es clave para abordar los desafíos globales en la olivicultura. El equipo incluye bancos de germoplasma internacionales de los cinco principales



Menú principal de la aplicación OliVaR (versión móvil beta).

países productores de olivo (España, Italia, Grecia, Marruecos y Turquía), quienes contribuyen a la identificación y conservación del recurso genético del olivo.

La Universidad de Córdoba, como coordinador del proyecto, lidera los esfuerzos para desarrollar protocolos unificados que aseguren la evaluación de las variedades de olivo a distintos estreses bióticos y abióticos. Estos pro-



gesca

AUTOMATIZACIÓN INDUSTRIAL
INDUSTRIAL AUTOMATION



www.gesca.es

Úbeda - (Jaén) - España

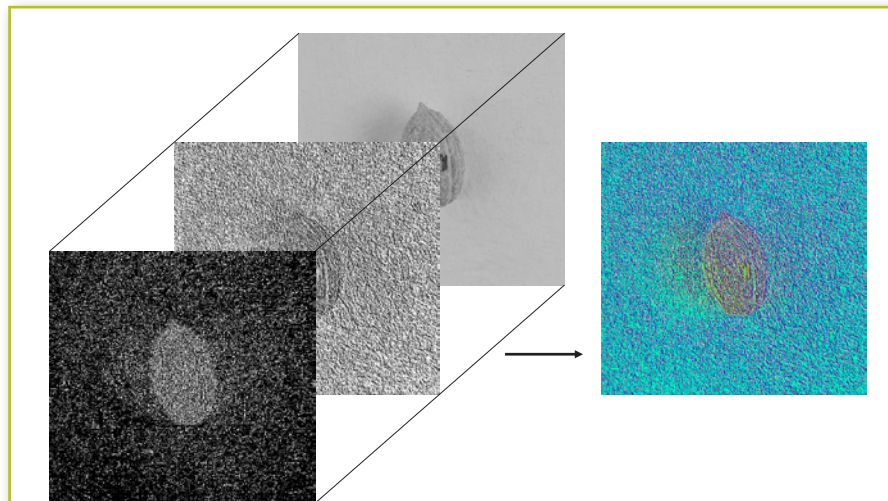
En OliVaR, el análisis morfológico se combina con datos genéticos para maximizar la precisión, debido a que los marcadores genéticos aportan una mayor capacidad discriminadora que los morfológicos, logrando una elevada eficacia

protocolos armonizados buscan garantizar resultados consistentes y comparables entre los bancos de germoplasma internacionales. Los objetivos clave de estos protocolos armonizados son dos:

1. Garantizar que los datos recopilados en los bancos de germoplasma se alineen con la misma realidad. Por ejemplo, confirmar que dos cultivares de diferentes países, a pesar de tener nombres diferentes, son efectivamente idénticos.
2. Estandarizar el protocolo de recolección de datos en diferentes ubicaciones geográficas. Esto implica establecer un protocolo uniforme, como medir la tolerancia a las heladas, para mantener la coherencia en el proceso de evaluación.

La Universidad de Roma La Sapienza es responsable de diseñar herramientas y plataformas que facilitan el acceso a información crucial para las partes interesadas en el sector oleícola. Una de esas herramientas consiste en un modelo de aprendizaje automático para mejorar la identificación de diversas variedades de olivo y el reconocimiento de enfermedades que ha resultado en la creación de la herramienta OliVaR, centrada en un modelo de aprendizaje profundo que se prevé revolucione este sector.

Por último, los bancos de germoplasma contribuyen a la creación de una base sólida para futuras investigaciones y proyectos. Junto con la Universidad de Córdoba, aportan valiosos conocimientos y experiencia en botánica. A nivel mundial, una red de 23 bancos de ger-



OliVaR mejora la información de imágenes de endocarpos y síntomas de enfermedades mediante técnicas de aumento de datos (e.g. convertir las imágenes a escala de grises y posteriormente aplicar métodos para resaltar texturas). Esto permite identificar características, variedades y enfermedades del olivo de manera más precisa.

moplasma, supervisados por el Consejo Oleícola Internacional, conserva y preserva los recursos genéticos del olivo. Los bancos de germoplasma colaboran para autenticar variedades de plantas, prevenir enfermedades y mantener bases de datos en línea. De este modo, los bancos de germoplasma involucrados en el proyecto contribuyen a la identificación y conservación del recurso genético del olivo. También tienen la tarea de completar el conjunto de datos de la Universidad de Roma con fotografías de endocarpios de olivo, siguiendo un protocolo definido por La Sapienza. Este conjunto de datos se utiliza para entrenar el modelo de aprendizaje automático desarrollado en el marco del proyecto.

En definitiva, la Universidad de Córdoba establece protocolos comunes y un lenguaje compartido entre los bancos de germoplasma, asegurando una base de conocimiento compartido. Al mismo tiempo, dichos bancos -siguiendo el protocolo de la Universidad de Roma- capturan fotografías de endocarpio, contribuyendo al conjunto de datos que alimenta el modelo de aprendizaje automático desarrollado por ésta.

Entre ciencia y olivos: los fundamentos teóricos que impulsan OliVaR hacia el éxito

En el corazón de OliVaR y su capacidad para revolucionar la identificación de va-



La mosca del olivo (*Bactrocera oleae*) es una de las plagas más importantes en las plantaciones de olivos, ya que afecta a la calidad y cantidad de los frutos producidos.

riedades de olivo y el reconocimiento de enfermedades se encuentra una sólida base científica y teórica. De este modo, tres conceptos clave respaldan la lógica detrás del modelo OliVaR:

- Los endocarpios de olivo poseen características únicas que permiten su diferenciación y asociación con variedades de olivo específicas.
- Una enfermedad induce un cambio visible en las hojas y ramas de un olivo que las altera de forma suficientemente significativa como para ser detectable.
- Las características de estos elementos se pueden extraer de una imagen del endocarpio o de las ramas/hojas del olivo y clasificarlas mediante una máquina.

Por tanto, el desarrollo del modelo OliVaR se basa en la premisa de que el endocarpio del olivo es un predictor fiable de la variedad, respaldado por

La información añade valor al proceso de elaboración del aceite

Su capacidad para simplificar el proceso de reconocimiento del endocarpio, combinada con la extracción sistemática de síntomas e identificación de variedades, marca un hito en la aplicación de la Inteligencia Artificial a la agricultura

clasificaciones morfológicas reconocidas internacionalmente. Sin embargo, a pesar de todos estos beneficios, realizar una caracterización morfológica precisa y fiable de las variedades de olivo requiere una formación exhaustiva y puede ser un proceso propenso a errores humanos.

No obstante, el enfoque de OliVaR ha demostrado ser eficaz, ya que el análisis morfológico se combina con datos genéticos para maximizar la precisión, debido a que los marcadores genéticos aportan una mayor capacidad discriminativa que los marcadores morfológicos.

El conocimiento botánico que conduce a la plataforma proviene de la experiencia de los bancos de germoplasma involucrados en el proyecto. La base de la plataforma se basa en investigaciones y observaciones de expertos de estos bancos, que constituyen la base para la aplicación práctica. Este conocimiento forma una sólida base científica que estableció los marcadores morfológicos y genéticos como los métodos más extendidos y aceptados por la comunidad para la identificación de variedades de olivo.

Cabe destacar por tanto la importancia de la combinación de datos morfológicos y genéticos que, junto con una exploración de la tecnología de aprendizaje profundo, han impulsado OliVaR. La fiabilidad del sistema se sustenta en un conjunto de datos amplio y diverso compuesto por más de 72.000 fotografías, el uso de técnicas de aprendizaje profundo, la escalabilidad del modelo y la consistencia y estandarización establecidas por los protocolos desarrollados en el proyecto. Esto ha permitido alcanzar un impresionante índice de precisión del 86%, lo que demuestra la calidad del modelo de aprendizaje automático a la hora de detectar una variedad de olivo.

En la mira de la precisión: fiabilidad, originalidad y limitaciones de olivar

La fiabilidad de OliVaR se sustenta en varios factores. Su capacidad para aprender y reconocer variedades de olivo supera a métodos convencionales, gracias a la amplitud del conjunto de datos y el enfoque de aprendizaje profundo. Además, la herramienta ha demostrado una capacidad de manejo de errores que supera a la de los expertos hu-

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

OliveScan™2



ANALYTICS BEYOND MEASURE

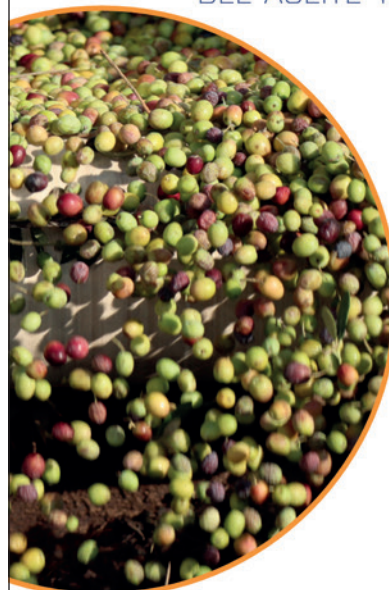
OliviaPro™

CONTROL DEL AGOTAMIENTO EN DECÁNTER A TIEMPO REAL



NIRS™ DS2500L

ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL ACEITE TERMINADO



MÁS INFORMACIÓN



La aplicación tiene dos funcionalidades principales: una relacionada con el intercambio de información y otra con el empoderamiento de los agricultores

manos, permitiendo incluso reintentos en casos de fallos.

El modelo pasa por una fase de entrenamiento para reconocer patrones y asociaciones entre las características extraídas y las variedades de olivo correspondientes. Utilizando un conjunto de datos etiquetados que contiene endocarpios de olivo y sus cultivares asociados, el modelo ajusta sus parámetros internos para minimizar los errores de predicción y mejorar su capacidad para diferenciar entre varias variedades de olivo. Posteriormente, clasifica las imágenes enviadas por los usuarios en función de sus características para evaluarlas en función del conocimiento adquirido sobre las variedades de olivo presentes en el conjunto de datos. En el caso de enfermedades, el sistema aprende discerniendo las alteraciones inducidas en las ramas y hojas por las condiciones del olivo mediante el análisis de imágenes.

La originalidad de OliVaR radica en su enfoque innovador para la identificación de variedades de olivo. Su capacidad para simplificar el proceso de reconocimiento del endocarpio, combinada con la extracción sistemática de síntomas e identificación de variedades, marca un hito en la aplicación de la Inteligencia Artificial a la agricultura. El modelo ha superado las expectativas al ofrecer contribuciones significativas al avance científico en el campo de la olivicultura, proporcionando herramientas prácticas y eficaces para los agricultores y científicos por igual.

Aunque existen limitaciones, como la incapacidad para identificar variedades no presentes en el conjunto de datos de entrenamiento y la vulnerabilidad a alteraciones físicas en las muestras, la

fiabilidad y originalidad de OliVaR son innegables. A pesar de estas limitaciones, la originalidad del sistema radica en su conjunto de datos sin precedentes, la simplificación en el reconocimiento del endocarpio y la extracción sistemática de síntomas e identificación de variedades.

Revolucionando la olivicultura: una aplicación integral para el intercambio de información y el empoderamiento de los agricultores

La aplicación tiene dos funcionalidades principales: una relacionada con el intercambio de información y otra con el empoderamiento de los agricultores. Por un lado, OliVaR ofrece una biblioteca de variedades y enfermedades de olivos, permitiendo que todos los interesados accedan a la misma información de forma unificada. Como se ha comentado anteriormente, esta información está respaldada por protocolos compartidos y una terminología acordada por los diversos bancos de germoplasma que participan en el proyecto. Por otro lado, el proyecto GEN4OLIVE proporciona una herramienta que permite identificar con precisión variedades de olivos basándose en la imagen de un hueso de aceituna sin la ayuda de un experto.

Aunque están previstos talleres formativos y la herramienta estará disponible en los próximos meses, su uso es sencillo: los agricultores deben limpiar los huesos siguiendo un protocolo predefinido y tomar una foto del endocarpio de la aceituna. Los resultados se presentan como un porcentaje de coincidencia entre la entrada (una imagen del endocarpio) y las variedades en la base de datos, proporcionando probabilidades para cada variedad. Para reducir el riesgo de identificar incorrectamente una variedad, los agricultores pueden escanear varios huesos para mejorar la precisión de la identificación. El mismo proceso se aplica para la detección de enfermedades del olivo.

Horizontes infinitos: perspectivas futuras para GEN4OLIVE y olivar en la olivicultura global

El proyecto GEN4OLIVE y el modelo OliVaR han demostrado ser una combina-



La tuberculosis del olivo, también conocida como roña o verruga del olivar, es una enfermedad causada por una bacteria fitopatógena llamada *Pseudomonas savastanoi*.

ción poderosa para abordar los desafíos en la identificación y conservación de las variedades de olivo. Con sólidos fundamentos científicos, colaboración internacional y un enfoque innovador, este proyecto está a la vanguardia de la investigación en olivicultura. A medida que se avanza hacia el futuro, las perspectivas incluyen la expansión de la aplicación de OliVaR, el fortalecimiento de la colaboración internacional y la continuación de la investigación para garantizar la sostenibilidad y diversidad genética del olivo. De este modo, se explorarán posibles expansiones en la aplicación de OliVaR, considerando su aplicación en otros cultivos y su adaptación para abordar problemas agrícolas más amplios. Además, se discuten estrategias para fortalecer aún más la colaboración internacional, enfatizando la importancia de continuar la investigación para garantizar la sostenibilidad y diversidad genética del olivo en el futuro.

Este cierre subraya la contribución esencial de GEN4OLIVE y OliVaR a la preservación de los recursos genéticos en la olivicultura. Estas innovadoras iniciativas y herramientas no sólo anticipan el futuro de este sector a nivel mundial, sino que también fomentan prácticas agrícolas que aseguran la conservación a largo plazo de la diversidad genética del olivo. Su impacto va más allá de las fronteras agrícolas al promover la gestión responsable de los recursos naturales y resaltar la importancia de un enfoque que garantice la viabilidad a largo plazo de la olivicultura. 🌱

Hagamos frente juntos A LOS RETOS del futuro

Con tu trabajo diario proteges el futuro de nuestro campo, la biodiversidad y los recursos naturales de nuestra tierra.

Y en Caja Rural queremos ayudarte a seguir haciéndolo:
confíanos la tramitación de tu PAC 2024

**Confíanos tu PAC.
Cuidemos juntos el futuro:**



Agilidad en el servicio



Especialistas en la tramitación



Personalización en la gestión



Andrés Lorite, vicepresidente primero de la Diputación de Córdoba



“El sector del olivar es claramente el eje fundamental de desarrollo económico de la mayoría de las comarcas cordobesas”

La Diputación de Córdoba apuesta firmemente por un sector, el del olivar y el aceite de oliva, que se antoja fundamental en el desarrollo económico de la provincia, asociándolo a conceptos como salud, calidad, innovación, cultura, medio ambiente, oleoturismo... De todo ello, así como de la especificidad y excelencia de los AOVEs cordobeses y de la importancia del papel de las DOPs, nos habla su vicepresidente primero, Andrés Lorite.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

Córdoba es la segunda provincia productora de aceite de oliva a nivel nacional. ¿Qué destacaría de la evolución del sector del olivar en esta provincia en los últimos años?

El sector del olivar es claramente el eje fundamental de desarrollo económico de la mayoría de las comarcas cordobesas. Aproximadamente el 50% de la superficie agrícola útil de la provincia de Córdoba, unas 370.000 ha., está ocupada por el cultivo de olivar, siendo tras la provincia de Jaén la mayor zona productora mundial. Pero más allá de la importancia del cultivo del olivar y del aceite de oliva, hay un aspecto a resaltar, más o menos intangible, pero tremendamente importante, que se refiere a los beneficios para la salud del zumo

de aceituna. Nuestro aceite de oliva de gran calidad se debe potenciar en base a los conceptos de salud, calidad, cultura y medio ambiente.

Del mismo modo, conviene destacar la presencia de olivar ecológico en la provincia de Córdoba, con lo que ello supone para el mantenimiento de determinadas comarcas con condiciones orográficas complicadas para el desarrollo del cultivo, así como un extra de calidad añadido al producto convencional. El olivar es el cultivo dominante a nivel andaluz en agricultura ecológica, con más de 117.000 ha. censadas, destacando la provincia de Córdoba con 38.450 ha. de olivar ecológico.

A pesar de la historia y experiencia que acumulamos en el manejo del olivar y en la industria asociada, aún hay margen de mejora y de innovación en diversos aspectos que van desde el material vegetal o variedades de cultivo a la mecanización y mejora de las técnicas de cultivo, la recolección y las técnicas de extracción en industria. Cabe resaltar la importancia de la innovación y mejora

“Nuestro aceite de oliva de gran calidad se debe potenciar en base a los conceptos de salud, calidad, cultura y medio ambiente”

del material vegetal ante enfermedades como la *Xylella fastidiosa* y la verticilosis del olivo, así como la importancia de los controles a realizar por la Administración competente a nivel de sanidad vegetal en los viveros para asegurar la calidad y sanidad de las nuevas plantaciones.

En el ámbito de las técnicas de cultivo, hay que destacar los cambios que se están produciendo en el diseño de las nuevas plantaciones, con la creciente importancia del olivar intensivo y superintensivo, así como en las técnicas de recolección mecanizada con la introducción de sistemas de recolección integral basados en cosechadoras cabalgantes y de nuevas variedades de cultivo adaptadas a estos sistemas productivos.



Como consecuencia de la reducción general de los niveles productivos, nos encontramos ante unos niveles de precios nunca vistos para nuestros vírgenes extra, que a priori podrían suponer una reducción en los niveles de consumo y el trasvase hacia otros aceites sustitutivos, fundamentalmente en familias de menor poder adquisitivo. A pesar de estas circunstancias, hay que destacar la fidelidad de los consumidores hacia nuestros aceites de oliva, con una reducción en el consumo inferior a lo que se podía esperar.

Este año se llevó a cabo el I Festival Córdoba Virgen Extra organizado con la colaboración de la Diputación de Córdoba, a través del Instituto Provincial de Desarrollo Económico (Iprodeco). ¿Qué balance hace de este evento? ¿Se han cumplido las expectativas? ¿Tendrá continuidad en el tiempo?

El balance no puede ser más positivo, ya que hemos conseguido congregarnos a más de 15.000 visitantes que mostraron un enorme interés por conocer los distintos tipos de AOVE producidos en Córdoba, sus características, sus Denominaciones de Origen Protegidas, la forma de elaborarlos, etc. También han disfrutado de una gran acogida las actividades infantiles y la Ruta de la Tapa, con el aforo completo en todas y cada una de las actividades organizadas. Se han superado ampliamente nuestras expectativas y estamos satisfechos e ilusionados por el éxito conseguido. Creemos que esta actividad tiene muchísimo potencial y ya estamos trabajando para mejorar algunas de las actividades y en ampliar nuestra oferta con vistas a la próxima edición, estudiando formatos que sean exportables a otras localidades, tanto de la provincia como del resto de España, para promocionar el virgen extra cordobés, su cultura, gastronomía y costumbres.

La Diputación de Córdoba es una de las impulsoras del proyecto “Oleoturismo en España”. ¿Qué aportará esta iniciativa al desarrollo económico de la provincia, así como al de las cooperativas y las almazaras?

El sector encadena dos campañas atípicas de baja producción. ¿De qué manera está apostando la Diputación de Córdoba por el sector?

La Diputación de Córdoba, a través de la Delegación de Infraestructuras, Sostenibilidad y Agricultura, concededora del peso del olivar en la economía provincial, apuesta y potencia este subsector agrícola desarrollando actuaciones de promoción de nuestros aceites como, por ejemplo, la organización del Concurso “Diputación de Córdoba” al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra, que reconoce cada año el mejor frutado verde y maduro de toda la provincia; la organización, junto a la asociación Ecovalia, del “Concurso Internacional Ecotrama” al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra Ecológico; o la colaboración continua con los municipios olivareros que así lo demandan en distintos cursos de formación, eventos y jornadas del olivar, etc.

¿Qué particularidades subrayaría de los aceites de oliva vírgenes extra cordobeses?

A pesar de la peculiaridad climatológica de las últimas campañas, con unas con-

“La Diputación de Córdoba busca alternativas de desarrollo económico y territorial basadas en el oleoturismo, valorizando los productos locales y contribuyendo al equilibrio territorial y a afrontar el reto demográfico”

diciones de sequía extremas, el nivel de calidad general de los aceites de la provincia sigue siendo muy alto. Así se corrobora en el Concurso Provincial de Aceite de Oliva Virgen Extra, con zumos que han exhibido un conjunto de sabores y aromas propios de los mejores vírgenes extras del mundo, lo que es posible gracias al carácter multivarietal y el medio agroclimático tan diverso de la provincia cordobesa.



¿Qué acciones llevará a cabo la Diputación de Córdoba en el marco de este proyecto?

En efecto, la Diputación de Córdoba participa, junto a la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) y otras diputaciones españolas, en este proyecto, una iniciativa que busca atraer y fidelizar a viajeros nacionales e internacionales interesados en conocer, experimentar, conectar y comprender la cultura del olivar, del aceite de oliva y de la aceituna de mesa, así como el estilo de vida y las costumbres ligadas a las zonas de olivar.

En el marco de este proyecto, la Diputación de Córdoba busca alternativas de desarrollo económico y territorial basadas en el oleoturismo, valorizando los productos locales y contribuyendo al equilibrio territorial y a afrontar el reto demográfico.

Córdoba cuenta con las DOPs Aceite de Lucena, Baena, Montoro-Adamuz y Priego de Córdoba, lo que muestra la relevancia del cultivo del olivo en la provincia, pero también la inequívoca apuesta por la calidad. ¿Cuáles considera que son las claves del éxito de los AOVEs amparados bajo estos sellos de calidad?

La innovación en el sector no debe estar encaminada únicamente a los aspectos puramente técnicos o agronómicos. Debemos fomentar la calidad del aceite de oliva y, de forma paralela, implementar un conjunto de actuaciones para desarrollar su asociación al concepto de salud y bienestar como estrategia de diferenciación respecto a otros productos sustitutivos. Aquí juegan un papel fundamental las DOPs como herramienta para la mejora de la calidad y la comercialización de los productos que amparan.

Gran parte de culpa de la fidelidad a nuestros AOVEs es el reconocimiento por parte de los consumidores de



“Gran parte de culpa de la fidelidad a nuestros AOVEs es el reconocimiento por parte de los consumidores de la calidad diferenciada de los aceites amparados en DOPs respecto a otros aceites”

la calidad diferenciada de los aceites amparados en DOPs respecto a otros aceites. En este sentido, cabe resaltar la figura de la Denominación de Origen Protegida como figura de protección y puesta en valor de nuestros productos,

no sólo por garantizar la procedencia y calidad homogénea de los productos agroalimentarios, sino también por asociar un producto a una determinada comarca o zona geográfica, de tal manera que sus características se deben fundamentalmente al medio geográfico, con sus factores naturales y humanos propios.

Por eso hay que reconocer la gran labor y esfuerzo que desde las cuatro DOPs de nuestra provincia están llevando a cabo para la puesta en valor de nuestros aceites de oliva.

La cata de los EVOOLEUM Awards se celebra anualmente en Córdoba. ¿Qué supone para esta provincia recibir a los catadores más reputados de más de una decena de países para elegir a los 100 mejores AOVEs del mundo?

El hecho de que EVOOLEUM, el Concurso Internacional a la Calidad de los Aceites de Oliva Vírgenes Extra que elige anualmente a los 100 mejores AOVEs del mundo, se celebre en Córdoba es un indicativo del reconocimiento de nuestra provincia como productora de algunos de los mejores vírgenes extra del mundo, así como del buen hacer de los distintos agentes o entidades relacionadas con la organización de dicho concurso. Se trata de un certamen único y extremadamente riguroso en términos de calidad que supone una magnífica herramienta de promoción y puesta en valor para los aceites participantes que ocupan los primeros lugares en la clasificación final del concurso. El jurado, formado por el elenco más exclusivo y prestigioso de expertos catadores a nivel mundial, se encarga de realizar la valoración de la calidad organoléptica de las muestras presentadas, de donde surge cada campaña el exclusivo TOP100 de los mejores AOVEs del mundo, así como los mejores en sus diferentes categorías, variedades y países. 🍯

PAC 2024

Te tramitamos y anticipamos las ayudas de la PAC

Domicilia, ahora, la PAC
y llévate¹ un kit de
herramientas
(30.000 unidades)

Lo bueno de tener
a alguien cerca es
que te escucha



paralimpicos



AgroBank



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



Aceites Ayozar, experiencia, tradición y calidad renovada desde 1947

Ayozar

• DESDE 1947 •



En la comarca jiennense de El Condado, donde reina la aceituna picual, Aceites Ayozar es una joven empresa de Castellar con claro acento femenino que ha elegido el camino de la excelencia -tanto en sus productos como en el servicio ofrecido a sus clientes- para hacerse un hueco en el competitivo mundo del virgen extra.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

Rodeado por un extenso mar de olivos, campos agrícolas y la denominada Sierra del Oro, la visita al municipio de Castellar es un viaje en el tiempo. Esta pequeña y bella localidad de la provincia de Jaén situada en la comarca de El Condado -que en 2021 fue reconocida con el título de "Pueblo Mágico de España" pasando a formar parte de la red del mismo nombre-, en la que tantas civilizaciones dejaron su huella, de notable importancia en la época de los íberos, muestra su rica historia a cada paso.

La almazara de Aceites Ayozar, construida por Miguel Colomer en 1941, fue regentada desde 1947 hasta 1988 por Froilán Albacete Segura, fundador de la empresa. En 2001, los padres de las actuales responsables inauguraron una nueva etapa marcada por la búsqueda de la excelencia trasladando las instalaciones del centro de Castellar a una bellísima edificación a las afueras del pueblo y procediendo a renovar toda la maquinaria. Hoy, la almazara es dirigida por un equipo de mujeres valientes y comprometidas con la tradición olivarrera familiar cuyo empeño no es otro que honrar la tierra y sus valiosos frutos elab

borando un aceite de oliva virgen extra de gran calidad, aprendiendo de la experiencia de sus mayores e innovando con medios y técnicas más eficientes.

Un relevo generacional que supone también una apuesta por poner en valor lo femenino, puesto que las mujeres trabajadoras han constituido la fuerza silenciosa que ha sostenido las economías agrarias de muchas familias en la provincia jiennense. Alba García Ramírez, responsable de Marketing de Aceites Ayozar, señala que "apostamos por acabar con la desertización de los pueblos, por tender un puente directo entre ciudad y campo, haciendo de



[La almazara es dirigida por un equipo de mujeres valientes y comprometidas con la tradición olivarera familiar cuyo empeño no es otro que honrar la tierra y sus valiosos frutos elaborando un virgen extra de gran calidad]

la hospitalidad y la apertura nuestro principal rasgo distintivo, y trayendo a Castellar la experiencia empresarial, las visitas y los contactos del exterior, la formación, las nuevas tecnologías, las mejoras más respetuosas con el medio ambiente, los proveedores más competitivos y el aire renovado de las ciudades en continuo cambio”.

La superficie olivarera, alrededor de 92 hectáreas de olivar tradicional de secano, se distribuye en varias fincas de gran tamaño que son propiedad de distintos socios, además de pequeñas parcelas de otros agricultores. La protagonista absoluta es la variedad picual, que crece en fincas soleadas y a resguardo del viento caracterizadas por su perfecta inclinación para la recogida de la aceituna. La producción media oscila entre tres millones de kilos de aceituna en años de malas cosechas y hasta siete millones en ejercicios especialmente favorables, de los que se extraen aproximadamente un millón de litros de aceite de oliva -35% virgen, 33% virgen extra y 32% lampante-. El 99% de la producción se destina a la venta a

granel, mientras que el 1% restante se reserva al AOVE envasado. La empresa también comercializa biocombustible -la biomasa procedente del hueso de aceituna- a particulares.

En 2012 Aceites Ayozar obtuvo la Marca de Calidad Rural “Condado Jaén”, por el que la Asociación de la Marca de Calidad Territorial Europea y la Asociación para el Desarrollo Rural de la Comarca de El Condado reconocen los productos con calidad diferenciada y certificada elaborados en las poblaciones rurales del territorio.

Instalaciones y equipo humano

La almazara de Aceites Ayozar, dotada de la tecnología más avanzada, se localiza en el paraje de Los Hondos o Cañada -conocido como Ramblas de Otálora-, a las afueras de Castellar. Con una superficie de 35.150 m², cuenta con una zona de recepción equipada con tres tolvas de recepción de Agroisa y un sistema compacto de limpieza y lavado de la misma firma; además de una limpiadora de aceitunas (modelo LPV 45) y una lavadora (modelo LD 45), ambas

de Agrinaco; tres cintas transportadoras de TREiCO y otras 18 de la marca Tamesur; cuatro tolvas metálicas de Agroisa para almacenamiento de aceituna; y dos sinfines transportadores horizontales, uno de Agroisa y otro de Tamesur.

La zona de extracción dispone de dos molinos trituradores de aceituna, uno de la firma Centrifugación Alemana y otro de Industrias de la Rosa, y dos termobatidoras de las mismas marcas; dos tolvas de almacenamiento de orujo de Agroisa; dos bombas de Manzano, una de ellas de impulsión discontinua, y otra de Industrias de la Rosa; dos centrífugas horizontales de la firma Hiller; dos centrífugas verticales de Amenduni con bomba para caldos y una centrífuga vertical autolimpiante de Pieralisi; y dos bombas de trasiego de aceite de Manzano.



[Aceites Ayozar se caracteriza por su cercanía y transparencia con el cliente y el agricultor]

Por su parte, la bodega -con una capacidad total para más de un millón de litros- cuenta con dos depósitos nodriza de acero inoxidable para envasado, cuatro depósitos aclaradores, otros 15 depósitos de almacenamiento de acero inoxidable y un equipo móvil de limpieza de depósitos de decantación y/o almacenamiento de aceite de acero inoxidable, todo ello de Manzano. Finalmente, la tienda física -inaugurada el pasado mes de abril- ofrece la posibilidad de adquirir todos los productos de Aceites Ayozar.

Aceites Ayozar se caracteriza por su cercanía y transparencia tanto con el cliente como con el agricultor, “generando así una confianza que hace que la relación sea siempre fluida y cercana”, explica Alba García. Su equipo humano está formado por 11 personas, tres en oficinas y ocho en fábrica -entre ellas tres maestros de almazara, un director general, un jefe de Producción y una responsable de Marketing-, plenamente comprometido en la búsqueda de la excelencia en el proceso de elaboración de sus vírgenes extra y orientado a ofrecer siempre el mejor servicio. La empresa concede gran importancia a la formación, tanto de su equipo como de los propios agricultores, ayudándoles a



estar al día de las últimas tendencias del sector y a cumplir con las nuevas normativas. De ahí que sus trabajadores disfruten de un proceso formativo en constante actualización, realizando cursos en diversos ámbitos relacionados con su actividad: manipulador de alimentos, seguridad y prevención de incendios, posicionamiento web (SEO)... Asimismo, Aceites Ayozar es una empresa comprometida con el cuidado del medio ambiente que apuesta por las energías limpias y renovables, de ahí que cuente con placas solares para proporcionar energía a toda la fábrica y el sistema de calefacción de la misma esté alimentado por el hueso de su aceituna.

Como indica Alba García, “creemos que un buen grupo de trabajo es indispensable para el buen funcionamiento y coordinación de todo el equipo, además de fomentar el compañerismo. Nuestros maestros de almazara están orgullosos de compartir su conocimiento y formar a los oficiales y peones, siempre con el objetivo de elaborar el mejor AOVE posible”.

Cuatro referencias de AOVE

Aceites Ayozar dispone de cuatro referencias a la venta, todos ellos monovarietales picuales: *Ayozar Temprano* -su AOVE Premium-, *Ayozar Cristal*, *Ayozar Hogar* y *Ayozar Familiar*.





Instalaciones de la almazara de Aceites Ayozar en Castellar (Jaén). De izqda. a dcha., y de arriba a abajo, patio de recepción (1); zona de extracción (2 y 3); bodega (4 y 5); y tienda (6).

verde y manzana, así como matices de hortalizas como el tomate y la alcachofa. En boca resalta la aceituna verde y la hoja de olivo, exhibiendo un amargo y picante medios.

Ayozar Cristal es un frutado verde medio-alto de calidad superior y edición limitada disponible en caja de seis botellas de 500 ml. con aromas de hierba, tomatera, alcachofa y almendra -y leves notas de manzana-, que presenta igualmente en boca amargo y picante medios.

Finalmente, *Ayozar Hogar* se antoja la opción ideal para disfrutar en casa con toda la familia; mientras que *Ayozar Familiar* resulta perfecto para su uso en cocina. Ambos se comercializan en formato PET de 2 y 5 l., respectivamente -el primero en caja de seis unidades y el segundo en caja de tres garrafas-, destacando por su excelente relación calidad-precio.

Toda su gama de AOVes se puede adquirir a través de la tienda *on line* alo-

Ideal para disfrutar en crudo o aliñar ensaladas, *Ayozar Temprano* es un virgen extra gourmet elaborado a partir de aceitunas seleccionadas y recolectadas con mimo los dos primeros días de co-

secha. Disponible en caja de seis botellas de vidrio oscuro de 250 ml., este AOVE frutado verde intenso presenta aromas de aceituna verde, hoja de olivo y hierba, con notas frutales de almendra

FUTUROLIVA

MAQUINARIA / ACEITE DE OLIVA / COMERCIALIZACIÓN / GASTRONOMÍA
JORNADAS TÉCNICAS / INVESTIGACIÓN / DESARROLLO / INNOVACIÓN



del 23 al 25 de mayo de 2024

BAEZA

RECINTO FERIAL DE BAEZA

www.futuroлива.com



ORGANIZA:



PATROCINAN:



COLABORAN:





Remigio Medina, primer consejero delegado de Aceites Ayozar y padre de Sara Medina, una de las actuales socias de la empresa.

[Los proyectos de futuro pasan por afianzarse en el mercado nacional y dar a conocer la marca, incrementando gradualmente la importancia del producto envasado en su volumen de negocio]

La fábrica se alimenta de la energía proporcionada por las placas solares instaladas en 2022.



jada en su web, que recibe un número creciente de pedidos procedentes tanto del territorio nacional -sobre todo de grandes ciudades como Madrid o Barcelona- como internacionales (Luxemburgo o Francia); además de en la tienda física situada en la propia almazara. La venta directa también se realiza vía telefónica o por e-mail, que de hecho son los canales más utilizados, con un servicio de envío a domicilio. Al respecto, Alba García asegura que “mantenemos un trato muy cordial con nuestros clientes, nos gusta obtener su retroalimentación y conocerlos para crear con ellos un estrecho vínculo y, gracias al buen servicio que ofrecemos, tenemos clientes muy fieles a la marca”. En los últimos años la empresa ha iniciado la comercialización de sus AOVEs en el canal Horeca, hoteles y tiendas gourmet a nivel nacional, como Moya Oleoteca en Úbeda o el restaurante Premium Gastro & Copas en Santisteban del Puerto.

En Aceites Ayozar, cuya apuesta por el AOVE envasado es relativamente reciente, son conscientes de la importancia de contar con un buen branding y un packaging sostenible, con cajas 100% recicladas y reciclables, al igual que sus garrafas PET. En el proceso de rediseño de marca la empresa ha contado con la colaboración de fotógrafos como Juan Antonio Partal, José Beteta y David Egea, así como con Estudios Reina para el diseño de etiquetas e imágenes profesionales.

En cuanto a sus acciones de marketing y publicidad, la empresa se ha anunciado en publicaciones sectoriales y gastro como *Olivatessen*, que se distribuye a nivel internacional en los mejores restaurantes y tiendas gourmet del



Ayozar Temprano es un virgen extra gourmet de cosecha temprana que ha sido reconocido con el premio Gran Mezquita en los Premios Mezquita 2024.

mundo; y ha grabado cuñas de radio y un anuncio televisivo que se ha podido visionar en las cadenas comarcales de





Ayozar Cristal es un monovarietal picual de calidad superior y edición limitada.



Ayozar Hogar y *Ayozar Familiar*, la opción ideal para disfrutar en casa con toda la familia.



El Condado. Por otra parte, Aceites Ayozar ha empezado este año a participar en diferentes competiciones nacionales e internacionales con su AOVE Premium, *Ayozar Temprano*,

habiendo inaugurado recientemente su palmarés con el premio Gran Mezquita en la undécima edición del Concurso Ibérico de AOVE-Premios Mezquita 2024.

Con renovados perfiles en Facebook e Instagram y una notable actividad en redes sociales, la empresa utiliza estas herramientas para informar de sus productos y actividades, realizar concursos y sorteos, etc.; al tiempo que comparte los contenidos del blog de su página web: información sobre los beneficios saludables del AOVE y los diferentes tipos de vírgenes extra, características de la variedad picual, recetas... Los proyectos de futuro pasan por afianzarse en el mercado nacional y expandir y dar a conocer la marca, incrementando gradualmente la importancia del producto envasado en su volumen de negocio. 🟢

Aceites Ayozar
(Froilán Albacete, S.L.)
info@aceitesayozar.com
www.aceitesayozar.com



agrama
ciencia y vida



Análisis
Agroalimentarios

Rigor
Esfuerzo
Compromiso

www.laboratorioagrama.com



Riego de olivar en años secos: ¿cómo actuar en situaciones extremas?



Vista general de olivar tradicional de riego.

Por Ana Leyva, Juan Carlos Hidalgo, Victorino Vega y Javier Hidalgo.
Centro IFAPA Alameda del Obispo, Córdoba (@IfapaOlivar)

Ante escenarios de incertidumbre climatológica y escasez de agua, los riegos deficitarios distribuidos en los momentos críticos para el cultivo permiten optimizar la eficiencia del uso de agua en olivar.

Llevamos varios años en los que la precipitación anual ha sido inferior a la media, lo cual tiene una influencia directa sobre el agua almacenada en los pantanos, que actualmente es del 44,8%, 10 puntos inferior a la media de los últimos 10 años, que ya incluyen una serie histórica negativa de sequía (*Tabla 1*). Como bien sabemos, la situación es crítica, con zonas de España donde se están activando planes de emergencia frente a la sequía por encontrarse los valores de agua embalsada en torno al 20% de la capacidad de embalse, como ocurre en la mayoría de las zonas oliveras (*Tabla 1*).

Las temperaturas anormalmente altas (*Tabla 2*) -especialmente en invierno, con más de 2° C respecto a la media

nacional- están alterando la mayoría de los ciclos de los cultivos. Ello, unido a la escasez en la disponibilidad de agua, se traduce en unas pérdidas importantes en la productividad de muchos cultivos que provoca desestabilización en los precios.

En el caso concreto del olivar, la falta de agua en el suelo, junto con temperaturas excesivamente altas coincidiendo con las fases más críticas de la floración, ha provocado en muchas zonas que la producción de aceituna y aceite haya descendido notablemente con respecto a la media, con la consiguiente subida de precios, que están batiendo todos los registros existentes en la serie histórica. Asimismo, hemos comprobado que, en las últimas campañas, el rendimiento graso de la mayoría de olivares -es decir, el porcentaje de aceite en el fruto- ha sido por lo general más bajo que la media interanual

registrada. La causa puede encontrarse en la falta de agua en otoño, periodo en el que se produce la formación de aceite. Cuando los olivos no disponen de agua suficiente para cubrir sus necesidades, como es el caso descrito, el estrés hídrico afecta a la lipogénesis (*Tabla 3*).

Más del 70% del olivar español se cultiva en secano (*ESYRCE, 2023*), con la única aportación del agua de lluvia, que cuando es escasa -como ha ocurrido en las últimas campañas- condiciona prácticamente todas las fases del cultivo del olivo (*Tabla 3*). En este tipo de escenarios climáticos, todas las actuaciones que se hagan en el olivar de secano -poda, manejo de cubiertas, labores, etc.- deben ir encaminadas a preservar el agua almacenada en el suelo.

Pero, ¿qué hacer cuando el olivar tiene posibilidad de riego? En este caso hay



Confíe su cultivo a la experiencia de la marca líder en olivar

HERBICIDAS



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



Microelementos complejados con LS.



La energía más eficiente para su olivar



Estimula la floración y la formación de la aceituna



La salud de hierro para tu olivar



Estimula la actividad del cambium y la circulación de la savia



La fertilización foliar más completa

INSECTICIDAS



Tecnología integrada para el control de la mosca del olivo



Alta eficacia contra las plagas del olivar



syngenta®



© 2024 Syngenta. Todos los derechos reservados. TM 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.



que analizar la situación: previsiones de lluvia, disponibilidad de agua para riego y en qué momentos aplicarla, volumen de copa de la plantación, destino de la aceituna (mesa o aceite) y época del año, teniendo siempre muy presente el ciclo del olivo y cómo afecta en cada momento del mismo el estrés hídrico. En el momento de la publicación de este artículo se antoja prematuro realizar una previsión para la presente campaña, pues no sabemos cómo va a comportarse la climatología. En algunas ocasiones, las lluvias de primavera son excepcionalmente abundantes, haciendo que cambie radicalmente el escenario actual, por lo que aún hay que esperar. En cuanto a la disponibilidad de agua para riego, la situación no es nada halagüeña, pues el agua almacenada en los embalses es muy escasa, inferior a la media en todas las zonas oliveras.

Así, y con la prudencia de hacer unas recomendaciones generales de riego en una situación de partida que es tremendamente complicada por la escasez de agua almacenada en las cuencas hidrológicas, se plantean una serie de consideraciones, fruto del trabajo de investigación y experimentación en riego de olivar desarrollado en el Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera (IFAPA), en colaboración con el Instituto de Agricultura Sostenible (IAS/CSIC). Cabe recordar que en la web SERVIFAPA está disponible la aplicación "Programación del riego y la fertilización en olivar" para elaborar programas de riego específicos y aplicar riegos deficitarios en función de la disponibilidad de agua. Esta aplicación está siendo actualizada por nuestro equipo técnico y confiamos en que pueda estar disponible a lo largo del presente año.

Momentos críticos de estrés hídrico para el olivo

El estrés hídrico, es decir, la falta de agua en un cultivo para cubrir sus necesidades, afecta directamente a la planta desde la fotosíntesis, ya que la primera respuesta a la falta de agua es un cierre estomático más prolongado durante el día, con el fin de reducir la transpiración. Esto supone un apreciable ahorro de agua almacenada en el

Cuenca	Capacidad Total (Hm ³)		%	Situación actual (Feb. 2024) (Hm ³)	%
Tajo	11056	5931	53,6450796	7641	69,1117945
Guadiana	9538	4860	50,9540784	3129	32,8056196
Tinto, Odiel y Piedras	229	181	79,0393013	162	70,7423581
Guadelete-Barbate	1651	881	53,361599	241	14,5972138
Guadalquivir	8028	4041	50,3363229	1710	21,3004484
Cuenca Mediterránea andaluza	1174	565	48,1260647	215	18,3134583
Segura	1140	439	38,5087719	206	18,0701754
Júcar	2846	1363	47,8917779	1367	48,0323261
Ebro	7802	5343	68,4824404	5022	64,3681107
Cuencas internas de Cataluña	677	475	70,1624815	107	15,8050222
Total	44141	24079	54,5501914	19800	44,8562561
Total zonas oliveras	21034	10696	50,8510031	5393	25,6394409

Tabla 1. Capacidad total y situación actual de las cuencas hidrográficas más representativas para el olivar.

Nacional				
2023	Tª Media (° C)	Anomalía*	Precipitación Media (mm)	Porcentaje (%)*
Diciembre	7,5	0,8	33,4	46
Noviembre	11,5	2	71,1	91
Octubre	17,2	2,6	105,1	135
Septiembre	20,2	1,1	67,4	151
Agosto	24,8	1,8	10,1	47
Julio	24,3	1,2	9,9	59
Junio	21,1	1	67,2	210
Mayo	16,1	0,5	60	106
Abril	14,9	3	14,2	22
Marzo	11,6	1,8	21,2	36
Febrero	6,7	-0,4	17,1	33
Enero	5,9	-0,1	59,9	93

Tabla 2. Temperatura y precipitaciones medias nacionales en 2023.

*Respecto al periodo 1991-2020

suelo que, sin embargo, afecta directamente al intercambio gaseoso, reduciendo la tasa de fotosíntesis y la producción de asimilados.

Resulta evidente la importancia de todos los procesos que suceden en el olivar desde la salida del reposo invernal, pero algunos son vitales para garantizar la producción de frutos. A lo largo del ciclo vegetativo y reproductivo del olivo existen algunos periodos especial-

mente críticos a la hora de garantizar la producción (Tabla 3). Así, es crucial que el olivo no padezca estrés hídrico desde la salida invernal hasta que se haya formado la mayoría de células en el fruto, hecho que ocurre a finales de junio (endurecimiento del hueso). Si esto ocurre se verán afectados en mayor o menor medida el crecimiento de brotes, la floración y el cuajado (Tabla 3). Si el invierno y la primavera son se-



BALAM

| AGRICULTURE |

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



BALAM.ES

SULTANA

BALAM AGRICULTURE

La evolución del origen.



sultana.balam.es

-  Mayor productividad
-  Maduración temprana
-  Envero de larga duración y sin caída
-  Amplio periodo de recolección
-  Alto rendimiento graso
-  Fruto de mayor tamaño
-  Reducido vigor
-  Menores costes de poda
-  Resistente al frío
-  Excelente aceite

*¿Quieres aumentar
la rentabilidad de
tu explotación?*

 CULTIVA
CARBONO

cultivacarbono.es



Situación de estrés hídrico severo que afecta a la formación de aceite.

cos y/o se dispone de un suelo con escasa capacidad de almacenamiento de agua, es muy importante un aporte de agua de riego hasta el endurecimiento del hueso, ya que el estrés hídrico podría afectar negativamente al desarrollo de yemas, floración, cuajado, etc., así como al crecimiento vegetativo, por lo que influiría también en la cosecha del año siguiente.

Una vez que se ha formado el fruto y se inicia la lipogénesis, el estrés hídrico provoca un crecimiento menor de las células del fruto, afectando a su tamaño (Tabla 3). La base del riego deficitario consiste en reducir el aporte de agua en este periodo antes de que comience la fase de biosíntesis acelerada, de manera que se pueda optimizar el uso del agua. No obstante, hay que dejar claro que la falta de agua en esta época del año (verano) provoca una reducción en el tamaño final del fruto y, dependiendo del grado de estrés y de la duración del mismo, una tasa de formación de aceite más baja, lo que se traduce en una pérdida de producción final. La estrategia es diferente en las aceitunas destinadas a mesa, pues hay que procurar que el crecimiento del fruto se mantenga, por lo que las reducciones de aporte de agua de riego recomendadas deben ser menores que en el caso de los olivos destinados a la producción de aceite.

Durante el otoño -un periodo de gran actividad lipogénica (formación de aceite) y de desarrollo del fruto (tamaño)-, en nuestras condiciones de clima mediterráneo, las lluvias pueden llegar con retraso, siendo el periodo más sensible

Proceso	Periodo	Efecto del déficit hídrico
Crecimiento vegetativo	Todo el año	Reducción del crecimiento
		Reducción del número de flores al siguiente año
Desarrollo de yemas florales	feb-abr	Reducción número de flores
		Aborto ovárico
Floración	may	Reduce fecundación
Cuajado de frutos	may-jun	Aumenta la alternancia
Crecimiento inicial del fruto	jun-jul	Disminuye el tamaño del fruto
		Menor número de células/fruto
Crecimiento posterior del fruto	jul-cosecha	Disminuye el tamaño del fruto
		Menor tamaño de las células del fruto
Acumulación de aceite	jul-nov	Disminuye el contenido de aceite/fruto

Tabla 3. Efectos del déficit hídrico en los diferentes periodos del ciclo del olivo.

al estrés hídrico. En esta época resulta fundamental cubrir las necesidades de agua del cultivo mediante el riego en caso de que la lluvia sea insuficiente, con el fin de obtener la mayor cantidad de aceite posible. Nuestras recomendaciones de riego deficitario siempre consideran este periodo como el más importante cuando el destino es la producción de aceite.

Recomendaciones generales de riego en olivar para la campaña 2023/24

Es muy complicado hacer una recomendación de riego en este año, donde la sequía amenaza seriamente el estado de los olivares y la posibilidad de aportar agua de riego -aunque sea en cantidades muy deficitarias- no está garantizada en el momento de redactar este artículo. Aún queda la esperanza de una primavera lluviosa que pueda amortiguar parcialmente la situación actual recargando con agua el suelo, lo que serviría para garantizar la disponibilidad del líquido elemento hasta el endurecimiento del hueso, salvando de este modo uno de los momentos cruciales en el ciclo del olivo.

Además, la heterogeneidad de los olivares de riego, en cuanto a marcos de plantación (tradicional, intensivo y seto), desarrollo vegetativo de los árboles (volumen de copa), tipo de suelo (profundidad y textura), destino de la aceituna (mesa o almazara) y datos climáticos (evapotranspiración y precipitación), hacen que cada olivar sea diferente y necesite una programación

personalizada, prestando una especial atención a los momentos críticos. No obstante, a continuación se propone un ejemplo de simulación de riego en una plantación intensiva cuya producción está destinada a aceite, con un volumen de copa medio (8.000 m³/ha.), ubicada en Córdoba y en suelo franco-arcilloso de 1 metro de profundidad. Se presentan tres escenarios diferentes de precipitación durante el periodo comprendido entre febrero y junio. La precipitación efectiva media (precipitación menos pérdidas por escorrentía y drenaje) en esta zona, obtenida de la estación agroclimática del IFAPA Alameda del Obispo (Córdoba), es de 200 mm. La segunda simulación se corresponde con una precipitación mínima de 100 mm.; y la tercera, de 300 mm. Utilizando la aplicación SERVIFAPA "Programación del riego y la fertilización del olivar", para cada caso se ha calculado el riego óptimo necesario para cubrir las necesidades hídricas totales del cultivo, y tres estrategias de riego deficitario con las siguientes dotaciones: RD1 aplicando 50 mm., RD2 con un aporte de 100 mm. y RD3 con 150 mm. de riego. Los resultados obtenidos se muestran en la Tabla 4.

Aún no podemos predecir qué escenario de precipitaciones se va a dar durante esta campaña, pero las estrategias de riego en los tres casos siguen patrones similares, desestimando el mismo en los meses de verano (de junio a agosto) y cubriendo las necesidades hídricas en el mes de septiembre, coincidiendo con el proceso de lipogénesis, independiente-



ADAMA

AGIL®

Tu especialista contra el vallico



AGIL

Con REGISTRO en OLIVAR
para control de Vallico,
Bromus y Hordeum, entre otros.

Escuchamos • Aprendemos • Respondemos

ADAMA.COM



	Pmed						Pmin						Pmax					
	Etc	PE	R Opt	RD1 (50mm.)	RD2 (100mm.)	RD3 (150 mm.)	PE	R Opt	RD1 (50mm.)	RD2 (100mm.)	RD3 (150 mm.)	PE	R Opt	RD1 (50mm.)	RD2 (100mm.)	RD3 (150 mm.)		
Oct	63	70	0	0	0	0	70	0	0	0	0	70	0	0	0	0		
Nov	37	15	0	0	0	0	15	0	0	0	0	15	0	0	0	0		
Dic	32	41	0	0	0	0	41	0	0	0	0	41	0	0	0	0		
Ene	40	57	5	0	0	0	57	7	0	0	0	57	6	0	0	0		
Feb	45	55	2	0	0	0	29	11	0	0	0	66	0	0	0	0		
Mar	56	66	0	0	0	0	33	18	2	8	8	77	0	0	0	0		
Abr	64	55	9	0	0	0	24	29	4	15	16	84	0	0	0	0		
May	82	35	46	15	18	36	5	47	9	33	34	33	39	15	19	38		
Jun	92	8	59	0	15	26	5	70	0	3	19	5	57	0	15	26		
Jul	97	2	60	0	17	29	2	81	0	3	20	2	66	0	17	28		
1-15 Ago	45	4	26	0	7	12	4	35	0	1	8	4	29	0	7	11		
16-31 Ago	45	4	26	0	7	13	4	35	0	1	9	4	29	0	7	12		
Sep	75	29	32	35	35	35	29	42	35	35	35	29	35	35	35	35		
Oct	71	70	23	0	0	0	70	31	0	0	0	70	18	0	0	0		
Nov	44	15	11	0	0	0	15	14	0	0	0	15	0	0	0	0		
Dic	39	41	0	0	0	0	41	0	0	0	0	41	0	0	0	0		
Total	925	567	299	50	100	150	444	420	50	100	150	613	279	50	100	150		

Leyenda
Pmed=Precipitación media Etc=Evapotranspiración de cultivo RD1=Riego Deficitario 1
Pmin=Precipitación mínima PE=Precipitación Efectiva RD2=Riego Deficitario 2
Pmax=Precipitación máxima R Opt=Riego Óptimo RD3=Riego Deficitario 3

Tabla 4. Simulaciones de riego en tres escenarios de precipitaciones diferentes con tres estrategias de riego deficitario: 50, 100 y 150 mm.



mente de la dotación de riego. El aporte de agua en verano cuando la disponibilidad es muy escasa sólo tiene interés para el olivar destinado a la producción de aceituna de mesa o cuando se comprometa la vida de los olivos, si el estrés hídrico es muy severo. El olivo es un árbol adaptado a las condiciones de clima mediterráneo, por lo que dispone de mecanismos adaptativos que le permiten su supervivencia en condiciones severas de sequía. Es recomendable que, si no se producen lluvias suficientes para recargar el perfil del suelo en octubre, se aporte

durante este mes una dotación similar a la aportada en septiembre si ello fuese posible. El resto de agua disponible se distribuiría entre los meses de primavera a fin de garantizar un adecuado crecimiento vegetativo y floración. La principal diferencia entre ellos radica en la fecha de inicio del riego, adelantándose de mayo a marzo cuando las precipitaciones son escasas durante los meses de invierno. En caso de que no se pudiera reservar el agua para aplicarla en otoño, y si existiera disponibilidad de riego durante el verano, la recomendación consistiría en regar con

el agua disponible en ese momento, aun asumiendo que su eficiencia será inferior que si se aplicara en otoño.

Además de utilizar la mencionada aplicación “Programación del riego y la fertilización del olivar”, para ampliar conocimientos sobre la materia son muy recomendables las siguientes lecturas de SERVIFAPA: “Riego en olivar en un año con invierno seco”; “El estrés hídrico y la formación de aceite”; “Situación del riego de olivar en Andalucía. Riegos deficitarios”; y “Riego deficitario en el olivar”.

Agradecimientos

A los proyectos “Experimentación, cooperación y transferencia de tecnología de olivar” (Transforma Olivar 19-21), con código PR.TRA.TRA2019.010; y “Experimentación y transferencia en olivar @lfapaOlivar”, con código PR.TRA.TRA2023.03, cofinanciados al 80% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

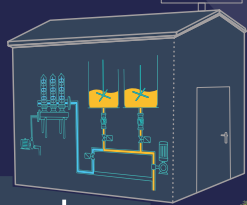


Una única solución
para grandes proyectos agrícolas

AGRÓNIC 4500 + VEGGA



Riego solar



4 cabezales independientes

Registro x sector de acumulados de:

- Agua
- Fertilizante
- Energía

Gran variedad de módulos externos:

Monocable, Radio, AgroBee-L

LoRa

Contador x sector

Gestión a distancia del programador

Agrónic APP 2.0



Gestión programador

NOVEDAD 2024

VEGGA



Gestión programador + finca

Predicción de plagas y enfermedades

AGRIGENIO BASF

Gestión de fincas

Gestión de la Fertirrigación

IRRIGATION MANAGER

Riego de precisión

AGRÓNIC

IrriDesk

¡Y todo ello en una única plataforma!

CONOCE MÁS EN
PROGRES.ES



Gestión programador

NOVEDAD 2024

VEGGA



Gestión programador + finca



CONOCE MÁS EN
VEGGADIGITAL.COM



El caso especial de Portugal dentro del sector oleícola internacional

El olivar tradicional en Portugal ocupa una superficie de 133.270 hectáreas (30,8% de la superficie total), con mayor presencia en las regiones de Beira Interior y Trás-os-Montes. Los olivares de copa moderna ocupan una superficie de 134.000 ha. (31% de la superficie total), con este tipo de olivar representado en todas las regiones de forma similar. Los olivares de alta densidad ocupan 69.300 ha. (16% de la superficie total) y se localizan en las mismas regiones que los modernos olivares en seto; mientras que éstos ocupan una superficie de 95.000 ha. (22% de la superficie total).



Plantación de olivar superintensivo en Montemor-o-Novo, Évora (Alentejo Central).

Por Juan Vilar, consultor oleícola internacional y fundador de Vilcon

En 1999, sólo el 2% del total del olivar portugués era moderno y hoy este tipo de cultivo representa el 63%, lo que significa que en los últimos 20 años el sector olivarero del país luso ha experimentado una profunda transformación: de un olivar tradicional y poco competitivo a un olivar moderno y eficiente, con todos los beneficios directos e indirectos que ello conlleva.

La *Figura 1* muestra la evolución de la superficie de olivar en Portugal. Destaca el crecimiento de la superficie moderna y la disminución de los olivares tradicionales, que fueron abandonados o transformados en olivares modernos. De igual forma, se puede observar cómo a partir de la campaña 2017/18 se produce un descenso de la superficie cultivada en copa de secano. Esto denota la apuesta de Portugal por modernizar el cultivo y llevarlo a su máximo rendimiento. Hablamos del primer país donde se inició la transformación de olivar moderno de copa hacia olivar

[[Portugal es el primer país donde se inició la transformación de olivar moderno de copa hacia olivar moderno en seto]]

moderno en seto. Toda una declaración de intenciones que anticipaba la tendencia de lo que podría suceder en el resto del planeta.

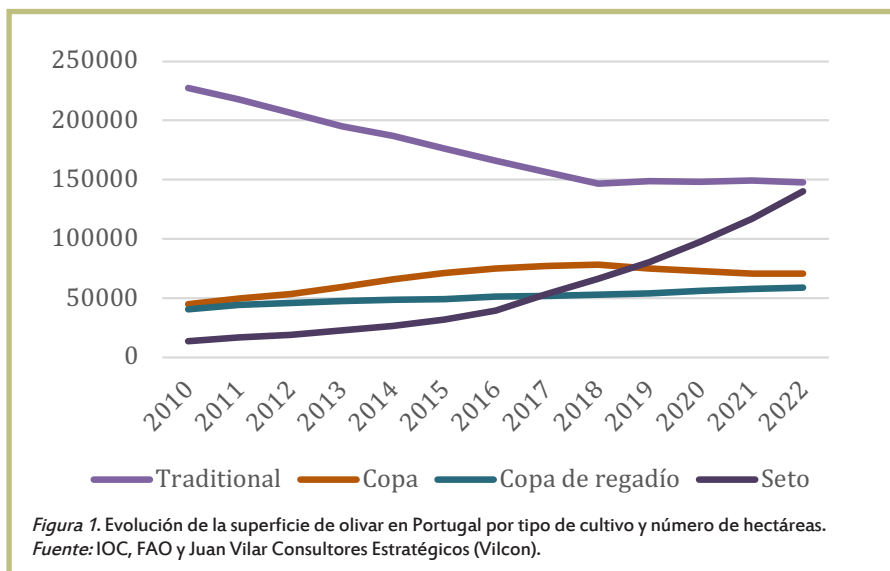
Evolución de la producción en Portugal

Portugal, gracias a su elevada producción de aceite de oliva virgen extra y al hecho de iniciar la recolección unas tres semanas antes que España, es un proveedor privilegiado de Italia, así como de otros destinos internacionales, ya que es el primero en ofrecer AOVE fresco en el mercado europeo.



Olivar superintensivo de la variedad coriana en Vidigueira, Beja (Bajo Alentejo).

La *Figura 2* muestra la evolución de la producción en Portugal por tipo de cultivo. Sin embargo, todos ellos se ven afectados por la climatología -especialmente por la temperatura-, ya que en la principal zona de producción del país el suministro de agua no está restringido, por lo que las precipitaciones no afectan en la misma medida que en otros países o regiones. Este



[[Gracias a su elevada producción de virgen extra y al hecho de iniciar la recolección unas semanas antes que España, el país luso es el primero en ofrecer AOVE fresco en el mercado europeo]]

fundamentalmente por la escasez de mano de obra y una mejora competitiva de este tipo de olivar respecto a otras categorías.

Tendencias futuras

Manteniendo la evolución estudiada en los últimos tiempos, así como la mejora continua de la olivicultura

factor, junto a la juventud de las plantaciones y a la continua transformación de los olivares hacia plantaciones más modernas, refleja en la figura los efectos de la evolución productiva en términos reales.

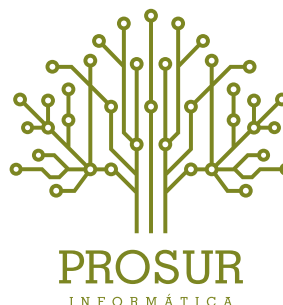
En la anterior representación gráfica referida a la evolución de la producción en Portugal comprobamos que en las cuatro últimas campañas -no incluye 2023- se observa una clara evolución hacia el olivar en seto, provocada

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





Portugal podría situarse como tercer mayor país productor de aceite de oliva del planeta en no más de cinco campañas

Plantación de olivar superintensivo en Moura, Beja (Bajo Alentejo).

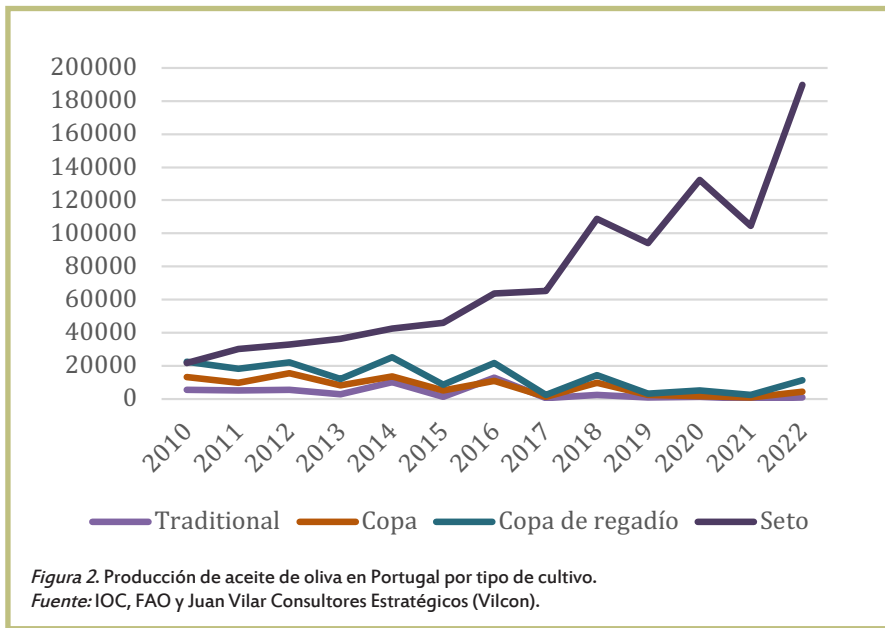


Figura 2. Producción de aceite de oliva en Portugal por tipo de cultivo. Fuente: IOC, FAO y Juan Vilar Consultores Estratégicos (Vilcon).

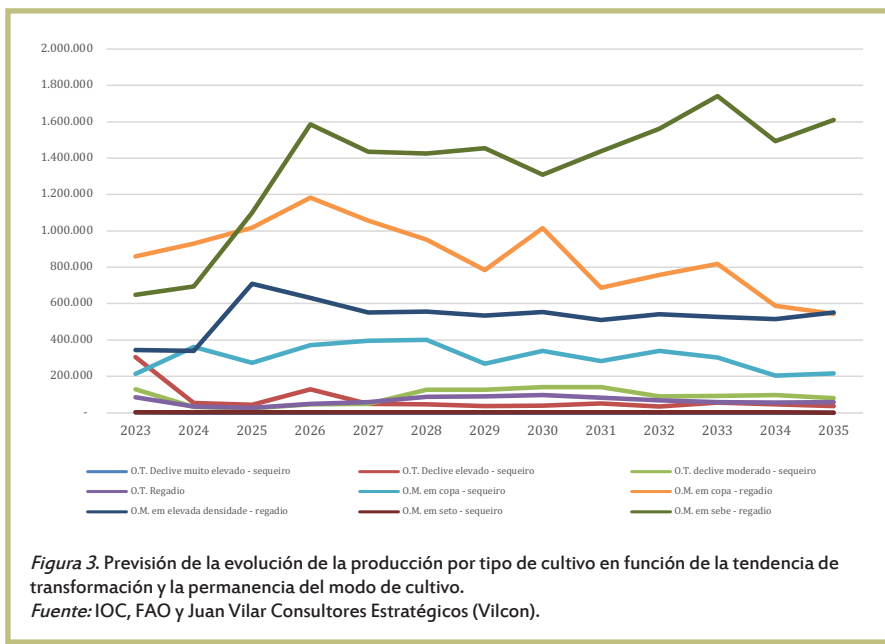


Figura 3. Previsión de la evolución de la producción por tipo de cultivo en función de la tendencia de transformación y la permanencia del modo de cultivo. Fuente: IOC, FAO y Juan Vilar Consultores Estratégicos (Vilcon).

moderna y la mayor disponibilidad de recursos en las zonas clave para la producción de aceite de oliva, podemos afirmar que ésta seguirá creciendo de forma constante y a un ritmo elevado. Ello siempre y cuando las condiciones climatológicas sigan siendo normales, teniendo en cuenta que las circunstancias vividas en las últimas campañas distan mucho de la situación normal acontecida hasta entonces.

Sin negar que esta anomalía climática pueda volver a producirse, es de esperar que lo haga a largo plazo y que los recursos agronómicos sean diferentes, en caso de que suceda. Por lo tanto, con el inicio de un potencial nuevo ciclo climático los rendimientos aumentarían, lo que, unido a una mayor superficie plantada y una mayor eficiencia en el manejo, traerían consigo un incremento productivo que podría llevar a Portugal a una posición de privilegio como tercer mayor país produc-

tor de aceite de oliva del planeta en no más de cinco campañas.

Siguiendo los parámetros explicados anteriormente, podemos hacer una proyección de la posible producción mundial de aceite de oliva, según el tipo de cultivo. Así, los cultivos de mayor crecimiento en el mundo son los setos de regadío y el sistema de alta densidad, que reportarán la mayor producción mundial, tal y como se representa gráficamente en la Figura 3.





CORIANA®

Fatto in Italia

EL RENACIMIENTO DEL OLIVAR

La variedad italiana Coriana ofrece un aceite equilibrado con un alto contenido en polifenoles, más del doble que Arbequina, lo cual, aparte de estabilidad, aporta ese amargo y picante tan interesante. Un aceite excepcional tanto como monovarietal como mejorador de AOVEs muy maduros. Coriana es una variedad muy indicada para plantaciones con disponibilidad hídrica suficiente, proporcionando altas producciones de AOVE de una elevada calidad organoléptica.



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI BARI
ALDO MORO



En los ensayos de mejora genética realizados por Todolivo

Todolivo I-15^P, imbatible en productividad

Variedad Todolivo I-15^P. Ensayo de Mejora Genética del Centro de Investigación "Las Hazuelas" (Córdoba).



Hace 16 años una nueva y desconocida variedad identificada como I-15 fue concebida y plantada al poco tiempo, con apenas 40 cm. de altura, en la finca de investigación "Cruz de los Huertos", junto con el resto de las 1.344 variedades obtenidas en la primera fase de cruzamientos del Programa de Mejora Genética de Todolivo. Se iniciaba un largo y exigente proceso de evaluación en campo del que nadie podía presagiar el deslumbrante futuro que le deparaba a esta prometedora variedad.

Desde entonces, Todolivo I-15^P ha acumulado un extraordinario historial productivo y ha participado en numerosos ensayos realizados en diversas ubicaciones agroclimáticas, tanto de secano como de riego, con el fin de completar la rigurosa evaluación a la que Todolivo somete a las nuevas variedades obtenidas de su Programa de Mejora Genética. En todos estos ensayos, Todolivo I-15^P se ha mostrado imbatible en productividad, superando no sólo a sus progenitores -los clones, I-43[®] Arbosana e I-38[®] Koroneiki-, sino también a todas las variedades tradicionales con las que ha sido comparada.

Buena prueba de ello son los resultados obtenidos un año más en los



Centro de Investigación de secano "Calderito Alto" (Córdoba).

macro-ensayos de mejora genética que Todolivo realiza en los Centros de Investigación "La Mata" (riego), "Las Hazuelas" (riego/secano) y "Calderito Alto" (secano). En estos ensayos, Todolivo I-15^P se evalúa junto a 102 variedades,

71 de ellas pertenecientes al Programa de Mejora Genética de Todolivo y 31 variedades tradicionales. En todos ellos, la media de kilos de aceite/ha. obtenida por Todolivo I-15^P en la totalidad de las cosechas recogidas hasta el día de hoy





Tabla II. FINCA “CALDERITO ALTO”

(Plantada a marco + amplio)

SECANO

Histórico productivo de kg. aceite/ha.

VARIETADES	2020	2021	2022	2023	MEDIA
FECHA RECOLECCIÓN	18-21 OCT.	26-28 OCT.	5-7 NOV	28-29 OCT	Héctarea
TODOLIVO I-15 ^P	442,46	890,94	1.337,77	1.543,20	1.053,59
CLON I-11 [®] PICUAL	287,97	1102,78	1035,90	801,38	807,01
CLON I-43 [®] ARBOSANA	329,19	1102,63	936,24	758,75	781,70
CLON I-63 [®] PICO LIMON	300,74	764,05	1.316,26	594,5	743,89
CLON I-21 [®] ARBEQUINA	342,38	779,1	927,33	874,4	730,8
CLON I-57 [®] M. CACEREÑO	350,85	876,51	745,11	774,70	686,79
CLON I-58 [®] CORN. JAÉN	306,22	414,73	1.507,54	398,87	656,84
SIKITITA ^P	255,46	725,65	798,22	704,78	621,03
CLON I-112 CHANLOT R.	333,53	245,02	1.129,12	715,25	605,73
CLON I-38 [®] KORONEIKI	330,50	562,03	855,86	638,55	596,74
CLON I-55 [®] BLANQUETA	187,02	862,14	695,73	622,13	591,76
CLON I-65 [®] ARRONIZ	261,99	624,90	633,44	660,90	545,31
CLON I-61 [®] MANZ. CORD.	98,96	621,46	645,23	716,77	520,6
CLON I-64 [®] OCAL	149,25	234,03	1.068,32	479,64	482,81
CLON I-53 [®] HOJIBLANCO	146,85	513,87	796,37	444,61	475,42
CLON I-104 [®] VERDIAL B.	298,44	481,08	663,89	383,89	456,82
CLON I-59 [®] PICUDO	351,71	171,76	787,62	506,38	454,37
CLON I-115 [®] CORD. SERPA	283,39	213,78	869,96	408,78	443,98

Tabla I. FINCA “LA MATA”

Tabla I. Besana “Cortijo Este” (plantada a marco + amplio)

RIEGO

(Kg. aceite/ha.)

VARIETADES	2018	2019	2020	2021	2022	2023	MEDIA
FECHA RECOLECCIÓN	22-23 DIC	16-17 NOV	11-12 NOV	5-6 DIC	17-18 NOV	6-7 NOV	Héctarea
TODOLIVO I-15 ^P	1.746,23	1.915,19	2.090,86	1.669,26	2.087,85	1653,72	1.860,52
CLON I-43 [®] ARBOSANA	1.560,54	1.648,31	1.789,69	1.325,19	2.314,77	1205,29	1.640,63
CLON I-11 [®] PICUAL	1.618,36	1.239,42	2.462,43	127,24	2.602,57	602,47	1.442,08
CLON I-21 [®] ARBEQUINA	1.594,05	1.211,82	2.029,85	921,52	1.668,03	1207,71	1.438,83
SIKITITA ^P	1.170,95	1.315,64	1.942,12	720,64	1.968,92	989,45	1.351,29
CLON I-38 [®] KORONEIKI	682,89	1.665,24	1.887,05	427,68	1.865,86	1167,73	1.282,74
CLON I-23 [®] IMPERIAL	1.178,57	848,99	2.016,76	289,02	2.017,35	812,99	1.193,95
CLON I-65 [®] ARRONIZ	266,73	952,18	1.501,99	239,21	2.045,14	934,47	989,95
CLON I-57 [®] M. CACEREÑO	682,53	200,68	1.704,28	118,63	2.254,46	346,17	884,46
CLON I-55 [®] BLANQUETA	506,42	601,36	1.453,52	303,14	1.715,13	715,37	882,49
CLON I-58 [®] CORN. JAÉN	97,18	853,03	820,79	505,39	2.570,39	263,17	851,66
CLON I-69 [®] CALLOSINA	231,01	555,38	1.203,42	158,80	1.935,84	292,12	729,43



-seis en La Mata y cuatro en “Las Hazuelas” y “Calderito Alto”- ha sido superior a la de sus progenitores y a la de la

totalidad de las 31 variedades tradicionales testigo con las que se le compara en dichos ensayos.

A continuación, un resumen del histórico productivo de Todolivo I-15^P en comparación con las variedades tradicionales más productivas de los ensayos de mejora genética realizados en las besanas de cultivo “Cortijo Oeste” y “Cortijo Este” de la finca “La Mata”, ambas de riego, así como en la finca de secano “Calderito Alto”.

Por otra parte, Todolivo I-15^P posee una alta capacidad para producir ramas muy productivas de entrenudos cortos, que distribuye por toda su superficie foliar, lo que le permite concentrar una gran cantidad de aceitunas en el árbol y mantener una alta constancia productiva todos los años.





Tabla I. FINCA "LA MATA"

Tabla I. Besana "Cortijo Oeste" (plantada a marco amplio)

RIEGO

(Kg. aceite/ha.)

VARIETADES	2018	2019	2020	2021	2022	2023	MEDIA
FECHA RECOLECCIÓN	22-23 DIC	16-17 NOV	11-12 NOV	5-6 DIC	17-18 NOV	6-7 NOV	Héctarea
TODOLIVO I-15 ^P	1.848,62	2.230,64	2.176,95	3.080,64	1.987,50	2.139,48	2.243,97
CLON I-43 [®] ARBOSANA	1.585,01	1.808,27	1.949,57	2.478,96	2.223,20	1.704,63	1.958,27
CLON I-21 [®] ARBEQUINA	2.008,37	2.084,33	2.150,26	2.073,36	1.999,06	1.423,92	1.956,55
CLON I-11 [®] PICUAL	1.764,52	1.701,45	2.745,25	701,85	2.821,72	647,98	1.730,46
CLON I-38 [®] KORONEIKI	1.059,08	1.989,31	1.911,13	1.543,90	2.177,13	1.216,69	1.649,54
SIKITITA ^P	1.333,18	1.310,19	1.974,10	1.737,01	2.275,39	1.207,59	1.639,58
CLON I-65 [®] ARRONIZ	561,63	1.021,66	1.705,42	606,27	2.351,88	1.186,38	1.238,87
CLON I-23 [®] IMPERIAL	1.270,31	637,21	1.745,38	698,22	1.959,52	827,09	1.189,62
CLON I-55 [®] BLANQUETA	587,60	743,92	1.678,19	974,18	1.801,08	1.138,80	1.153,96
CLON I-69 [®] CALLOSINA	618,85	944,37	1.129,34	529,72	2.492,97	660,39	1.062,61
CLON I-57 [®] M. CACEREÑO	960,93	340,83	2.004,09	203,01	2.434,72	322,10	1.044,28
CLON I-59 [®] PICUDO	844,26	348,20	1.488,43	225,31	2.049,76	831,78	964,62
CLON I-53 [®] HOJIBLANCO	265,49	489,73	1.368,15	409,15	2.079,80	709,44	886,96
CLON I-58 [®] CORNEZ. JAÉN	199,22	1.108,85	505,30	682,78	2.145,41	366,06	834,60



Variedad Todolivo I-15^P. Centro de Investigación de riego "Las Hazuelas" (Córdoba).

Tiene un rendimiento graso elevado, especialmente en cosecha temprana, cuando marca las mayores diferencias respecto al resto de variedades. Esto le permite anticipar la recolección para optar a los precios más altos del aceite que suelen darse al principio de la campaña.

Además, muestra una alta rusticidad y una buena adaptación a diferentes suelos y climas, mostrando un comportamiento óptimo tanto en seco como en riego.

Su porte abierto y su vigor medio/bajo la hacen idónea para el cultivo en seto,

lo que facilita su formación y mantenimiento en falsa palmeta, contribuyendo al cierre de los espacios en el línea y a la rápida creación del seto. En cuanto a la poda, es sencilla, lo que hace que su manejo sea muy económico.

Presenta rasgos morfológicos que favorecen su adaptación al seco como, por ejemplo, su potente sistema radicular y hojas coriáceas, lo que le permite una mejor captación de la humedad del suelo, así como la reducción de la transpiración y evaporación del agua. Sus producciones en seco son espectaculares, terminando con solvencia la maduración de sus frutos, en unos ensayos donde persiste la sequía durante años.

Respecto a las enfermedades, se muestra resistente al repilo y tolerante a *Verticilium* y tuberculosis.

Además, esta variedad produce un aceite de gran calidad que fusiona a la perfección las características organolépticas de sus padres, arbosana y koroneiki. Este aceite se caracteriza por un frutado intenso con aromas que recuerdan a hierba fresca y frutas verdes. En boca, se presenta suave y fresco, con un ligero picor y amargor que lo hacen muy atractivo y equilibrado al paladar. 🟢



Todolivo I-15^P

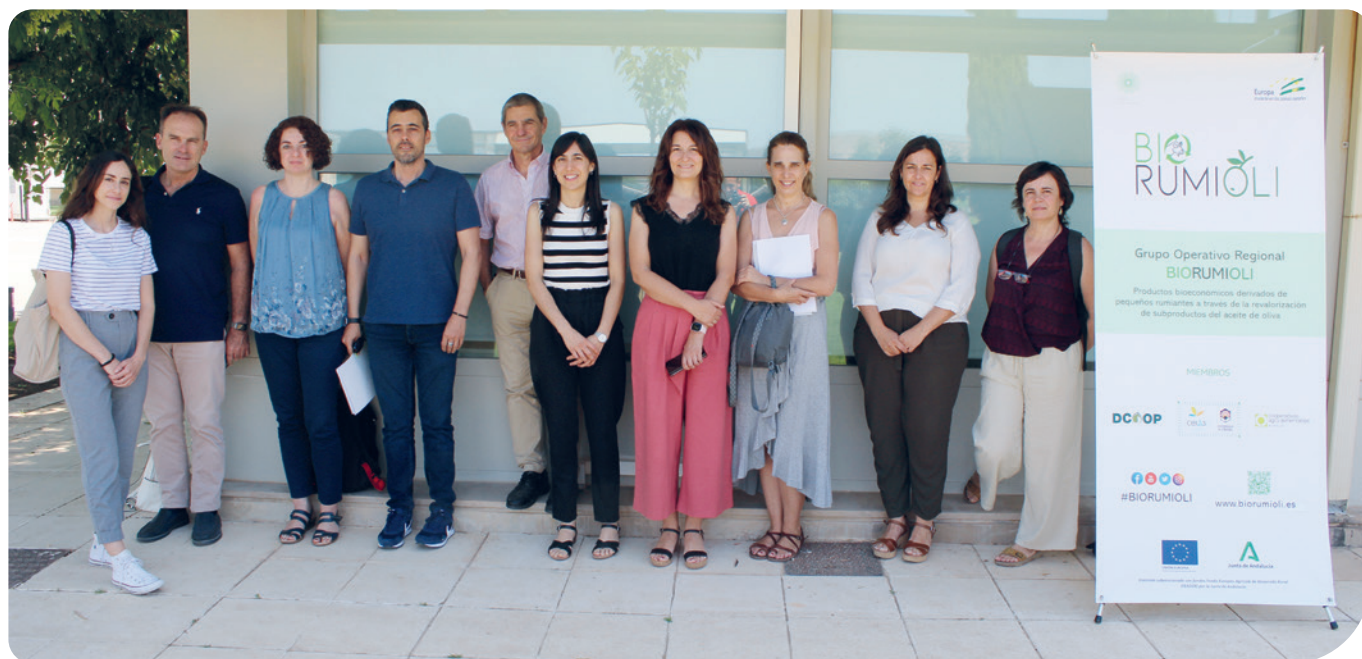


*La nueva variedad que revoluciona
la olivicultura mundial*

Idónea para Olivar en Seto - Elevado rendimiento graso temprano - Alta y constante capacidad productiva - Fácil y económico manejo - Tolerante a enfermedades - Excepcional AOVE



BIORUMIOLI : Productos bioeconómicos derivados de pequeños rumiantes a través de la revalorización de subproductos del aceite de oliva



El Grupo Operativo BIORUMIOLI es un proyecto estratégico e innovador que obtendrá productos lácteos bioeconómicos y funcionales producidos a partir de pequeños rumiantes alimentados con un subproducto de la industria del aceite de oliva, la pulpa de aceituna. Este ingrediente será incorporado a su dieta mediante una tecnología o combinación de ellas que serán eficientes y económicamente viables para su transformación. Para garantizar la trazabilidad de los productos generados y la información al consumidor se hará uso de las TIC mediante el desarrollo de códigos QR.

El Grupo Operativo (G.O.) BIORUMIOLI “*Productos bioeconómicos derivados de pequeños rumiantes a través de la revalorización de subproductos del aceite de oliva*” posee un enfoque dirigido a la bioeconomía circular, de manera que un subproducto, como es el caso de la pulpa de aceituna, no sólo se valore por el hecho de ser reutilizado, sino que aporte un beneficio añadido como consecuencia. Se trata de un proyecto innovador y estratégico que abarca áreas temáticas como la agricultura, la mejora de las técnicas de producción, productividad y procesos, industria agroalimentaria, seguridad alimentaria, caracterización organolépti-

ca, investigación de mercados y comercialización, alineándose con el principal objetivo de la Estrategia Andaluza de la Bioeconomía Circular.

Así, contribuye al crecimiento y desarrollo sostenible de Andalucía impulsando el fomento de la producción de recursos y de procesos biológicos renovables, específicamente al incrementar la disponibilidad de biomasa sostenible para su aprovechamiento mediante tratamientos innovadores, lo que podría suponer un aumento potencial del número de bioindustrias en esta Comunidad, e incrementando los mercados y el consumo de bioproductos y bioenergía andaluces.

¿Para qué BIORUMIOLI?

BIORUMIOLI nace para demostrar que la pulpa de aceituna puede introducirse en la dieta de pequeños rumiantes aumentando la rentabilidad de las explotaciones ganaderas y creando una alternativa para la industria del aceite de oliva, logrando un uso más eficiente de la energía aplicada a la gestión de subproductos y a la reducción de la emisión de óxido nitroso y metano procedentes de la quema de biomasa.

También para evaluar la viabilidad técnica del tratamiento y los costes de valorización de la pulpa de aceituna para la inclusión en las dietas de caprino, que suponga un retorno económico



a los productores primarios (almazaras y agricultores); así como para estudiar la viabilidad tecnológica de la elaboración de derivados lácteos con leche de cabra, obtenida mediante alimentación funcional con pulpa de aceituna.

Otros objetivos del proyecto son estudiar las preferencias, potencial aceptación y disposición a pagar por parte de los consumidores de productos animales (leche y derivados lácteos) que incorporen preparados bioeconómicos de subproductos

del aceite de oliva en su dieta; además de estudiar el impacto ambiental de la inclusión en la dieta de pequeños rumiantes de subproductos del aceite de oliva.

Por último, el G.O. BIORUMIOLI permitirá hacer uso de las TIC me-

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



[BIORUMIOLI nace para demostrar que la pulpa de aceituna puede introducirse en la dieta de pequeños rumiantes aumentando la rentabilidad de las explotaciones ganaderas y creando una alternativa para la industria del aceite de oliva]



diante códigos QR asociados a productos lácteos bioeconómicos y funcionales para garantizar su trazabilidad e información al consumidor.

Resultados previstos

En cuanto a los resultados que se espera conseguir con este proyecto, son los siguientes:

- promover un sector agrícola que utilice eficientemente los recursos y sea económicamente viable, productivo y competitivo;
- contribuir a un abastecimiento estable y sostenible de alimentos para el ganado y los seres humanos;
- mejorar los procesos encaminados a la protección del medio ambiente;
- acortar la distancia entre la oferta científica investigadora y las necesidades de los sectores agrario y alimentario, creando vínculos entre los conocimientos y tecnologías punteros y los agricultores y ganaderos (productores);
- crear valor añadido a través de una relación más estrecha entre investigación y prácticas agrícolas y ganaderas;
- promover una aplicación práctica más rápida e implantada de soluciones innovadoras.



Miembros del G.O. BIORUMIOLI en el encuentro celebrado en Armilla (Granada) para conocer la evolución de los ensayos.

Encuentro de coordinación en Granada

El G.O. BIORUMIOLI celebró un encuentro -presencial y telemático- el pasado 16 de enero en el municipio granadino de Armilla para conocer el estado y evolución de los ensayos desarrollados en este proyecto y mantener un reunión de coordinación en la que se repasaron las actuaciones desplegadas hasta el momento y se proyectaron nuevas acciones.

Durante el encuentro se realizó una visita a las instalaciones de la Esta-

ción Experimental del Zaidín (EEZ-CSIC) con objeto de conocer la labor de investigación en esta fase del proyecto, en la que se aborda la caracterización nutritiva de la pulpa de aceituna, la elaboración de piensos experimentales y prácticos que incluyen dicha pulpa, y su valoración nutritiva mediante experimentos *in vitro* y con animales.

Según explicó el investigador Ignacio Martín, en los ensayos desarrollados en el Departamento de Nutrición y Producción Animal Sostenible (EEZ-CSIC) uno de los retos iniciales al abordar las pruebas *in vivo* es "la aceptación por parte del animal del sabor de la pulpa de aceituna y, por tanto, la capacidad de ingesta de este subproducto, pero hemos comprobado que, con la formulación de este pienso experimental, los resultados prometen ser muy exitosos".

Entre los próximos pasos del proyecto se encuentra la demostración en granja, en la que se obtendrá la leche necesaria para fabricar los productos que serán valorados finalmente en el proyecto.

Esta iniciativa está formada por Dcoop Sociedad Cooperativa Andaluza y el Campus de Excelencia Internacio-



Visita a las instalaciones de la Estación Experimental del Zaidín (EEZ-CSIC) por parte de los miembros del G.O. BIORUMIOLI.



nal Agroalimentario (ceiA3), junto con investigadores de la Universidad de Córdoba de los grupos “Economía Agraria, del Agua y de los Recursos Naturales” (EAARN) y “Water, Environmental and Agricultural Resources Economics” (WEARE), y Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía. El proyecto está financiado con Fondos Europeos Agrícolas de Desarrollo Rural (FEADER) y de la Junta de Andalucía en la convocatoria para el Funcionamiento de Grupos Operativos Regionales de la Asociación Europea de Innovación en Materia de Productividad y Sostenibilidad Agrícola (EIP AGRI) de 2020. 🍯

<https://biorumioli.es/>



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural



Junta de Andalucía

Inversión subvencionada con fondos Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) por la Junta de Andalucía

¡Sabor que se pega en cada gota!

La etiqueta que se queda contigo.



Adhesivas Ibi
FÁBRICA DE ETIQUETAS



www.adhesivasibi.com





ORO *di* MILAS

Tradición, espíritu rebelde y calidad Premium



El aceite de oliva virgen extra *Oro di Milas* se produce en la zona histórica de Milas, en Anatolia (Turquía), a partir de una variedad autóctona de la región, la memecik. En 2020, Emine Colin regresó al país de su familia y se enamoró de las ondulantes colinas cubiertas de olivos de Milas. Lo que comenzó con la compra de un olivar de 20 acres derivó en la adquisición de más de 200 hectáreas de olivar tradicional de secano -principalmente de montaña- acariciado por la brisa del mar Egeo y la construcción, en 2022, de una moderna almazara de última generación.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

Capital y sede del distrito del mismo nombre, la antigua ciudad de Milas, en la provincia de Muğla, en el suroeste de Turquía, presume de una rica historia. No en vano, fue la primera capital de la antigua Caria y del Beylicato anatolio de Menteşe (1260-1424) en la época medieval. Asimismo, la región turca de Milas cuenta con una larga tradición en la producción de aceite de oliva. Las fuentes históricas indican que el cultivo del olivo se inició en Anatolia hace aproximadamente 6.000 años. Durante la época otomana, la región era muy famosa por su oro líquido y exportaba grandes cantidades, lo que impulsó notablemente su economía.

Dicho cultivo desempeña un papel importante en la economía local, ya que casi dos tercios de la producción de aceitunas de la provincia de Muğla proceden de Milas. Aquí se cultiva una variedad autóctona, la memecik, cuyo fruto es de tamaño medio, con forma ovalada y un pequeño pezón en su extremo. Las aceitunas memecik son más ricas en antioxidantes que casi todas las demás variedades turcas y también que muchas internacionales. No es casualidad que el aceite de oliva de Milas haya sido registrado por la Unión Europea como DOP y cuente con la certificación pertinente.

La propietaria y fundadora de Emine's Olive Oil, Emine Catalbas Colin, nació en Corum y creció en Estambul,

pero el tiempo que pasó con su abuela en la Turquía rural “me enseñó mucho sobre la vida en el campo y plantó las primeras semillas de mi interés por la naturaleza y el medio ambiente”, asegura. Con 19 años, Emine se negó a acatar las rígidas normas de la estricta sociedad turca de entonces y sintió que necesitaba explorar el mundo y comenzar un nuevo capítulo en su vida. Fue entonces cuando se trasladó a EEUU, donde se matriculó en el ROTC (Cuerpo de Entrenamiento de Oficiales de la Reserva, por sus siglas en inglés), un programa universitario ofrecido en más de 1.700 escuelas y universidades que prepara a los estudiantes para que se conviertan en oficiales de las Fuerzas



Armadas de EEUU. Tras servir en la Guardia Nacional, Emine viajó por todo el mundo con el U.S. Army Dental Corps obteniendo el rango de Mayor, y finalmente se estableció en el norte de California, donde formó una familia y abrió su propia consulta de endodencia.

Tras conocer a su actual marido, Mark Colin -co-fundador en 2020 de Eminems Olive Oil-, Emine decidió regresar a su país natal y conectar con sus raíces. Fue entonces cuando, tras deleitarse con la contemplación de los vastos campos de olivos, surgió la idea de sumergirse en el cultivo y la producción del zumo de aceituna. “Mark y yo viajamos mucho por Turquía -rememora nuestra protagonista-, recorrimos en coche la región de Milas y nos enamoramos de la belleza natural de la zona, pero nos costó encontrar lo que buscábamos. Hasta que un día hallamos una gran propiedad de olivares centenarios en mal estado a las afueras de Milas. Su propietaria, una mujer mayor, nos

Oro di Milas es el feliz resultado de la combinación entre la pasión por el zumo de aceituna y la iniciativa empresarial femenina; su objetivo no es otro que erigirse en abanderado de la excelencia y embajador de la cultura turca en el resto del mundo

explicó que la generación más joven se había marchado en busca de oportunidades a ciudades más grandes -como le había ocurrido a mi padre cuando yo era pequeña- y que no estaba interesada en cuidar las tierras de la familia. Nos

sentimos tan en paz paseando por este mágico lugar que decidimos adquirir 20 acres que más tarde se convirtieron en 500 -algo más de 200 ha.- distribuidas en cuatro fincas con más de 8.500 árboles. Y ahí empezó todo”.

Huérfanos abandonados

En efecto, la adquisición de los huertos -principalmente de montaña- que componen su finca fue una misión de rescate de un olivar abandonado cuyos árboles se habían descuidado durante años a medida que las familias envejecían. “Caminando por estos hermosos y milenarios olivares sentí que los árboles me llamaban como huérfanos abandonados necesitados de una madre que lloraban pidiendo que alguien se ocupara de ellos”, recuerda Emine. Cuando se corrió la voz en toda la comunidad, más y más familias se acercaron a conocer su proyecto. “Mientras recolectamos, molturamos y embotellamos nuestra primera cosecha, sentí que quería pasar el



resto de mi vida dedicada a la búsqueda del mejor AOVE que fuese capaz de elaborar y compartir con el mundo”.

Hoy, Emine Colin confiesa sentirse “asombrada, desafiada, emocionada, abrumada y seducida por la sensualidad de este líquido dorado”. Todos los árboles, exclusivamente de la variedad memecik, son centenarios -entre 100 y 600 años-, se cultivan siguiendo las directrices de la agricultura ecológica y se destinan a la producción de AOVE de alta calidad. “Nos aseguramos de que nuestros métodos sean respetuosos con la naturaleza y el medio ambiente, con la comunidad local y con todos los que participan en el proceso”.

Las fincas se encuentran a menos de media hora de la almazara y disfrutan de condiciones microclimáticas diferentes: si uno de los huertos recibe los rayos de sol por la mañana, otro lo hace por la tarde. Eso sí, todos ellos se caracterizan por un difícil acceso que complica la recolección, que tiene lugar cuando los frutos están en su punto óptimo de maduración, normalmente entre mediados de octubre y mediados de



Emine Catalbas Colin, propietaria y fundadora de Eminems Olive Oil.



“Respetamos y honramos el esfuerzo necesario para llevar los frutos de la cosecha de cada año desde las colinas hasta la almazara. Aquí valoramos cada aceituna”, afirma Emine Colin

noviembre. La selección se realiza manualmente y las aceitunas se transportan a la almazara en cajas abiertas molturándose el mismo día de la recogida en un plazo no superior a 6 u 8 horas.

De la primera cosecha, en 2021, se obtuvieron aproximadamente tres toneladas de AOVE en un molino cooperativo. Enseguida se hizo evidente la necesidad de contar con su propia almazara para producir el AOVE que pretendían, finalizando la obra justo a tiempo para la cosecha de 2022. La empresa también construyó un espacio cultural y para

eventos con objeto de atraer turismo y ofrecer formación relacionada con el virgen extra, completándose las instalaciones a comienzos de septiembre de 2023. Esa campaña se saldó con más de 13 toneladas de AOVE, una producción que se ha visto reducida en 2023. “Creemos que, de media, deberíamos ser capaces de producir entre 12 y 15 toneladas de AOVE”, asegura Emine.

Con una plantilla de cinco empleados a tiempo completo, la almazara de última generación de Eminems Olive Oil, MORI-TEM Cultivar 500, está certificada como ecológica y recurre a las mejores prácticas para minimizar su impacto sobre el medio ambiente. “Cuando empezamos a molturar en Milas nos encontramos con mucho escepticismo entre el resto de productores. Solicitamos diferentes métodos de procesamiento de nuestras aceitunas y nos preguntaron repetidamente que por qué estábamos destruyendo nuestra cosecha. Sólo cuando se envasó y les ofrecimos muestras se sorprendieron de la calidad de nuestro AOVE y comenzamos a recibir comentarios elogiosos acerca del increíble aroma y sabor de nuestro virgen extra. Entonces





algunos de los productores empezaron a preguntar y se mostraron interesados en que nuestro equipo los ayudara con la molturación de sus aceitunas”.

“Estamos plenamente comprometidos con la idea de que el AOVE no es sólo un condimento, sino que ofrece mucho más a los alimentos que comemos -añade Emine-. Un buen AOVE de cosecha temprana y alto contenido fenólico también ofrece increíbles beneficios para la salud. El olivo, la rama, la hoja y el fruto simbolizan la paz, la salud y el amor por la generosidad de la tierra. Respetamos y honramos el esfuerzo necesario para llevar los frutos de la cosecha de cada año desde las colinas donde vegetan los árboles hasta la almazara para su procesamiento. Aquí valoramos cada aceituna”.



las vidas de los miembros de mi comunidad”, reconoce.

Oro di Milas es el feliz resultado de la combinación entre la pasión por el zumo de aceituna y la iniciativa empresarial femenina. Su objetivo no es otro que erigirse en abanderado de la excelencia y embajador de la cultura turca en el resto del mundo. “Me encantaría que, a través de la degustación de nuestro AOVE, la gente se anime a conocer mi

Empoderamiento femenino y amor a la comunidad

La apasionante trayectoria vital de esta intrépida mujer de espíritu rebelde e inconformista está llena de amor a la comunidad local, valentía para afrontar nuevos retos y empoderamiento femenino. “Cuidar de los demás siempre ha constituido una prioridad para mí, así como encontrar fórmulas para mejorar

país, con sus hermosas playas y ciudades en las colinas, y su maravillosa cocina. Ojalá podamos construir un mundo mejor para las generaciones futuras mediante la comprensión y el aprecio”.

Con su proyecto, los Colin han ayudado a revitalizar la economía local, ofreciendo nuevas oportunidades de empleo y sirviendo de ejemplo para otros productores. Entusiasta defensora de la



LLENADORAS VOLUMÉTRICAS Y MÁSCAS



EQUIPOS ROTATIVOS Y LINEALES

- Llenadoras para aceite comestible con sistemas volumétricos, caudalímetros máscas 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 Auserre S.L.

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

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

auserre@auserre.es
www.auserre.es

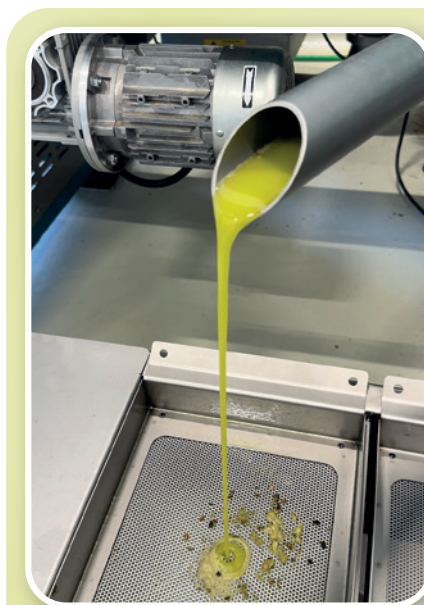


iniciativa empresarial femenina, Emine ha ayudado a muchas mujeres de su comunidad dándoles la oportunidad de trabajar en el campo y en la almazara, al tiempo que ha promovido múltiples actividades orientadas al emprendimiento femenino. Pero la ambición de la fundadora de *Oro di Milas* no se detiene ahí. “Me gustaría educar a los miembros de esta comunidad y enseñarles el valor añadido que representa producir un aceite de oliva virgen extra reconocido por su calidad a nivel internacional”.

Oro di Milas Reserve, uno de los 100 mejores AOVEs del mundo

En Eminems Olive Oil son conscientes de que han puesto el listón muy alto. Su apuesta por la excelencia ha obtenido réditos desde el primer momento: en 2023 *Oro di Milas Reserve* formó parte del prestigioso TOP100 de EVOOLEUM Awards, triunfando en las categorías Mejor DOP Turquía y Mejor Memecik, y reivindicando ante el mundo el AOVE turco de calidad Premium; al tiempo que sumaba numerosos galardones en concursos y competiciones internacionales: Los Angeles International Extra Virgin Olive Oil Competition (Best of Class y Medalla de Oro en Diseño de Packaging), New York International World Olive Oil Competition (Medalla de Oro), Japan Olive Oil Prize (JOOP), Athena IOOC, London IOCC e Istanbul IOOC -Medalla de Oro en todos ellos- o Anatolian IOOC (Medalla de Oro, Best in Class y Best of Competition).

Estamos ante un magnífico monovarietal temprano 100% memecik con DOP Milas Türkiye que expresa la singularidad de su *terroir*. Complejo, intenso y armonioso, en nariz comienza con un intenso



La almazara de última generación de Eminems Olive Oil está certificada como ecológica y persigue minimizar su impacto sobre el medio ambiente.



aroma a aceitunas verdes y hierba recién cortada, destacando entre sus matices olfativos la hoja de tomate, la hoja de olivo, la alcachofa y la almendra, y culminando con un recuerdo a hierbas aromáticas. De entrada muy dulce y fluida, en boca recuerda a manzana verde, almendra verde

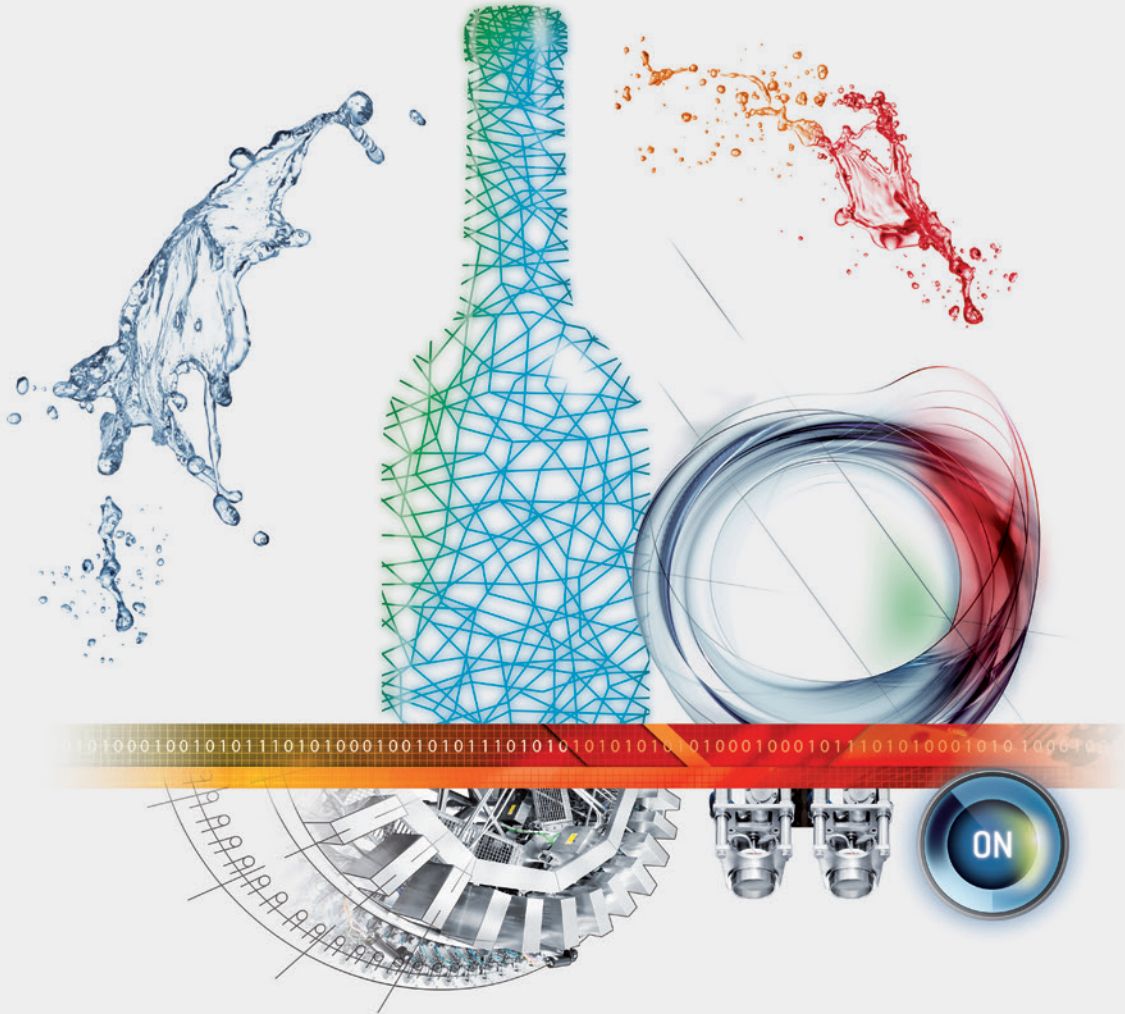
y canela, con un amargor y picor medios y muy equilibrados, y un agradable retrogusto. Presentado en botella de vidrio oscuro de 250 y 500 ml., pronto se incorporarán los formatos de 1, 3 y 5 litros.

En cuanto a su mercado y *target*, “creemos que nuestro AOVE funciona



SALÓN
INTERNACIONAL
MÁQUINAS PARA
ENOLOGÍA
Y EMBOTELLADO

SIMEI



LEADER IN WINE & BEVERAGE TECHNOLOGY

ORGANIZED BY



UNIONE ITALIANA VINI



FIERA MILANO

30ª EDICIÓN

12-15 noviembre 2024
Fiera Milano (Rho) Italia

With the contribution of

madeinitaly.gov.it



Ministry of Foreign Affairs
and International Cooperation

ITCA 
ITALIAN TRADE AGENCY

info@simei.it / simei.it



mejor en entornos y establecimientos tipo boutique -señala Mark Colin-. No nos dirigimos a grandes cadenas de supermercados. La mayoría de nuestros clientes están interesados en AOVes de muy alta calidad y entienden que esa calidad tiene un precio. Nuestra esperanza es que, a medida que la educación y la comprensión sobre la importancia y los beneficios del AOVE de alta calidad se consoliden, nuestro producto sea más ampliamente aceptado”.

Con perfiles en redes sociales como Instagram y Facebook, *Oro di Milas* puede adquirirse en la tienda *on line* de la web www.rodimilas.com. Aunque las ventas *on line* representan actualmente tan sólo el 10% del total, la empresa está ampliando su presencia en diferentes *websites* y *marketplaces* y espera que este porcentaje aumente alrededor del 20% en los próximos dos años.

Para introducirse en el mercado estadounidense, Eminems Olive Oils ha alcanzado un acuerdo de exclusividad -tanto en establecimientos físicos como de comercio electrónico, caso de supermarketitaly.com o oliveoilovers.com- con el importador Rogers Collection, que cuenta con una larga



presencia en el mercado de alimentos gourmet en EEUU. En este país, uno de los mayores consumidores mundiales de aceite de oliva virgen extra, la empresa ha organizado numerosas actividades de cata con puestos de degustación en las tiendas de comestibles que venden su AOVE. Asimismo, *Oro di Milas* ha despertado el interés de numerosas regiones europeas y del Báltico, así como de Asia y los países árabes -los pedidos se gestionan a través de la web elenianna.com-, y confía en ampliar su presencia internacional a medida que la empresa crezca, si bien “somos conscientes de que siempre seremos un pequeño productor boutique”, sostiene Mark.

La historia y cultura de la región de Milas se entrelazan intrincadamente con el AOVE que lleva su nombre, cuyo packaging se inspiró en los complejos motivos y símbolos encontrados en las famosas alfombras turcas (*kilims*) de Milas

Un icónico diseño de packaging

Cuando Emine y Mark Colin empezaron a planificar la creación de una marca propia para su AOVE contaron con la inestimable ayuda de la ingeniera agrónoma y experta catadora Anita Zachou, fundadora de Mykonos Olive Oil Tasting y consultora de producción, calidad y *blending*. “El hecho de centrarnos exclusivamente en nuestra marca nos ha permitido dedicar todas nuestras energías al desarrollo de este producto” -afirma Mark Colin-. Junto con el diseñador gráfico ateniense Dimitris Politis, creamos un diseño icónico para nuestra marca, *Oro di Milas*. Uno de los criterios originales era homenajear e incorporar el contexto histórico de la región”.



OLEOMAQ

9 Salón Internacional de Maquinaria y Equipos para Almazaras y Envasado

9 International Olive Oil Mill Machinery, Equipment & Packing Show



Oleotec

oleotec.es

Oleotec

9 Salón Internacional de Técnicas y Equipos para la Olivicultura

9 International Olive-Growing Techniques and Equipment Show



11-13 FEB 2025

Y es que la historia y la cultura de la región de Milas se entrelazan intrinsecamente con el AOVE que lleva su nombre, cuyo packaging se inspiró en los complejos motivos y símbolos encontrados en las famosas alfombras turcas (*kilims*) de Milas. “Anita nos envió fotos de *kilims* turcos, alfombras de diseño ornamental pero que no se limitan a fines decorativos, y nos intrigaron los caracteres simbólicos utilizados en el diseño de la alfombra. Averiguamos que los glifos procedían del imperio hitita, que existió entre 1.600 y 1.180 a.C. en una zona conocida actualmente como Corum, en Turquía”, relata Mark Colin. “Resultado que Emine nació en Corum y entonces supimos que debíamos incorporar los glifos al diseño de nuestra marca”.

El arte de tejer alfombras Milas constituye un tesoro cultural de esta región de valor intemporal. Los diseños se inspiran en la tierra y la naturaleza, y cada alfombra cuenta una historia que se desarrolla en las manos de las mujeres de Milas. El elemento más importante que confiere a estas alfombras su carácter especial es su peculiar técnica de anudado, el llamado “nudo turco”. Esta técnica fue traída por los turcos desde Asia Central y distingue a las alfombras Milas de otras piezas del arte del tejido en todo el mundo.

En Turquía, las mujeres de las sociedades tribales y aldeanas tejían alfombras con diversos símbolos y temas, adecuados a sus circunstancias en distintos momentos de la vida: matrimonio, felicidad, familia y fertilidad para ocasiones nupciales; símbolos de protección contra animales salvajes; o conceptos más abstractos como el mal de ojo o la energía maligna cuando se creía que tales amenazas eran inminentes. Cada alfombra tejida en esta época cuenta una historia.

El diseño de packaging de *Oro di Milas Reserve* es una síntesis de cuatro elementos o símbolos: el Árbol de la Vida (*Hayat Ağacı*), la Madre Naturaleza (*Doğa Ana*), el Ojo (*Göz*) y la Hoja de Olivo (*Zeytin yaprağı*). El primero es un símbolo de inmortalidad y de fertilidad, de la vida después de la muerte, de unión y equilibrio; representa la conexión entre la tierra y el cielo, entre el mundo físico y el espiritual. El



A la izqda., y en primer plano, Anita Zachou, ingeniera agrónoma, experta catadora por la Universidad de Jaén, consultora de producción, calidad y *blending* de *Oro di Milas* y fundadora de Mykonos Olive Oil Tasting. Detrás aparecen Emine Colin -propietaria y fundadora de *Oro di Milas*-, Mert Gürkan -operario de almazara- y Mark Colin, propietario y co-fundador de *Oro di Milas*, durante la cosecha de 2023. En la imagen de la dcha., Mark, Emine y Anita debajo de uno de los olivos centenarios de la propiedad, situada a las afueras de Milas.



Oro di Milas Reserve, incluido en el prestigioso TOP100 de EVOOLEUM Awards, se presenta en formato de vidrio oscuro de 500 y 250 ml.



El diseño de packaging de *Oro di Milas Reserve* es una síntesis de cuatro símbolos encontrados en las famosas alfombras turcas (*kilims*) de Milas: el Árbol de la Vida (*Hayat Ağacı*), la Madre Naturaleza (*Doğa Ana*), el Ojo (*Göz*) y la Hoja de Olivo (*Zeytin yaprağı*).

segundo, por su parte, la diosa madre con un hijo en el vientre, es un símbolo de fertilidad y abundancia, punto de origen y fuente de creación; representa la esperanza de dar a luz a niños sanos y la productividad de animales y plantas. El tercer símbolo, emblema de protección, fe y energía creativa, de perspicacia espiritual y conciencia, sirve para alejar el mal de ojo. Por último, la Hoja de Olivo es un símbolo de paz y victoria, de amistad, limpieza y curación; de longevidad, sabiduría, pureza y prosperidad.

Presencia en ferias y planes de futuro

Con apenas unos años de vida, *Oro di Milas* ya ha participado en algunos de

los más destacados eventos del sector a nivel internacional. Es el caso de la feria Summer Fancy Food Show en Nueva York, donde formó parte del Pabellón de Turquía. Su alianza con Rogers Collection ha permitido a la marca estar presente en numerosos stands de los principales eventos alimentarios de EEUU. En Europa, *Oro di Milas* ha asistido a ferias como la World Olive Oil Exhibition (WOOE) en Madrid o una convención similar en Estambul. “He-



Estand de Oro di Milas en la edición 2023 de la World Olive Oil Exhibition (WOOE), celebrada los días 8 y 9 de marzo, la única firma turca participante en el evento.

mos estado muy ocupados viajando y compartiendo nuestro AOVE con clientes y consumidores para lograr que Oro di Milas sea reconocido como embajador de la excelencia turca en el mundo”, señala Mark Colin.

Los planes de futuro de la empresa pasan por celebrar catas de su AOVE a partir de este verano, incrementar la oferta oleoturística y organizar eventos educativos y culturales locales y regio-

nales en su moderna almazara. Así, esta primavera ha empezado a recibir grupos de turistas en actividades que incluyen degustaciones de AOVE y visitas a los olivares y a la almazara, donde los participantes conocen el proceso de elaboración del aceite de oliva virgen extra. “También esperamos programar eventos gastronómicos y *showcooking*s en los que reconocidos chefs de distintas culturas preparen

platos regionales con nuestro AOVE; así como actos en los que se aborden los retos que plantea la introducción del AOVE en el mercado, incluidos debates sobre los efectos del cambio climático en el sector del aceite de oliva”, concluye Emine Colin. 🟡

Eminems Olive Oil Co.
info@orodimilas.com
www.orodimilas.com

DAMOS FORMA A TUS EMOCIONES

INGENIERÍA AGROALIMENTARIA

www.pastranaingenieria.com



Especialistas en el desarrollo de proyectos de almazaras

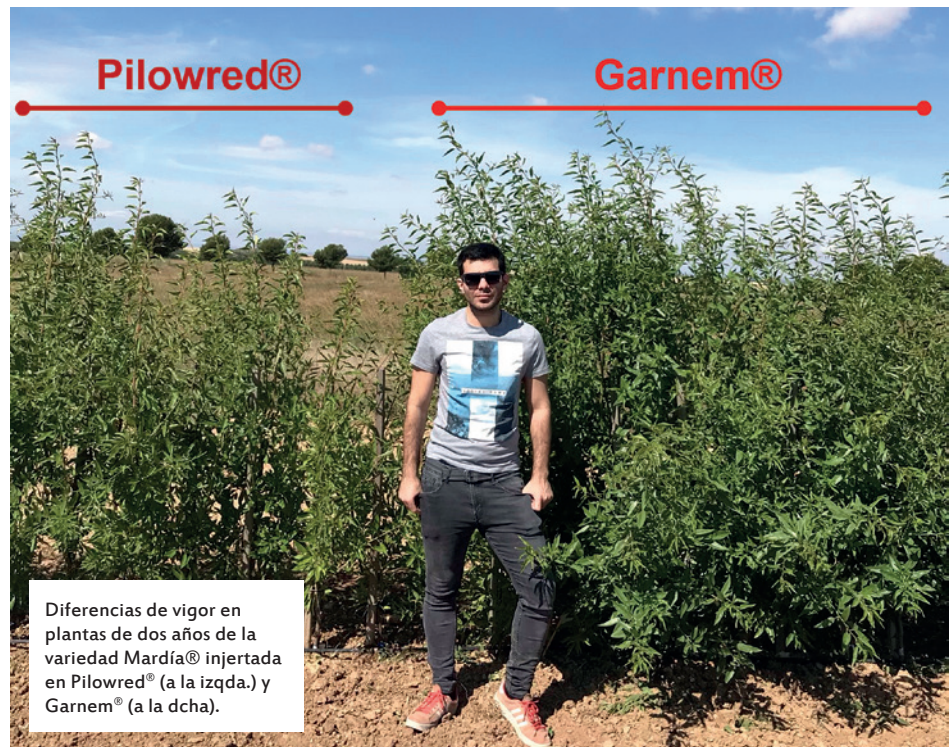
Redacción de Proyectos
 Dirección facultativa de Obras
 Tramitación de licencias administrativas
 Gestión de ayudas y subvenciones
 Gestión integrada de Proyectos





Pilowred[®], un nuevo portainjerto híbrido rojo enanizante para almendro y melocotonero

Pilowred[®] es un portainjerto clonal obtenido por propagación vegetativa descendiente del almendro [*Prunus amygdalus* Batsch, syn. *P. dulcis* (Mill.) 'garfi' como parental femenino y melocotón [*P. persica* (L.) Batsch] 'nemared' como masculino. Entre las características más destacadas de este nuevo portainjerto se encuentran su bajo vigor y efecto enanizante, lo que se traduce en una mayor productividad de la variedad injertada, su fácil propagación vegetativa y la buena compatibilidad del injerto; así como la necesidad de un período de descanso invernal más corto, rápida entrada en producción y mejor eficiencia en el uso del agua (WUE).



Por B. Bielsa¹, A. Montesinos^{1,2} y M.J. Rubio Cabetas^{1,3}

'G'arfi' es una planta Fi descendiente de 'garriges' (Felipe, 2019) que fue seleccionada como madre por su crecimiento erecto, su fácil propagación vegetativa y su tolerancia a la sequía. 'Nemared' fue elegido por su resistencia a los nematodos agarradores del género *Meloidogyne* (RKN) y su característico color rojo. En definitiva, pertenece a una nueva selección de los híbridos rojos de la

serie GN como sus hermanos, los conocidos Garnem[®], Felinem[®] y Monegro[®] (Felipe, 2009).

En un estudio de Montesinos *et al.* (2021, 2022) que incluía 30 combinaciones con seis variedades injertadas en cinco portainjertos -entre ellos Pilowred[®]-, se observaron entrenudos más cortos en comparación con las variedades injertadas en los portainjertos más vigorosos como Garnem[®] y Rootpac[®] 40. Las variedades injer-

tadas en Pilowred[®] tienen una menor presencia de ramas silépticas, cuya producción esta correlacionada con portainjertos vigorosos.

Los árboles sin injertar de Pilowred[®] poseen un vigor medio, mas reducido que su hermano mayor híbrido Garnem[®]. En vivero, las plantas sin injertar presentan un crecimiento con porte erecto y pocas o ninguna ramificación durante el primer año. En variedades injertadas sobre Pilowred[®], se observan

¹ Departamento de Ciencia Vegetal, Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón (CITA)

² Centro de Biotecnología y Genómica de Plantas, Universidad Politécnica de Madrid-Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria

³ Instituto Agroalimentario de Aragón-IA2 (CITA-Universidad de Zaragoza)

Síguenos en:



www.vimarequipos.com

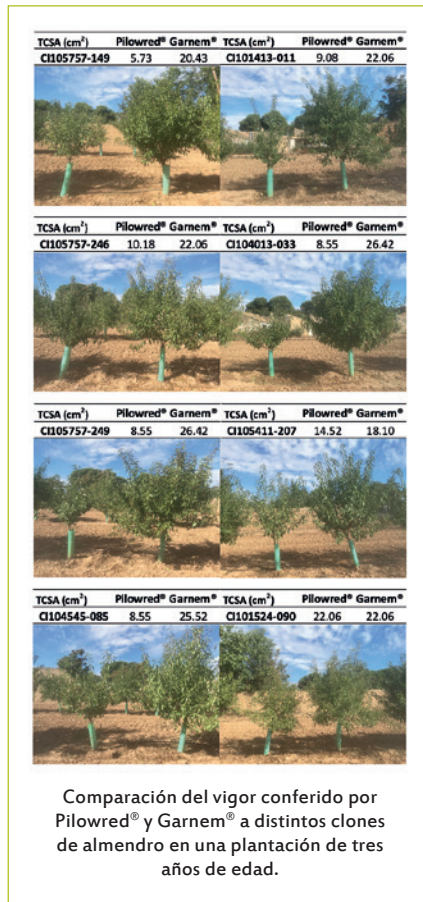
Pol. Escodinas, 3 · 44621 Mazaleon (Teruel) · España
comercial@vimarequipos.com · (+34) 978 89 88 11



Planta de Pilowred® sin injertar en vivero en la que puede observarse el crecimiento erecto y poco ramificado de las plantas.

entrenados más cortos a los que posee si estas variedades estuvieran injertadas en patrones más vigorosos como Garnem® y Rootpac® 40, presentándose un menor número de ramas silépticas, como ocurre con patrones de bajo vigor como Rootpac® 20 (*Montesinos et al., 2021, 2022*). En cuanto al vigor que confiere a las variedades injertadas, se ha comprobado que los efectos en el valor de sección transversal del tronco (TCSA- *Trunk Cross Section Area*) en la variedad son menores que los producidos por otros patrones más vigorosos como Garnem® y Rootpac® R, siendo estos efectos de Pilowred® similares a los inducidos por otro patrón de bajo vigor como es Rootpac® 20.

Así, cuando se analizaron los valores de TCSA en función de la variedad injertada, se observó que, mientras Soleta® y 'lauranne' no presentaban diferencias importantes entre los distintos patrones, en Isabelona®, Vialfas®, Mardía® y 'guara' estas diferencias eran significativas entre



los patrones de menor vigor (Pilowred® y Rootpac® 20) respecto a los de mayor vigor (Garnem® y Rootpac® R).

En un estudio publicado recientemente se han presentado los resultados del comportamiento de este portainjerto híbrido Pilowred® en diferentes marcos de plantación y distintas variedades cultivares para evaluar su idoneidad con vistas a su uso en sistemas más tecnificados, como el Super Efficient System (SES), y en marcos más tradicionales (*Bielsa et al., 2022*).

Fácil propagación vegetativa y hoja roja

Pilowred® es un patrón con una buena propagación, tanto mediante propagación *in vitro* como por estaquillado a yema dormida y a yema prendida. Este estaquillado es fácil de obtener debido al bajo nivel de ramificación de sus

La selección de Pilowred® destaca por la necesidad de obtener un patrón con un periodo de reposo invernal más corto y mayor uso eficiente del agua, que confiera a la variedad una brotación temprana y rápida entrada en producción adaptándose a las condiciones extremas asociadas al cambio climático

brotos. Además, al igual que el resto de los híbridos almendro x melocotonero Garnem®, Felinem® y Monegro®, sus hojas poseen una tonalidad roja amarillada. Esta peculiaridad facilita los trabajos en vivero, junto con otras como su escasa ramificación, su largo periodo vegetativo y su temprana entrada en brotación, que permiten una producción en vivero durante periodos de tiempo más cortos.

Asimismo, presenta una buena compatibilidad de injerto con numerosos cultivares de almendro, melocotón y nectarina, así como con algunos ciruelos diploides -japoneses y similares-.

Resistencia a nematodos agalladores

La presencia de nematodos agalladores, *Meloidogyne* spp. (RKN-*Root Knot Nematodes*) en las parcelas de cultivo de frutales en regadío y en suelos arenosos causa numerosas pérdidas para el sector frutícola. Principalmente son tres las especies que más afectan a los frutales del género *Prunus* en zonas mediterráneas: *M. arenaria*, *M. incognita* y *M. javanica* (*Esmenjaud et al.,*



Pilowred® en vivero. Detalle de su característica hoja roja típica de la serie GN.



Nematodos agalladores (RKN) en la raíz. Fenotipos resistentes de Pilowred® y Garnem® a *M. incógnita*.

2009). Pilowred® es un patrón con resistencias a *M. armenaria*, *M. incógnita* y *M. ethiopica*; mostrándose sensible a *M. javanica* y *M. floridensis* (Esmenjaud, 2021).

La solución a los nematodos agalladores se ha ido desarrollando con los híbridos de hoja roja de la serie 'garfi' x 'nemared' (GxN): Garnem®, Felinem® y Monegro® (Felipe, 2009). Éstos aportaban la resistencia a nematodos, además de otros aspectos de interés como el tamaño de la planta, vigor, productividad y facilidad de propagación. Su éxito radica principalmente en transmitir un buen vigor, su resistencia a nematodos del género *Meloidogyne*, su adaptación a suelos calcáreos y buena tolerancia a clorosis, además de un buen comportamiento en replantación. Posteriormente, se ha desarrollado la identificación de los genes asociados a la resistencia de nematodos agalladores en almendro que facilitará los trabajos de selección

y la introducción de este carácter resistente en las nuevas selecciones (Bielsa et al., 2023) para su uso en los nuevos portainjertos del género *Prunus*.

Más sostenible: mejor uso eficiente del agua

Se ha demostrado que Pilowred® presenta un uso eficiente del agua (WUE) mayor que otros patrones tolerantes a la sequía como Garnem®, Felinem®, Monegro® o 'GF-677', con una estimación en el UEA cercano a especies silvestres emparentadas con el almendro (Bielsa et al., 2018). Además, su nivel de tolerancia a la clorosis férrica es similar a la de patrones conocidos como 'GF-677' (Felipe, 2019). Estas características de Pilowred® hacen posible un manejo más sostenible del cultivo, reduciendo los insumos y, por ende, los costes.

Como ocurre en la mayoría de los patrones híbridos almendro x melocotonero, Pilowred® presenta una baja tolerancia a la asfixia radicular causada por inundaciones. Sin embargo, su adaptación a suelos pobres con buen drenaje es buena.

Se sabe que los portainjertos de la serie GxN presentan una adapta-

Se trata de una opción adecuada para su uso en los nuevos sistemas de plantación con marcos más ajustados en intensivo y superintensivo

ción al estrés por sequía. Pilowred® destaca entre Garnem®, Felinem® y Monegro® por su mayor WUE, así como otros portainjertos como 'GF-677', con una estimación de la tasa de WUE cercana a las especies relativas silvestres de almendro (Bielsa et al., 2018). Además, su nivel de tolerancia a la clorosis férrica es similar al de otros portainjertos comerciales como 'GF-677' (Felipe, 2019).

Conclusiones

La selección de Pilowred® destaca por la necesidad de obtener un patrón con un periodo de reposo invernal más corto y mayor uso eficiente del agua, que confiera a la variedad una brotación

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 CAMPO



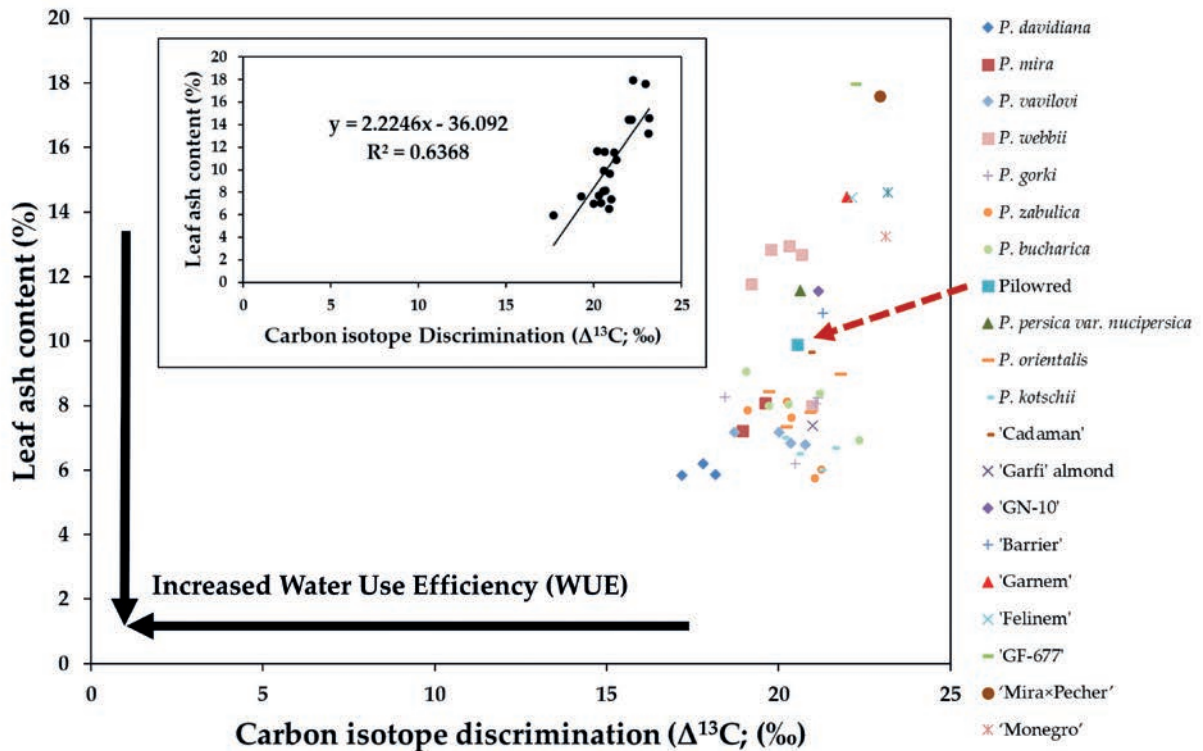
@vimarequipos



www.vimarequipos.com

Pol. Escodinas, 3 · 44621 Mazaleón (Teruel) · España
comercial@vimarequipos.com · (+34) 978 89 88 11

VIMAR
harvest solutions



Bielsa B, Bassett C, Glenn DM, Rubio-Cabetas MJ. 2018. Assessing field *Prunus* genotypes for drought responsive potential by Carbon isotope discrimination and promoter analysis. *Agronomy-Basel*. 8, pp. 42. DOI: [10.3390/agronomy8040042](https://doi.org/10.3390/agronomy8040042)

Estimación del uso eficiente del agua (UEA-WUE) a través del análisis de la discriminación del isótopo 13 del carbono ($\Delta^{13}\text{C}$) en distintas especies de *Prunus* spp., incluyendo especies silvestres emparentadas con el almendro.

temprana y rápida entrada en producción adaptándose a las condiciones extremas asociadas al cambio climático y respondiendo además a limitaciones

propias de la región de cultivo mediterránea como son la clorosis férrica o a la presencia de nematodos; siendo por el bajo vigor otorgado a la variedad una

opción adecuada para su uso en los nuevos sistemas de plantación del tipo SES, con marcos más ajustados en intensivo y superintensivo. 💧

Agradecimientos

Los autores quieren agradecer la inestimable colaboración de Antonio Felipe como obtentor de Pilowred®. Este trabajo forma parte del proyecto de I+D+i RTI2018-094210-RI00 financiado por MCIN/AEI/ 10.13039/501100011033, además de por el Gobierno de Aragón-Fondo Social Europeo, Unión Europea (Grupo Consolidado A12).

Bibliografía

Bielsa, B., Bassett, C., Glenn, D.M., Rubio-Cabetas, M.J. (2018). Assessing field *Prunus* genotypes for drought responsive potential by carbon isotope discrimination and promoter analysis. *Agronomy*, 8(4), 42. <https://doi.org/10.3390/agronomy8040042>

Bielsa B., Maldera F., Rubio-Cabetas M.J. (2022) Pilowred®: un nuevo portainjerto resistente a nemátodos que confiere un vigor reducido. Resultados preliminares en varias localizaciones. *Actas de Horticultura. X Congreso de Mejora Genética de Plantas, SECH. 19-22 septiembre 2022. Pontevedra, España.*

Bielsa B., Rubio-Cabetas, M.J., Grimplet, J. (2023). New biomarker approach for RKN resistance in *Prunus* progenies. *VIII International Symposium on Almonds and Pistachios. 7-11 de mayo de 2023. Davis, CA, EEUU.*

Esmenjaud, D. (2021). Deciphering resistance to root-knot nematodes in *Prunus* for rootstock breeding: Sources, genetics and characterization of the *Ma* locus. In *Horticulturae* (Vol. 7, Issue 12). <https://doi.org/10.3390/horticulturae7120564>

Felipe, A. J. (2019). Origen y selección de los patrones 'Garnem', 'Felinem' y 'Monegro'. *Revista de Fruticultura*. Núm. 67. pp7-21. Editorial Técnica Quatrebcn (España). ISSN 2013-5742

Felipe, A. J. (2009). 'Felinem', 'Garnem', and 'Monegro' almond x peach hybrid rootstocks. *HortScience*, 44(1), 196–197.

Montesinos, Á., Grimplet, J., & Rubio-Cabetas, M. J. (2022). Proleptic and Sylleptic Shoot Formation Is Affected by Rootstock Genotype in Two-Year-Old Branches of Almond Trees. *Agronomy*, 12(9). <https://doi.org/10.3390/agronomy12092006>

Montesinos, Á., Thorp, G., Grimplet, J., & Rubio-Cabetas, M. J. (2021). Phenotyping almond orchards for architectural traits influenced by rootstock choice. *Horticulturae*, 7(7), 1–15. <https://doi.org/10.3390/horticulturae7070159>

Síguenos en:



www.vimarequipos.com

Pol. Escodinas, 3 · 44621 Mazaleón (Teruel) · España
comercial@vimarequipos.com · (+34) 978 89 88 11



XXII FERIA del OLIVO

7, 8 y 9 de MAYO 2024

MONTORO



Comparativa de los primeros años de producción de diferentes modelos de plantación en olivar

Por Javier Hidalgo, Juan Carlos Hidalgo, Victorino Vega, Daniel Pérez y Ana Leyva.
Centro IFAPA Alameda del Obispo, Córdoba.

En el presente artículo se presentan los resultados de las cuatro primeras cosechas de un ensayo de campo donde se comparan diferentes modelos productivos en olivar, basados principalmente en distintas densidades de plantación, con una variante de poda de formación para la densidad más alta. Se trata de un ensayo de 1,2 hectáreas plantado en febrero de 2017 en la finca Alameda del Obispo (Córdoba), donde se encuentra ubicado el Centro IFAPA del mismo nombre.

Cada año es más patente la transformación que se está produciendo en el mundo del olivar, donde la mayoría de las alrededor de 30.000 hectáreas plantadas en España durante 2022 (ESYRCE, 2023), principalmente en Andalucía y Castilla-La Mancha, son plantaciones para recolectar con cosechadora. La búsqueda de variedades cultivadas que se puedan adaptar a este tipo de recolección, así como de otras nuevas por parte de programas de mejora -tanto públicos como privados-, es uno de los principales frentes de la olivicultura en la actualidad. La evaluación del comportamiento de este tipo de plantaciones de elevada densidad en condiciones de secano o cuya

finalidad sea la producción de aceituna de mesa constituyen otros temas de especial relevancia en la actualidad.

La relación entre la altura y anchura del seto, la separación entre filas y la orientación de las mismas han de tener como finalidad obtener la máxima interceptación de radiación solar compatible en cada caso con el medio de cultivo, y deben ser aspectos fundamentales a considerar a la hora de diseñar la plantación. La separación entre árboles dentro de cada fila tiene una menor relevancia a medio-largo plazo y está más condicionada por la tendencia natural de crecimiento de la variedad, pudiéndose traducir en una menor o mayor duración del periodo hasta alcanzar la máxima producción, con las connotaciones eco-

nómicas que ello conlleva. Así, el manejo de la poda cobra una especial relevancia en cada situación, ya que el resultado final de esta práctica influye directamente en la captación de radiación solar, en el crecimiento de ramas y su competencia con otras, tanto en el presente como en el futuro, y tiene una relación directa en el consumo de agua de la plantación. Es por ello que la poda se convierte en una técnica clave para el manejo de los diferentes modelos productivos.

Descripción del ensayo

El ensayo se inició con la plantación de los olivos en febrero de 2017, con el objetivo de estudiar a largo plazo el comportamiento de cuatro modelos productivos de olivar, bajo las mismas



Foto 1. Detalle del momento de la plantación del ensayo en febrero de 2017.

y con desbrozadora en la actualidad. Asimismo, los restos de poda triturados se dejan sobre la superficie en el centro de la calle.

Los cuatro tratamientos son los siguientes:

- **Intensivo (I)**: marco de plantación de 7 x 3,42 metros (416 olivos/ha.). Este modelo productivo está actualmente asociado a una recolección con vibradores de tronco, con árboles formados a un solo tronco y copa en vaso libre.
- **Alta Densidad (AD)**: marco de plantación de 6 x 2 metros (833 olivos/ha.). Permite conseguir un dosel vegetativo continuo para ser recolectado con una cosechadora integral arrastrada o autopropulsada de grandes dimensiones, formando una estructura dinámica de ramas semiflexibles en su tramo inferior y flexibles en medio y final, que arrancan de la zona entre 0,50-0,80 m. de altura desde el suelo hasta la parte superior del árbol, modificando la geometría del seto. La separación entre calles y la dimensión de la cosechadora permiten que la altura de la plantación sea superior a la de los modelos con mayor densidad de plantación.
- **Superintensivo con formación en eje central (SC)**: marco de plantación de 4 x 1,5 metros (1.666 olivos/ha.). El objetivo de este tipo de plantaciones es conseguir el máximo productivo en el menor tiempo posible, utilizando una elevada densidad de árboles para conformar un seto rápidamente que pueda ser recolectado mediante una cosechadora integral. La formación de las plantas utilizada en este tratamiento exige el montaje de una espaldera a la que se atan tutores, generalmente de bambú, de altura superior a los 2 m., y en los que se fija la planta a medida que crece, dando lugar a una formación que podemos denominar en eje central, por el atado de la planta a la caña, aun cuando la formación real de la estructura del seto adulto busca una especie de palmeta, con unas ramas principales situadas en el mismo plano por donde pasa la máquina cabalgante.

condiciones edafoclimáticas y sin limitación de riego, donde poder evaluar las ventajas e inconvenientes agronómicos, económicos y de necesidades de insumos de cada uno de ellos.

El ensayo ocupa aproximadamente 1,20 hectáreas de la finca Alameda del Obispo (Córdoba), en un suelo llano y profundo situado en las proximidades del río Guadalquivir. Los árboles, de la variedad arbequina -elegida por ser la que mayor superficie ocupa en los sistemas de seto-, se plantaron con la ayuda de un equipo guiado por GPS (Foto 1).

Desde el inicio se realizaron los tratamientos fitosanitarios necesarios para una buena sanidad de las plantas, destacando aquellos contra glifodos y eriófidos durante los dos primeros años. Los tratamientos con fungicida se han aplicado justo después de las operaciones de recolección y de poda, así como en primavera y otoño. El control de las malas hierbas se ha realizado mediante aplicaciones de herbicidas en la línea de goteros, mientras que en el centro de la calle se eliminaron mediante un pase de cultivador en los primeros años



Foto 2. El diseño experimental utilizado en el ensayo se realizó mediante bloques al azar con tres repeticiones.



Foto 3. Detalle de la poda a 1,3 m. de altura realizado en 2019 para el tratamiento **SR**.

- **Superintensivo con rebaje en la formación y sin espaldera (SR):** marco de plantación de 4 x 1,5 metros (1.666 olivos/ha.). Este sistema persigue el mismo objetivo que el anterior, pero utilizando un sistema de poda de formación con rebajes en altura, permitiendo el uso de tutores más pequeños y opcionalmente suprimiendo la espaldera, lo que se traduce en una reducción de la inversión inicial y la proliferación de numerosos rebrotes laterales entre los que se elegirán aquellos que formen la estructura de la futura “falsa palmeta”.

Las dos variantes del modelo denominado como superintensivo difieren, por tanto, exclusivamente en la formación de la planta y en el manejo que se hace de la poda en los primeros años.

El diseño experimental utilizado en el ensayo se realizó mediante bloques al azar con tres repeticiones con la disposición que aparece en la Foto 2. Las parcelas elementales tienen 42 m. de longitud para facilitar así el trabajo de recolección de las cosechadoras.

Tratamientos

Todos los tratamientos disponen de riego localizado, con ramales portagoteros con emisores integrados de tipo auto-compensante de 3,6 l./hora a 1 m. de distancia. Cada tratamiento dispone de



Foto 4. Comparación entre la poda de formación de los tratamientos **SR** (delante) y **SC** (detrás) realizados en 2019.

un sistema de riego independiente. Las necesidades hídricas de cada modelo se han determinado mediante un balance de agua según la metodología FAO en su manual nº 54, utilizando los datos climáticos suministrados por la estación meteorológica de la Red de Información Agroclimática de Andalucía (RIIA), perteneciente al IFAPA, situada a escasos metros del ensayo. Todos los tratamientos han recibido aportes de agua de riego suficientes para evitar el estrés hídrico. La fertilización se ha adaptado a las necesidades nutritivas en función de la productividad de cada tratamiento. Los fertilizantes se han aplicado sistemáticamente por fertirrigación en cada riego, utilizando las mismas fórmulas de equilibrio en todas las densidades.

La poda de formación ejecutada hasta la fecha ha sido adaptada a cada mo-

delo productivo. El tratamiento **SC** se condujo sólo con ataduras al tutor de bambú de 2,5 m. de altura sin intervenciones de poda durante el año 2018. En 2019 se eliminaron las ramas bajas con una máquina cortasetos a una altura de unos 50 cm., con objeto de facilitar las labores de la cosechadora durante la recolección. En 2020 se eliminaron algunas ramas con salida hacia las calles y/o que habían sido dañadas durante el pase de la cosechadora. Estos cortes, no muy numerosos, fueron realizados manualmente

mediante una pequeña motosierra eléctrica. Antes de la recolección de 2020, se eliminaron las ramas bajas para facilitar el trabajo de la cosechadora. En 2021 la poda fue muy ligera, eliminando algunas ramas en los laterales, principalmente aquellas que estaban dañadas por la cosechadora. En 2022 se realizó una poda no muy severa de ramas exteriores para mejorar la iluminación del seto, muchas de ellas afectadas por la cosechadora, para lo que se utilizaron sierras manuales.

La formación del tratamiento **SR** se inició en 2018, cortando la rama con dominancia apical a la altura de 1 m. En 2019 se practicó una segunda poda de rebaje con cortasetos a la altura de 1,3 m. (Fotos 3 y 4). Poco antes de la primera recolección se eliminaron las ramas bajas, operación similar a la realizada

Tu mejor elección

Elige la opción que mejor se adapte a ti y consigue tu Kubota por menos de lo que imaginas



Kubota



Elige **COMPRA**



M4-073 CABINA 18/18 44.000€*

M5-082N CABINA 18/18 46.000€*



M5-092 Utility Narrow CABINA 50.600€*



M5-092 CABINA 51.600€*

*Precios de promoción con configuración fija sin entrega de usado. Pregunte a su Concesionario por otras opciones de montaje en Concesión. Matriculación en tráfico incluida. IVA y Portes a casa del cliente no incluidos. El cliente puede acceder a las mejores condiciones de financiación publicadas por Kubota España en el momento de la compra. Oferta válida desde el 15 de enero al 31 de marzo de 2024. Nota adicional: las imágenes son meramente ilustrativas y podrían no corresponderse con la configuración ofertada. Consulte a su Concesionario para conocer en detalle la configuración ofertada.



Elige **RENTING**



M4-073 CABINA 18/18 Cuota del renting **723€*+IVA**

M5-082N CABINA 18/18 Cuota del renting **751€*+IVA**

*Oferta Renting realizada a través de BNP Paribas Lease Group SA sucursal en España para un tractor Modelo M4-073Q 18/18. Plazo 60 meses, 60 cuotas de 723€ mensuales (IVA no inc). Máximo para un uso de 600 horas/año. Incluye mantenimiento, extensión de garantía y Asset protection. Incluye matriculación. Comisión de apertura y gastos de estudio 150 €. Gastos de inscripción en el registro 105€. Oferta válida desde el 15 de enero de 2024 hasta el 31 de marzo de 2024. Operaciones sujetas a estudio y aprobación por la entidad financiera. Nota adicional: las imágenes son meramente ilustrativas y podrían no corresponderse con la configuración ofertada. Consulte a su Concesionario para conocer en detalle la configuración ofertada.

*Oferta Renting realizada a través de BNP Paribas Lease Group SA sucursal en España para un tractor Modelo M5-082NQ 18/18. Plazo 60 meses, 60 cuotas de 751€ mensuales (IVA no inc). Máximo para un uso de 600 horas/año. Incluye mantenimiento, extensión de garantía y Asset protection. Incluye matriculación. Comisión de apertura y gastos de estudio 150 €. Gastos de inscripción en el registro 105€. Oferta válida desde el 15 de enero de 2024 hasta el 31 de marzo de 2024. Operaciones sujetas a estudio y aprobación por la entidad financiera. Nota adicional: las imágenes son meramente ilustrativas y podrían no corresponderse con la configuración ofertada. Consulte a su Concesionario para conocer en detalle la configuración ofertada.



M5-092 Utility Narrow CABINA Cuota del renting **822€*+IVA**



M5-092 CABINA Cuota del renting **836€*+IVA**

*Oferta Renting realizada a través de BNP Paribas Lease Group SA sucursal en España para un tractor Modelo M5-092UNQ. Plazo 60 meses, 60 cuotas de 822€ mensuales (IVA no inc). Máximo para un uso de 600 horas/año. Incluye mantenimiento, extensión de garantía y Asset protection. Incluye matriculación. Comisión de apertura y gastos de estudio 150 €. Gastos de inscripción en el registro 105€. Oferta válida desde el 15 de enero de 2024 hasta el 31 de marzo de 2024. Operaciones sujetas a estudio y aprobación por la entidad financiera. Nota adicional: las imágenes son meramente ilustrativas y podrían no corresponderse con la configuración ofertada. Consulte a su Concesionario para conocer en detalle la configuración ofertada.

*Oferta Renting realizada a través de BNP Paribas Lease Group SA sucursal en España para un tractor Modelo M5-092Q. Plazo 60 meses, 60 cuotas de 836€ mensuales (IVA no inc). Máximo para un uso de 600 horas/año. Incluye mantenimiento, extensión de garantía y Asset protection. Incluye matriculación. Comisión de apertura y gastos de estudio 150 €. Gastos de inscripción en el registro 105€. Oferta válida desde el 15 de enero de 2024 hasta el 31 de marzo de 2024. Operaciones sujetas a estudio y aprobación por la entidad financiera. Nota adicional: las imágenes son meramente ilustrativas y podrían no corresponderse con la configuración ofertada. Consulte a su Concesionario para conocer en detalle la configuración ofertada.



Foto 5. Poda del tratamiento **AD**.



Foto 6. Detalle de la medida del tronco a unos 15 cm. de altura en los primeros años de estudio.

en **SC**. En 2020 las intervenciones de poda fueron ligeras, utilizando nuevamente un cortasetos para eliminar ramas con disposición hacia la calle. Los cortes se realizaron a una distancia entre 0,6 y 0,7 m. de la línea de troncos. Al igual que en el año anterior, se eliminaron las ramas bajas antes de la recolección para facilitar esta labor. La poda realizada durante el mes de marzo de 2021 fue muy similar a la practicada en el tratamiento **SC**, con eliminación de algunas ramas laterales que pudieran interferir en el paso de la maquinaria y aquellas que habían sido dañadas durante la recolección. La poda del año 2022 fue muy parecida a la aplicada en 2021, con eliminación de ramas laterales y sin aplicar rebaje en altura.

El tratamiento **AD** ha tenido unas intervenciones de poda muy ligeras hasta el momento. En 2018 sólo se eliminaron algunas ramas de árboles para favorecer una correcta formación. En 2019 y 2020 no se realizaron intervenciones de poda, salvo la eliminación de las ramas bajas o rotas por el paso de la cosechadora de forma similar a la operación realizada en los tratamientos **SC** y **SR**, con el fin de mejorar la operación de la recolección. En 2021 la poda fue también muy ligera, con eliminación de las ramas bajas y esporádicamente alguna dañada por la cosechadora en los laterales. En 2022 se utilizaron sierras eléctricas manuales para eliminar ramas laterales dañadas, así como aquellas lo suficientemente lignificadas como para presentar riesgo de rotura durante la recolección (Foto 5).



Foto 7. Recolección del tratamiento **I** con vibrador de troncos y mantones en el suelo.

El tratamiento **I** recibió en 2018 una ligera poda de formación para poder disponer de un tronco con altura suficiente para ser recolectado con vibrador. Durante los años 2019, 2020 y 2021 no se realizaron intervenciones de poda en este tratamiento, favoreciendo su crecimiento libre. En 2022 se eliminaron algunas ramas mal posicionadas para ir obteniendo la estructura final del árbol en dos o tres ramas principales. Asimismo, se eliminaron las ramas bajas para facilitar el agarre del vibrador.

Durante los dos primeros años se controló el crecimiento de los troncos,

tomando medidas de dos diámetros perpendiculares entre sí, a una altura de unos 15 cm. del suelo, en puntos marcados durante la primera medida (Foto 6). El principal objetivo de esta medida era comprobar si había influencia de la poda de formación sobre el diámetro del tronco en los tratamientos de mayor densidad.

En recolección se ha controlado la producción de aceituna, el rendimiento graso, la producción de aceite y peso medio del fruto. El tratamiento **I** se ha cosechado todos los años con un vibrador de troncos autopropulsado Pellenc Maxi 1200 (Foto 7). Los tratamientos **SC**, **SR**

STIHL



1 BATERÍA GRATIS

EL PODER DE LA BATERÍA,
TAMBIÉN EN EL OLIVAR.

INFÓRMATE EN [STIHL.ES](https://www.stihl.es)



AHÓRRATE
HASTA **349 €**

APIII
SYSTEM

* Consulta condiciones. Oferta válida hasta el 14.06.2024.



Foto 8. Recolección de los tratamientos **SC**, **SR** y **AD** en 2019.



Foto 9a y 9b. Detalle de la cosechadora utilizada para la recolección en los tratamientos **SC**, **SR** y **AD** en 2022.



y **AD** se cosecharon en 2019 con una cosechadora integral New Holland (Foto 8). En 2020 la cosechadora utilizada en los tres tratamientos de seto fue una Pellenc CV45 arrastrada por un tractor. En 2021 se han utilizado dos cosechadoras: New Holland 9090X autopropulsada para los de mayor densidad (**SC** y **SR**) y Pellenc CV45 para el tratamiento **AD**. En 2022, un periodo largo de lluvias y la falta de disponibilidad de maquinaria obligó a que la recolección se realizase casi a finales de diciembre, utilizándose una cosechadora Pellenc CV45 para los tres tratamientos en seto: **SC**, **SR** y **AD** (Fotos 9a y 9b). Todas las filas se cosecharon independientemente, realizando una limpieza completa de la cosechadora (Foto 10a) y descargando la aceituna limpia para su pesada (Foto 10b).

En aquellos tratamientos donde se han utilizado cosechadoras, el control de la producción de aceituna se ha realizado por filas de forma independiente mediante una báscula digital de 0,2 kg. de precisión. El control en el tratamiento **I** se ha llevado a cabo de forma independiente en cada árbol, utilizando un peso manual de 0,1 kg. de precisión.

Los primeros cuatro años de producción que se presentan en este artículo corresponden prácticamente al periodo de formación de los sistemas de mayor densidad, tanto los denominados intensivos como el de alta densidad, mientras que el tratamiento de menor densidad (**I**) todavía no ha llegado a desarrollar su máximo potencial productivo, al no alcanzar el volumen óptimo de copa.



Foto 10a y 10b. Detalle de la limpieza de la cosechadora (izqda.) y de la descarga de la aceituna (dcha.).



Tratamiento		18/7/18	4/2/19	4/6/19	31/1/20	30/6/20				
Seto con Rebaje	SR	21,9	ab	32,2	41,7	b	48,7	b	57,7	b
Seto con eje Central	SC	22,1	ab	32,3	42,8	ab	48,1	b	56,4	b
Alta Densidad	AD	23,4	a	33,4	44,7	a	52,2	a	62,6	a
Intensivo	I	21,4	b	32,5	41,8	b	53,7	a	63,5	a

Tabla 1. Diámetros de troncos medidos en distintas fechas desde el inicio del ensayo.

Resultados

En la Tabla 1 se presentan los diámetros de troncos medidos en distintas fechas desde el inicio del ensayo. Los tratamientos con menor densidad de plantas, **I** y **AD**, muestran valores significativamente mayores que **SR** y **SC** en las medidas realizadas en el año 2020. Los tratamientos **SR** y **SC** no han mostrado diferencias entre ellos desde el inicio de los controles, lo que demuestra que no existe relación directa entre el rebaje en altura practicado

y un mayor engrosamiento del tronco del tratamiento **SR**. No obstante, esas actuaciones que limitan la altura del árbol -topping realizados en 2018 y 2019- favorecen su comportamiento ante condiciones meteorológicas adversas, especialmente la acción del viento combinada con suelos húmedos, que pueden provocar el vuelco o la rotura del tronco.

El volumen de copa por olivo (volumen de copa unitario) de las dos primeras campañas que se muestra en la

Lo mejor para un cultivo milenario

Naturquel®Fe

Evolution

Naturfruit®



EnerPlus



ReTenol



Naturmix Olivo®

Naturacid®

Naturamin®WSP



Daymsa

Europe's leading producer of Leonardite

+34 976 46 15 16

mail@daymsa.com

www.daymsa.com



Tratamientos	2019 (Medida febrero 2020)				2020 (Medida febrero 2021)									
	Volumen de copa (m ³ /ha.)	Superficie externa (m ² /ha.)	Volumen de copa (m ³ /ol.)	Superficie externa (m ² /ol.)	Volumen de copa (m ³ /ha.)	Superficie externa (m ² /ha.)	Volumen de copa (m ³ /ol.)	Superficie externa (m ² /ol.)						
Seto con Rebaje (SR)	3092	ab	12683	b	1,86	7,61	b	6432	a	12550	a	3,86	7,53	b
Seto con eje Central (SC)	3939	a	16089	a	2,36	9,66	a	6455	a	13051	a	3,87	7,83	b
Alta Densidad (AD)	2118	b	8042	c	2,54	9,65	ab	5493	a	9367	b	6,59	11,24	ab
Intensivo (I)	1016	c	3861	d	2,43	9,26	ab	2093	b	6229	c	5,02	14,94	a

Tabla 2. Volumen de copa por olivo (volumen de copa unitario) en las dos primeras campañas (2019 y 2020).

2019									
Tratamiento	Producción (kg./ha.)	Producción (kg./ol.)	Peso 100 frutos (g.)	RGH (%)	H (%)	RGS (%)	Número frutos	Aceite (kg./ha.)	
Superintensivo rebaje (SR)	4845 b	2,89 b	175,06 b	22,89	47,91	43,95	1664 b	1109 b	
Superintensivo eje (SC)	7858 a	4,71 a	149,06 c	23,06	47,36	43,81	3238 a	1812 a	
Alta Densidad (AD)	3702 c	4,44 a	168,92 b	24,38	48,58	46,58	2666 a	899 b	
Intensivo (I)	1825 d	4,21 a	211,89 a	24,64	52,52	50,49	1784 b	442 c	
2020									
Tratamiento	Producción (kg./ha.)	Producción (kg./ol.)	Peso 100 frutos (g.)	RGH (%)	H (%)	RGS (%)	Número frutos	Aceite (kg./ha.)	
Superintensivo rebaje (SR)	8197 b	4,92 d	156,72	20,05	57,22	46,99	3272 b	1643 b	
Superintensivo eje (SC)	11072 a	6,65 c	154,66	19,72	55,97	45,01	4407 b	2183 a	
Alta Densidad (AD)	8479 b	10,18 b	161,57	20,12	54,80	44,88	6425 a	1713 b	
Intensivo (I)	5168 c	12,42 a	164,95	19,04	57,74	45,95	8117 a	1016 c	
2021									
Tratamiento	Producción (kg./ha.)	Producción (kg./ol.)	Peso 100 frutos (g.)	RGH (%)	H (%)	RGS (%)	Número frutos	Aceite (kg./ha.)	
Superintensivo rebaje (SR)	13377 a	8,03 b	129,60 b	20,74	49,72	41,25	6394 b	2774 a	
Superintensivo eje (SC)	12481 a	7,49 b	140,22 b	20,1	50,13	40,31	5523 b	2509 a	
Alta Densidad (AD)	11948 a	14,34 a	144,46 ab	22,53	49,26	44,4	11203 a	2692 a	
Intensivo (I)	7017 b	16,2 a	160,82 a	22,43	50,22	45,06	12606 a	1574 b	
2022									
Tratamiento	Producción (kg./ha.)	Producción (kg./ol.)	Peso 100 frutos (g.)	RGH (%)	H (%)	RGS (%)	Número frutos	Aceite (kg./ha.)	
Superintensivo rebaje (SR)	14212 a	8,53 c	185,31 a	17,98	61,61	46,82	4603 c	2555 a	
Superintensivo eje (SC)	14910 a	8,95 c	178,93 ab	16,68	62,85	44,90	5001 c	2487 ab	
Alta Densidad (AD)	13421 a	16,11 b	180,68 ab	16,31	63,52	44,70	8917 b	2188 b	
Intensivo (I)	10492 b	25,16 a	164,05 b	14,24	66,49	42,50	15336 a	1494 c	
Acumulado									
Tratamiento	Producción (kg./ha.)	Producción (kg./ol.)	Peso 100 frutos (g.)	RGH (%)	H (%)	RGS (%)	Número frutos	Aceite (kg./ha.)	
Superintensivo rebaje (SR)	40631 a	24,37 c	161,67 b	20,41	54,11	44,75	15934 c	8081 a	
Superintensivo eje (SC)	46320 a	27,80 c	155,71 b	19,89	54,08	43,51	18170 c	8991 a	
Alta Densidad (AD)	37549 a	45,07 b	163,91 ab	20,83	54,04	45,14	29212 b	7493 b	
Intensivo (I)	24502 b	58,90 a	175,42 a	20,09	56,74	46,00	37844 a	4527 c	

Tabla 3. Parámetros productivos por año en los diferentes tratamientos durante el periodo 2019-2022 y acumulado.

Tabla 2 fue medido al final de la campaña, de manera que integra la respuesta de crecimiento vegetativo ocurrida a lo largo del año. Encontramos que aquellos tratamientos que no fueron podados con intensidad en el año 2019 (**SC**, **AD** e **I**), y que mantienen su crecimiento prácticamente libre desde la plantación, presentaron valores de volumen de copa similares entre sí. Mientras, el

tratamiento (**SR**) que sufrió una actuación de poda más severa (rebaje a 1,3 m.) acabó el año 2019 con valores de volumen de copa unitario inferiores al resto de tratamientos (80% aproximadamente). Esto, como se verá, tiene una influencia importante en la producción. En la *Tabla 3* se muestran los resultados de la cosecha obtenidos en las cuatro primeras campañas.

La poda de formación aplicada al tratamiento **SR** afectó negativamente a la producción de 2019 (primera cosecha) y también ha tenido consecuencias negativas en la producción de 2020. La diferencia en la producción acumulada de las dos primeras cosechas entre ambos sistemas de formación con la misma densidad de plantación (**SR** y **SC**) es de 5,9 t./ha. de aceituna y 1,25 t./ha.

Domicilia tus ayudas de la PAC en Unicaja y solicita un adelanto.

Así de fácil es poder disfrutar de un anticipo¹ de hasta el 90% del total de tus ayudas.

Nuestros expertos colaboradores resolverán todas tus dudas y te ayudarán en todos los trámites.

¿A qué esperas? Puedes domiciliar² tu ayuda en cualquiera de nuestras oficinas.

Ayudas Agrarias



(1) Plazo de contratación hasta 31 de octubre de 2024. Hasta el 90% del importe de tus ayudas agrarias. El préstamo se amortizará a la recepción de la ayuda o en su defecto hasta el 30 de junio de 2025. La concesión de operaciones se encuentra sujeta al estudio y criterio de la entidad. (2) La presente campaña, tiene un plazo oficial de presentación de solicitud de domiciliación hasta el 30 de abril de 2024.





de aceite, lo que supone una pérdida del potencial productivo del tratamiento con formación de rebaje (**SR**) en torno al 30% respecto a **SC**.

Analizando la respuesta productiva en las dos primeras cosechas de las diferentes densidades de plantación, se observa que, en ausencia de competencia (2019) y sin podas drásticas de rebaje, la producción (t./ha.) de cada tratamiento es prácticamente proporcional a la densidad de plantación (olivos/ha.), si bien **I** presenta un valor algo más bajo debido al realce realizado en la poda de formación a un tronco para posteriormente formar el vaso. Los dos tratamientos que presentaron los mayores valores de índice de productividad superficial (0,49 y 0,47 kg./m²) fueron aquellos en los que se realizaron unas podas mínimas (**SC** y **AD**). Para **SR** e **I** estos valores fueron de 0,38 y 0,39, respectivamente. En la cosecha 2020, **SR** y **SC** han mostrado valores similares (0,65 y 0,68), mientras que **AD** e **I** los han duplicado (1,48 y 1,32).

La producción media del bienio para el tratamiento intensivo (**I**) se sitúa en 3,34 t./ha. de fruto y 0,692 t./ha. de aceite. El tratamiento **AD** prácticamente duplica la producción media del tratamiento **I**, con una media bianual de 6,113 t./ha. de aceituna (1,311 t./ha. de aceite), manteniendo la relación 2N = 2P (doble de producción para el doble de densidad). Sin embargo, esta relación ya no se mantiene para las plantaciones en seto, con una media de 9,465 t./ha. de fruto (1,998 t./ha. de aceite) en el tratamiento **SC** (4N=3P) y de 6,522 t./ha. de aceituna y 1,376 t./ha. de aceite para **SR** (4N = 2P). **SR** y **AD** presentan prácticamente la misma producción acumulada para las dos cosechas controladas de fruto y aceite.

En la campaña de 2022 (*Tabla 3*) lo más destacable es el importante descenso del rendimiento graso respecto a los años anteriores producido en todos los tratamientos. La ausencia de lluvias en otoño puede ser la causa del retraso en la maduración del fruto, algo observado en la mayoría de explotaciones andaluzas. Los bajos rendimientos provocaron un retraso generalizado de la recolección, agravado por las prolongadas lluvias de diciembre, que tuvieron

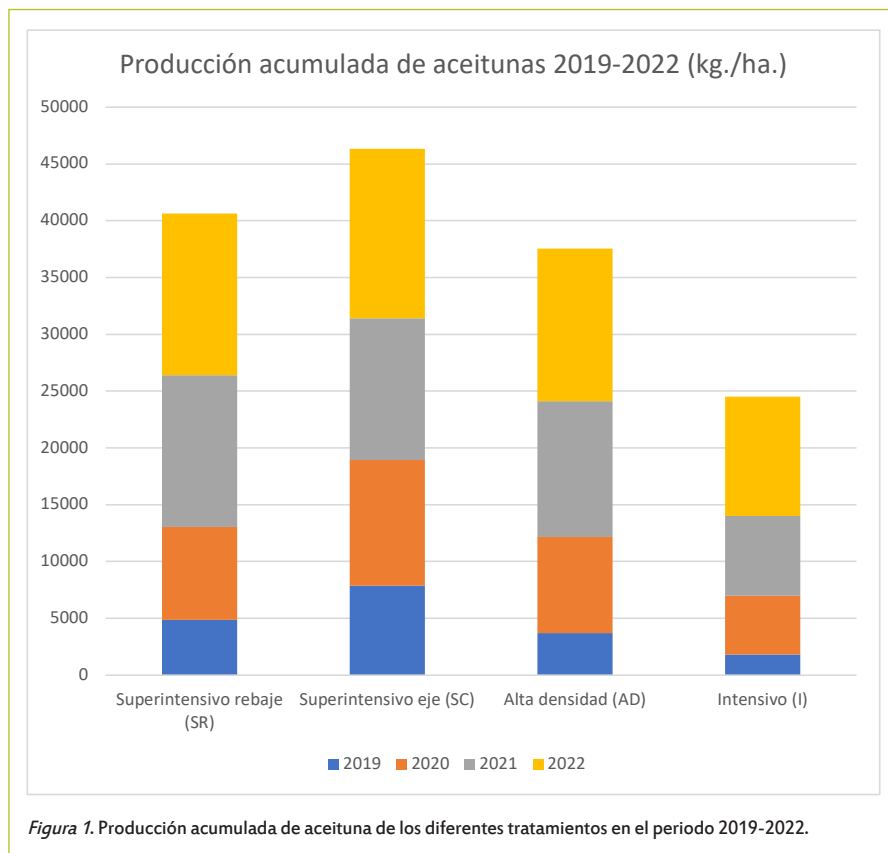


Figura 1. Producción acumulada de aceituna de los diferentes tratamientos en el periodo 2019-2022.

su influencia en que la recolección del campo de ensayo no se realizara hasta el 19 de diciembre. La humedad del fruto es superior al 60% en todos los tratamientos, algo que no ha ocurrido en los años anteriores (*Tabla 3*). Es especialmente destacable el comportamiento del tratamiento **I**, con una humedad en el fruto del 66,5% en el momento de la recolección y un rendimiento graso sobre materia seca del 42,5%, inferior al resto de tratamientos, que presentan valores entre 44,7% y 46,9%. Ello puede tener su explicación en un estado de maduración del fruto particularmente más retrasado al tener un elevado número de frutos por árbol (más de 15.000).

La producción de aceituna en 2022 no presenta diferencias entre los tratamientos en seto (**SC**, **SR** y **AD**), aunque existen ligeras diferencias en la producción de aceite con casi 2,2 t./ha. para el tratamiento **AD**; y 2,48 t./ha. y 2,55 t./ha. para **SC** y **SR**, respectivamente. El intensivo aún queda algo lejos en relación a los que tienen mayor densidad, aunque la producción de aceituna ya ha alcanzado 10,5 t./ha. en la cuarta cosecha, siendo

la de aceite de 1,5 t./ha., teniendo **I** la mitad de olivos por superficie que **AD** y cuatro veces menos que **SC** y **SR**.

Analizando los primeros cuatro años productivos del ensayo, cabe destacar que las intervenciones de poda de formación aplicadas en los años 2018 y 2019 al tratamiento **SR** supusieron una merma importante en la capacidad productiva en los ejercicios 2019 y 2020. La diferencia en la producción acumulada de las dos primeras cosechas del tratamiento **SR** y respecto a **SC** fue de 5,89 t./ha. de aceituna y 1,24 t./ha. de aceite (*Figuras 1 y 2*). Una vez recuperados de la intervención de poda, la producción en 2021 y 2022 ha sido similar. La producción acumulada para los cuatro primeros años de vida de la plantación es de 8.991 kg./ha. para **SC** y 8.081 kg./ha. para **SR**, lo que supone una reducción del 11%.

El desarrollo vegetativo en **AD** ha permitido la formación de un dosel continuo similar a **SC** y **SR**. En cuanto a la producción acumulada de aceituna, no se observan diferencias estadísticas entre los tres tratamientos de seto **SC**, **SR** y **AD**, oscilando entre las 46,3 t./ha.



BBVA

Creando Oportunidades

El campo requiere paciencia. La PAC no.

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

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



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

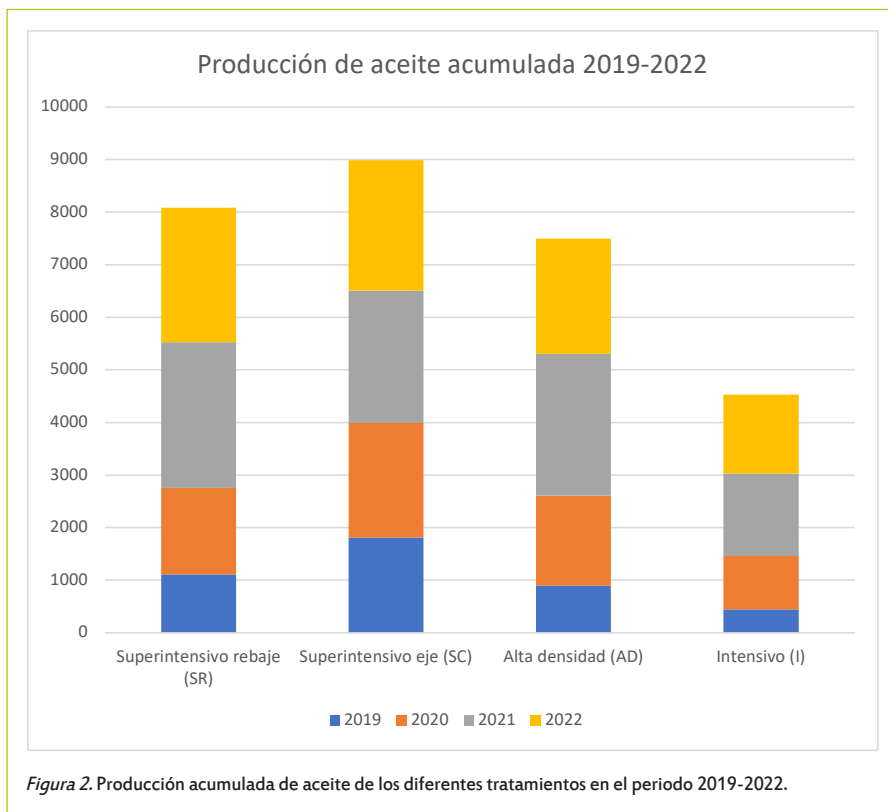


Figura 2. Producción acumulada de aceite de los diferentes tratamientos en el periodo 2019-2022.

do un *topping* de formación, mostró una reducción de la producción acumulada con relación a **SC**, si bien ha mostrado un buen comportamiento en las dos últimas (2021 y 2022), consiguiendo una recuperación total. La evaluación agronómica y económica definitiva debe realizarse cuando todos los modelos hayan llegado a su óptimo nivel productivo.

Cuando los olivos dejan de comportarse como una unidad aislada que recibe iluminación por toda su superficie externa y se convierten en un dosel continuo, la producción unitaria se reduce, dejando de existir la proporción entre número de plantas y aceituna/aceite obtenido. El tratamiento **AD** llegó a formar ese dosel continuo en la tercera campaña. De confirmarse en las próximas campañas las producciones obtenidas en las cuatro primeras, puede resultar un modelo interesante, puesto que requiere una inversión menor y el tiempo de recolección se reduce sensiblemente al tener un 50% menos de filas que recolectar que **SC** y **SR**.

La reducción de los costes de inversión y de cultivo y las altas producciones en los primeros años han rebajado el periodo de retorno de los modelos en seto, lo que unido a la creciente dificultad para disponer de mano de obra para la recolección, al no contar con maquinaria específica para una recolección integral de la cosecha, y a la escasez de personal profesional en la práctica de la poda, hace cada vez menos atractiva la elección del modelo intensivo (**I**) en explotaciones sin limitaciones -fundamentalmente topográficas- de mecanización.

El ensayo posee un eminente carácter demostrativo, donde los modelos se muestran en condiciones de campo con una dimensión de parcela suficiente para poder extraer conclusiones técnicas. Su evolución en el tiempo se seguirá ofreciendo a través de la cuenta de Twitter del proyecto (@IfapaOlivar) y podrá ser visitada por los asistentes a jornadas y cursos en el Centro IFAPA Alameda del Obispo. 🍃

del **SC** y las 37,5 t./ha. del **AD**; mientras que, en lo que se refiere a la acumulada de aceite, la producción de **AD** se reduce prácticamente en 0,5 t./ha. (8%) respecto a **SR** y 1,5 t./ha. (20%) respecto a **SC**, siendo en ambos casos estadísticamente diferentes.

El tratamiento **I** ha presentado la producción más baja en todos los años, lo cual era de esperar al no haber llegado aún a su máximo potencial productivo (óptimo volumen de copa). En cuanto a la producción acumulada de aceituna del tratamiento **I**, es significativamente menor a los modelos en seto (**SC**, **SR** y **AD**), con 24,5 t./ha. y 4,5 t./ha. de aceite en los cuatros primeros años, y habrá que esperar a los siguientes años para observar su máximo potencial productivo.

Esta producción de los primeros años de vida del olivar, donde se busca llegar al máximo productivo en el menor tiempo posible, es un factor importante a tener en cuenta en los análisis que

se realicen de los diferentes modelos productivos de este ensayo. El precio del aceite, con las importantes fluctuaciones anuales que presenta, también puede condicionar el éxito de uno u otro modelo. Por ello, el análisis económico debe ser considerado para cada situación particular, considerando la inversión inicial y todos los costes de cultivo asociados en los que la poda de formación y la recolección pueden variar notablemente entre modelos. Por ejemplo, la velocidad de la cosechadora y el número de filas a recolectar tienen una influencia evidente en la rentabilidad final.

Conclusiones

Los resultados de las cuatro primeras cosechas nos permiten avalar los conocimientos previos existentes sobre comportamiento de los diferentes modelos productivos en olivar. La poda con rebaje en **SR**, con o sin la supresión de la espaldera y la formación del dosel utilizan-

Agradecimientos

A los proyectos "Experimentación, cooperación y transferencia de tecnología de olivar" (Transforma Olivar 19-21), con código PR.TRA.TRA2019.010; y "Experimentación y transferencia en olivar @IfapaOlivar", con código PR.TRA.TRA2023.03, cofinanciados al 80% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).
A las empresas BALAM Agriculture, Pellenc Ibérica y Todolivo por su inestimable colaboración en este ensayo.



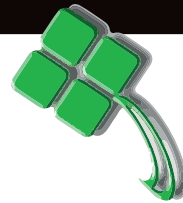


LECCIANA[®]

LA VARIEDAD ITALIANA DE LOS

GRANDES ACEITES

el vivero de abel



**El Vivero de Abel, referencia en viverismo Español
ahora también distribuidor oficial de plantas de
olivo de la Universidad de Bari: Lecciana y Coriana.**



CORIANA[®]

EL RENACIMIENTO DEL

OLIVAR



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI BARI
ALDO MORO

Lecciana y Coriana son una variedad propiedad de Universidad de Bari



Entrevista a Eduard Pons, CEO de Grupo PONS

“Lecciana es una variedad singular, directa y absoluta que no necesita coupage”



Grupo PONS afronta una nueva campaña con una novedosa almazara diseñada para afrontar con garantías los futuros escenarios del sector y llevar la producción de aceite a los máximos estándares de calidad. En Club Lecciana entrevistamos a Eduard Pons, CEO del Grupo desde hace 19 años y al frente de un proyecto consolidado generación tras generación desde finales de los años 30 en las sierras de l'Albagés, en Lleida.

Por Equipo Técnico Agromillora

Dígame, ¿nos encontramos ante un cambio de paradigma en el mercado nacional de aceite de oliva?

El mercado nos ha mostrado la capacidad plástica del aceite de oliva y sus precios, así como los costes, su parte amarga. Ahora mismo, el olivar superintensivo es un concepto que tenemos muy presente. Nos encontramos en un momento clave y en nuestra opinión existen dos parámetros fundamentales. El primero es la calidad absoluta; sin la mejor calidad no podemos estar en el mercado y, por ende, no existe futuro para nosotros. Y el segundo es la gestión de los costes.

¿Y qué hace Grupo PONS para no quedarse fuera de la rueda?

En PONS apostamos claramente por el superintensivo. Hasta 2021, la falta de dotación de riego en nuestra zona suponía una barrera para introducir dicho modelo en el proyecto. A partir de ese año, una vez concedida ya una dotación, empezamos a transformar el olivar tradicional, además de adquirir nuevas fincas pensadas también para el cultivo del olivar superintensivo. Nuestro futuro se centra en un cultivo en seto controlado y que nos asegure la calidad; la falta de agua constituía hasta ahora un impedimento para desarrollar el plan

Plantación de la variedad lecciana en las sierras de l'Albagés (Lleida).



“Nos encontramos en un momento clave en el que existen dos parámetros fundamentales, la búsqueda de la calidad absoluta y la gestión de los costes”

de futuro que queríamos para nuestra empresa. Por otra parte, la selección varietal juega también un papel importantísimo en nuestras aspiraciones. Nosotros estamos en zona de arbequina y obviamente siempre será un estandarte de la empresa, pero aun así hemos rea-

lizado una gran apuesta con lecciana. El nuevo proyecto llevado a cabo con la creación del nuevo molino responde indudablemente a nuestra voluntad de permanecer siempre sobre las nuevas corrientes que muevan el sector.

Centrándonos en la nueva almazara, ¿cuáles son sus principales características?

La idea principal es la de centrar la producción del aceite en el uso de la biotecnología aprovechando al máximo su potencial. Lo que queremos es, gracias al cultivo superintensivo, agrupar la máxima cantidad posible de aceitunas en el momento oportuno para asegurar así la calidad del producto. Trabajamos con entradas masivas de aceituna a mediados de septiembre, una reco-





Finca en proceso de transformación de cultivo tradicional a superintensivo.

lección temprana en la que entran en juego las altas temperaturas del exterior. Es por eso por lo que la almazara cuenta con todo un proceso diseñado para reducir la temperatura del fruto y poder trabajar siempre con temperaturas frías y controladas. Contamos con una plataforma de recepción con control de temperatura, una cámara de frío, control de temperatura en el agua

del lavado y cintas de transporte con el mismo control. Una vez fuera de la cinta, los molinos de corte y las batidoras también cuentan con control de temperatura. La apuesta por la biotecnología en la almazara nos permite trabajar con temperaturas óptimas que eviten los cambios enzimáticos y poder garantizar de este modo una calidad excepcional en nuestro producto.

“En PONS apostamos claramente por el superintensivo y, en concreto, por lecciana”

En cuanto a la selección varietal, ¿a qué obedece la potente apuesta por lecciana?

En un principio, empezamos a tratarla en nuestro jardín varietal y vimos que tenía mucho potencial. Lo que destacaría sobre todo es que responde a todas las características que demanda el futuro del sector, tanto en producción como en lo que se refiere a sus aceites. Es una variedad que está totalmente ajustada al gusto internacional; el consumidor global busca en los aceites un tipo de matices que lecciana es capaz de aportar. Creo que estamos ante una variedad singular que aporta lo que ninguna otra es capaz

EFICIENCIA IE3



MÍNIMA HUMEDAD



PRODUCTIVAS



BAJO NIVEL ACÚSTICO



Separadoras Pulpa-Hueso
MODELOS SPH SERIE X

PRODUCCIONES

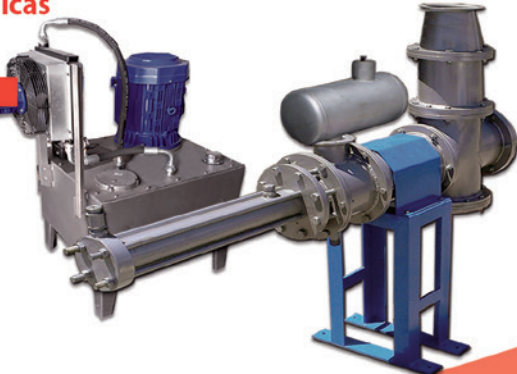
SPH25X	4.000 Kg/h
SPH30X	6.000 Kg/h
SPH40X	8.000 Kg/h
SPH50X	10.000 Kg/h
SPH75X	15.000 Kg/h
SPH100X	20.000 Kg/h



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



MAQUINARIA OLEÍCOLA

40 AÑOS A TU SERVICIO.

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



RIVERO®

CALDERERÍA RIVERO, S.L.

“El consumidor global busca en los aceites un tipo de matices que lecciana es capaz de aportar”



Instalaciones de la nueva almazara de Grupo Pons en l'Albagés, al sur de Lleida.



Eduard Pons, CEO de Grupo Pons, en el acto de inauguración de la nueva almazara a finales de septiembre de 2023.

©David del Val

de hacer. Se trata de una variedad que no necesita coupage, una variedad directa, absoluta.

¿Y cómo es su tratamiento en almazara?

Al principio estábamos un poco asustados, ya que lecciana produce en racimos y pensamos que la entrada de aceituna de distintos tamaños nos podría afectar a la hora de tratarla en la almazara. Ya estábamos advertidos de que sería una variedad compleja y debo decir que, tras una campaña de producción en la que hemos tratado lecciana en nuestro nuevo molino, se comporta con facilidad. Tiene una extracción fácil y cuando la recolectamos en septiembre responde con rendimientos altos y oportunos para obtener aceites verdes de altísima calidad.

Comenta que lecciana cumple con todo aquello que busca el consumidor global. ¿Qué necesita realmente un aceite para triunfar?

Dentro de la nueva realidad de los aceites, éstos no deben amargar. El amargo, actualmente, limita la introducción global de un aceite. Principal-



Elaborado con aceitunas lecciana de cosecha propia, **JANIROC** es un AOVE ecológico de recolección temprana con el que Grupo Pons rinde tributo a su quinta generación.

mente se buscan aceites verdes, con un punto de picante amable, que tenga dulce y una textura y densidad agradable. Como decía, lecciana posee todos los atributos que el consumidor mundial está buscando, pasó la época de los aceites ligeros.

Grupo Pons pone mucho empeño en la imagen, en la forma de comunicar. ¿Qué importancia tiene el marketing en su desarrollo?

Lo primero de todo es que hay marketing si hay calidad, y no hay marketing si no hay producto. Estamos en un lugar recóndito del mundo y el marketing es nuestra base para que desde este rincón podamos ser abanderados de los nuevos aceites a nivel global. Sin el marketing tendríamos grandes aceites, pero nos quedaríamos aquí; gracias a él, llegamos a los cinco continentes.

Por último, ¿cómo se dibuja el futuro de PONS?

Partimos de un mundo de 100% arbequina en el que esta variedad ha sido siempre el producto estrella. Lógicamente, la arbequina va a seguir siendo nuestro sustento, pero se dibuja un futuro en el que irán apareciendo nuevos compañeros de viaje a nivel varietal. La agricultura tradicional se va a ir reduciendo y la mecanización y el superintensivo van a ser los claros dominantes de un panorama que busca la reducción de costes. Lo que puedo asegurar es que, como siempre, ejerceremos de embajadores a nivel global de todo lo que hacemos. No olvidamos nuestras raíces, seguiremos siendo embajadores de arbequina, pero el mundo debe descubrir los nuevos sabores en el AOVE y nosotros queremos estar al frente de esta campaña a nivel global. Ayer fue sólo arbequina, hoy se nos abre todo un nuevo mundo, que no es ni poco ni simple. 🟢



LECCIANA®

— LA VARIEDAD ITALIANA DE LOS —
GRANDES ACEITES

La variedad Lecciana, es una variedad “made in Italy” propiedad de la Universidad de Bari. Plenamente adaptada al olivar en seto. Se caracteriza por su resistencia al frío, su vigor medio, su precocidad productiva, y la indiscutible calidad organoléptica de sus aceites. **Una variedad de premio.**



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI BARI
ALDO MORO



Goya España cumple medio siglo exportando la esencia del olivar andaluz

Los aceites Goya cuentan con más de 300 premios internacionales, entre los que destaca el Primer Premio Mario Solinas del COI en la categoría de Envasadores concedido a GOYA® Único en 2023.

+300
INTERNATIONAL
AWARDS

GOYA
Extra Virgin Olive Oils



Bajo el lema "Celebrando nuestras raíces", Goya celebra en 2024 el 50º aniversario de la fundación de su fábrica en Sevilla, que supuso la vuelta a los orígenes de la familia Unanue tras emigrar a EEUU a comienzos del siglo XX para cumplir su particular sueño americano.

Fundada en 1974, la planta de Goya España ubicada en Alcalá de Guadaíra (Sevilla) se ha convertido en un centro de referencia de procesado y envasado para exportación de aceites de oliva, aceitunas, alcaparras, vinagres y gazpacho a 28 mercados repartidos en los cinco continentes. Desde los orígenes de la marca, el aceite de oliva virgen extra ha sido uno de sus productos más emblemáticos al tratarse de un pilar productivo que además supone una vuelta a las

raíces, ocupando un lugar preferente en el portfolio de Goya Foods.

El aceite de oliva virgen extra GOYA® está elaborado a partir de aceitunas sanas con la tradición y el *know how* que la empresa mantiene desde sus inicios. Cada año, el Departamento de Calidad de Goya España cata más de 2.000 muestras de AOVEs producidos con la mejor materia prima: aceitunas de Andalucía, la mayor zona productora a nivel mundial. Posteriormente se seleccionan las de mayor calidad para crear sus coupages, que son envasados en

atmósfera inertizada con nitrógeno para asegurar su óptima conservación.

La totalidad de las muestras de aceite que llegan a la fábrica de Goya son analizadas por laboratorios externos homologados, garantizando que cumplen con la legislación. Una vez superadas las pruebas organolépticas que constituyen el primer criterio de selección aplicado por Goya España a la hora de elegir los vírgenes extra con los que elabora sus coupages, los lotes retenidos se someten al análisis de estos laboratorios para confirmar el cumplimiento de las normativas



Los productos de Goya España están presentes en ferias agroalimentarias internacionales como la America's Food & Beverage Show & Conference de Miami, la SMTS de Japón o Anuga en Alemania.

internacionales más estrictas de calidad y seguridad alimentaria.

En la actualidad, Goya España comercializa cuatro aceites de oliva vírgenes extra, dos de ellos pertenecientes a su gama Premium, GOYA® Único y GOYA® Organics; además de GOYA® Robusto y GOYA®.

Tal y como destaca el gerente general de Goya España, Antonio Carrasco, "cada uno de nuestros AOVEs presenta unas características organolépticas únicas". Así, el aceite de oliva virgen extra GOYA® presenta una intensidad media y destaca por una gran riqueza aro-

mática y su equilibrio entre frutados verdes y maduros, mientras que GOYA® Robusto es un frutado verde intenso; al tiempo que GOYA® Único y GOYA® Organics exhiben una gran complejidad de matices aromáticos de intensidad media-alta. Además, la marca cuenta con dos aceites de oliva GOYA® de sabor suave y de sabor intenso.

Junto a ellos, en los tres últimos años Goya España ha lanzado dos condimentos con aroma a ajo y a trufa negra a base de aceite de oliva virgen extra GOYA®. Y, adaptándose a las demandas de los consumidores, también ofrece AOVE en un práctico formato en spray antiadherente, a la vez que sabroso y saludable.

Expansión y reconocimientos internacionales

Medio siglo después de su nacimiento, Goya España sigue la misma estrategia de internacionalización iniciada por su fundador, Prudencio Unanue, consistente en la exportación de aceite de oliva y aceitunas con destino a mercados que aprecian la calidad del producto. Esta expansión internacional se refuerza con una importante presencia en ferias y certámenes internacionales como la America's Food & Beverage Show & Conference de Miami, las ferias SMTS y Olive Marche de Japón o, junto a Goya Europa, Anuga en Colonia (Alemania) y Alimentaria Barcelo-



Vista de la fábrica de Goya España en Alcalá de Guadaíra (Sevilla).



El presidente de Goya Foods, Robert Unanue (a la izqda.), junto al director de Calidad de Goya España, Antonio Martín, y el gerente general de Goya España, Antonio Carrasco, con el Premio Mario Solinas del COI obtenido en 2023.



Acciones formativas desarrolladas por Goya España en Goya Texas (izqda.) en 2023 y Goya Puerto Rico (dcha.) en 2024.

na, con catas y degustaciones de aceites y aceitunas.

Asimismo, la empresa apuesta por la divulgación de la cultura del virgen extra en sus distintos mercados. Por ello, dentro de las acciones formativas dirigidas a las distintas plataformas o unidades de negocio de Goya Foods -caso de Goya Texas, Puerto Rico o Santo Domingo-, Goya España ofrece cursos de cata de aceites a consumidores, clientes y medios de comunicación. "La cata es la única herramienta para identificar el aceite de oliva virgen extra -señala Antonio Carrasco-. Para nosotros resulta muy gratificante comprobar cómo los participantes en nuestros cursos de cata aprenden a

[Dentro de las 3.000 referencias del portfollio de Goya, el aceite de oliva es una de las más destacadas en la comunicación de la marca]

reconocer los aceites de oliva vírgenes extra de calidad y valoran las cualidades y matices de los aceites GOYA® con origen 100% español".

Unos aceites que superan los 300 premios internacionales -más de 500 si sumamos los reconocimientos otorgados a sus aceitunas-, destacando entre todos ellos el Primer Premio a la Calidad Mario Solinas del Consejo Oleícola Internacional en la categoría de Envasadores concedido a GOYA® Único en 2023; o su presencia con GOYA® Organics y GOYA® Único en el prestigioso TOP100 de EVOOLEUM Awards, el concurso privado más influyente del mundo, en tres de las cuatro últimas ediciones (2021, 2022 y 2024). 🍯

GOYA ESPAÑA
info@goyaspain.com
www.goyaliveoils.com



*“Simplicidad es
la máxima sofisticación”*
Leonardo Da Vinci

PLANTA DE FILTRACION EXOOS



MÁXIMA EFICIENCIA DE FILTRACIÓN ESPECIALMENTE EN PERÍODO DE CAMPAÑA.
TIERRAS AGOTADAS EXTREMADAMENTE SECAS Y COMPACTAS
(MENOS DE 1 KG DE PÉRDIDA DE ACEITE POR TONELADA FILTRADA).
DOSIFICACIÓN AUTOMÁTICA Y OPTIMIZADA DE COADYUVANTES.



PASO DE UN CICLO AL SUCESIVO MENOR DE UNA HORA.



NINGÚN GOTEÓ, NI SIQUIERA DURANTE LA DESCARGA DE LAS TIERRAS.



GESTIÓN VÍA SOFTWARE: MÍNIMA PRESENCIA DEL OPERARIO
Y POSIBILIDAD DE SUPERVISIÓN REMOTA.
INDUSTRIA 4.0



RUMOROSIDAD <70 DBA.





El aceite de orujo de oliva mejora el valor nutricional de alimentos de bollería y repostería tradicional

Estudios nutricionales muy recientes han puesto de manifiesto que el consumo habitual de aceite de orujo de oliva (45 gr./día) contribuye a prevenir enfermedades cardiovasculares y metabólicas, siendo una alternativa más saludable que otros aceites vegetales comunes como el girasol y el girasol alto oleico. El presente trabajo surge como respuesta a la necesidad de mejorar las propiedades nutricionales de productos horneados de bollería y repostería industrial, magdalenas y tortas de aceite tradicionales, sustituyendo parcial o totalmente el aceite de girasol -habitualmente utilizado en estos alimentos- por aceite de orujo de oliva.



Por Joaquín Velasco Jiménez, científico titular del Instituto de la Grasa-CSIC

Con el fin de obtener evidencias científicas del potencial del aceite de orujo de oliva refinado como ingrediente de alimentos horneados, en el presente estudio se ha determinado su resistencia a la degradación oxidativa en las condiciones del proceso de elaboración y durante el periodo de vida útil de alimentos horneados, habitualmente elaborados con aceite de girasol. Se ha evaluado si el aceite de orujo de oliva refinado conserva sus propiedades nutricionales, concretamente, si se mantienen los niveles de sus componentes bioactivos en el procesado y almacenamiento de estos alimentos. Y, finalmente, se ha determinado el grado de aceptabilidad de los nuevos productos elaborados con aceite de orujo de oliva refinado mediante panel de consumidores.

Por su composición nutricional, el aceite de orujo de oliva ocupa una de las primeras posiciones en el ranking de aceites comestibles, de acuerdo con un estudio muy reciente en el que se consideraron las recomendaciones nutricio-

nales de las principales agencias internacionales y autoridades en alimentación y salud.¹ Estudios de intervención clínica, realizados recientemente por el Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos y Nutrición (ICTAN) del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), han demostrado los extraordinarios efectos beneficiosos del aceite de orujo.²⁻⁴

Estos estudios muestran que el consumo habitual de este aceite (4-5 cucharadas soperas al día), como única grasa culinaria en la dieta, tiene efectos cardioprotectores en individuos sanos y en sujetos con riesgo cardiovascular por colesterol moderadamente elevado. Específicamente, se observó una reducción de los niveles de colesterol en ambos grupos de participantes. Aún más interesante fue el hecho de que estos efectos no se observaron cuando se empleó aceite de girasol o aceite de girasol alto oleico bajo las mismas condiciones. Además, el aceite de orujo también mejoró los marcadores de sensibilidad y resistencia a la insulina en el grupo de

individuos sanos, lo que sugiere que un consumo habitual también podría prevenir la diabetes de tipo 2.

Los efectos beneficiosos del aceite de orujo se atribuyen en gran medida a sus componentes minoritarios o compuestos bioactivos que, cuando han sido estudiados de forma aislada, han mostrado, entre otros, efectos antioxidantes y especialmente antiinflamatorios.⁵ Estos constituyen alrededor del 2% en peso del aceite e incluyen escualeno, tocoferoles, alcoholes triterpénicos (eritrodiol y uvaol), ácidos triterpénicos (principalmente ácido oleanólico) y alcoholes grasos. Algunos de estos componentes son característicos del aceite de orujo y otros aceites de oliva, y no se encuentran en los aceites vegetales de semillas, como los compuestos triterpénicos y alcoholes grasos. Otros, como el escualeno, están presentes en cantidades mucho más elevadas en el aceite de orujo. Incluso en comparación con otros aceites de oliva, el aceite de orujo contiene niveles más elevados de algunos componentes bioactivos, especialmente eritrodiol y uvaol, y alcoholes grasos.



El aceite de orujo cumple con la composición de ácidos grasos recomendada por los organismos internacionales.⁶ Como aceite obtenido de la aceituna, es monoinsaturado, rico en ácido oleico (55-85%) y bajo en ácidos grasos saturados (7,5-20,0% de palmítico, 0,5-5,0% esteárico) y poliinsaturados (2,5-21% linoleico).⁷ Por lo tanto, puede contribuir a alcanzar la recomendación de consumir el 20% de la energía total de la dieta en forma de ácidos grasos monoinsaturados. Además,

los bajos niveles de ácidos grasos saturados y poliinsaturados también cumplen con las recomendaciones nutricionales.⁸

Excelente rendimiento en fritura

Debido a sus bajos niveles de ácidos grasos poliinsaturados, el aceite de orujo tiene una elevada resistencia a la degradación oxidativa o enranciamiento. Estudios realizados por nuestro grupo de investigación han demostrado un rendimiento excelente de este aceite en procesos de fritura, superando tanto al aceite de girasol como al girasol alto oleico en frituras discontinuas que simulan la fritura doméstica o la fritura del canal Horeca.⁸ Durante la fritura, el aceite se degrada produciendo una gran cantidad de compuestos de oxidación que afectan negativamente a las propiedades organolépticas y nutricionales del aceite y, por tanto, del alimento. Los niveles de estos compuestos (compuestos polares) determinan la

[Los resultados mostraron claramente la mayor resistencia a la degradación oxidativa del aceite de orujo -que también conservó intacto su valor nutricional durante la preparación de los alimentos- frente al aceite de girasol]

durabilidad del aceite. A través de ensayos de fritura continua que simulan la fritura industrial, el aceite de orujo también mostró un rendimiento superior al aceite de girasol, aunque su comportamiento fue similar al del aceite de gira-



FABRICACIÓN DE DEPÓSITOS PARA ALMACENAMIENTO



De Bujalance, S.L. Calderería Inox

Teléfono:

957 170 529

Comercial:

666 412 462

Fábrica

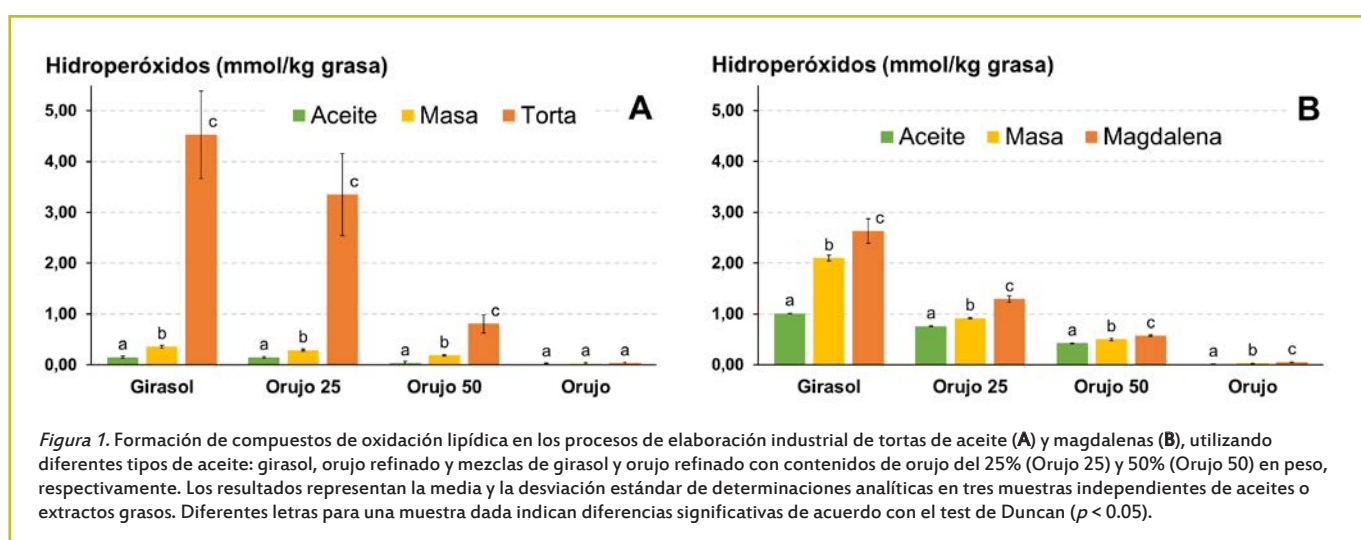
Pol. Ind. Dehesa de la Cigüeña, Parc. 10
14420 Villafranca de Córdoba
(Córdoba)

Almacenes

Pol. Ind. Pasada Honda, Parc. 1
14650 Bujalance
(Córdoba)



El autor del artículo, Joaquín Velasco Jiménez, en el FORUM ORIVA celebrado en octubre de 2022.



sol alto oleico.⁸ Por tanto, el aceite de orujo también tiene un gran potencial en la fritura industrial de alimentos.

En comparación con otros aceites vegetales comunes, resulta evidente que las propiedades nutricionales del alimento mejoran con la incorporación del aceite de orujo durante la fritura. En este sentido, nuestros estudios han revelado que los componentes bioactivos de este aceite resisten las temperaturas de fritura y se transfieren al alimento en cantidades muy elevadas.⁹

Con el objetivo de mejorar las propiedades nutricionales de otros alimentos, llevamos a cabo estudios para evaluar el potencial del aceite de orujo como ingrediente de productos de bollería y repostería industrial. Con la colaboración de empresas del sector, se estudiaron dos alimentos grasos, magdalenas clásicas y tortas de aceite tradicionales, ambos preparados habitualmente con aceite de girasol. Las magdalenas no presen-

[El aceite de orujo conservó cantidades muy elevadas de sus componentes bioactivos al final de la vida útil de ambos alimentos]

taban coberturas ni rellenos, contenían un 20% en peso de aceite, y fueron especialmente elaboradas para tener una vida útil de seis meses.¹⁰ Las tortas de aceite presentaban contenidos similares de aceite (22% en peso) y el mismo periodo de vida útil.¹¹ En estos estudios se utilizó aceite de orujo de oliva refinado, sin encabezamiento con aceite de oliva virgen, ya que los consumidores de estos alimentos están acostumbrados a productos con aceites refinados, sin olores y/o sabores característicos. Se estudió la sustitución parcial y total del aceite

de girasol por aceite de orujo de oliva refinado en estos productos, que fueron elaborados respectivamente por dos fabricantes. En las sustituciones parciales, se consideraron mezclas de los dos aceites con contenidos de aceite de orujo del 25 y 50% en peso, respectivamente.

El primer objetivo de estos estudios fue evaluar si las sustituciones de aceite tenían un impacto en la calidad de los productos frescos. Como era de esperar, los resultados mostraron claramente la mayor resistencia a la degradación oxidativa del aceite de orujo frente al aceite de girasol, un aceite poliinsaturado cuyos niveles de ácido linoleico pueden variar entre el 48 y el 74% del total de ácidos grasos.¹² Los niveles de lípidos oxidados formados en los procesos de elaboración -preparación de la masa y horneado- disminuyeron considerablemente en ambos productos con la sustitución del aceite de girasol con aceite de orujo (Figura 1). Estos compuestos





afectan negativamente a la calidad de los alimentos, ya que evolucionan a otros compuestos volátiles que imparten olores y sabores no deseados, y son responsables del enranciamiento de los alimentos o rancidez oxidativa. Como resultado, los lípidos oxidados son responsables del deterioro de la calidad y determinan la vida útil de los alimentos.

El aceite de orujo también conservó su valor nutricional durante la preparación de los alimentos. Sus componentes bioactivos fueron muy estables y permanecieron prácticamente inalterados durante el procesamiento de ambos alimentos. Sólo se observaron ligeras pérdidas de alfa-tocoferol (vitamina E) y escualeno, las cuales estuvieron próximas al error analítico de las determinaciones (5%), en las muestras que contenían aceite de orujo, puro o mezclado con aceite de girasol. No se observaron cambios significativos en los niveles de esteroides totales, alcoholes triterpénicos (eritrodilol y uvaol) o ácidos triterpénicos (principalmente ácido oleanólico). Por lo tanto, el aceite de orujo conservó intactas sus propiedades nutricionales.

Para evaluar posibles pérdidas de calidad y/o valor nutricional durante el periodo de vida útil, se llevaron a cabo estudios de almacenamiento controlado de las tortas de aceite y magdalenas, ambos envasados en sus envases habituales. Al final de la vida útil de las tortas de aceite, los niveles de oxidación fueron extremadamente bajos en la muestra de orujo y muy elevados en la muestra de girasol (*Figura 2A*). Aunque las magdalenas presentaron niveles de oxidación más bajos, los niveles de lípidos oxidados también fueron claramente mucho más bajos en la muestra de orujo (*Figura 2B*). El análisis sensorial de los productos mostró evidencias de enranciamiento en las tortas de aceite y no en las magdalenas. La rancidez se puso de manifiesto en el aroma de las tortas de girasol a partir de cuatro meses de almacenamiento. Al final de la vida útil de las tortas, todas las muestras presentaron indicios de enranciamiento a excepción de la muestra de orujo, debido a sus bajos niveles de oxidación.

El aceite de orujo conservó cantidades muy elevadas de sus componentes bioactivos al final de la vida útil de ambos alimentos. Los componentes característicos de este aceite, compuestos triterpénicos y alcoholes grasos, presentaron una elevada estabilidad. Sus niveles permanecieron invariables durante todo el estudio. Sólo se observaron ligeras pérdidas de vitamina E en ambos productos y de escualeno en las



OLEA METAL INDUSTRIAL S.L.

CAMBIAMOS LA RAZÓN SOCIAL, CONSERVANDO LA IDENTIDAD Y PERSONALIDAD PROFESIONAL EN NUESTROS TRABAJOS.



Reparación y equilibrado de Decánter de todas las marcas con la garantía de más de 30 años de experiencia.

Fabricamos depósitos de todo tipo, para darle una solución de almacenamiento y confiabilidad.

Estudiamos y aconsejamos la forma más segura y cómoda de transportar **su aceite respetando la trazabilidad, seguridad e integridad** de su preciado oro líquido, a través de colectores con todas las maniobras posibles.

OLEA METAL INDUSTRIAL S.L.

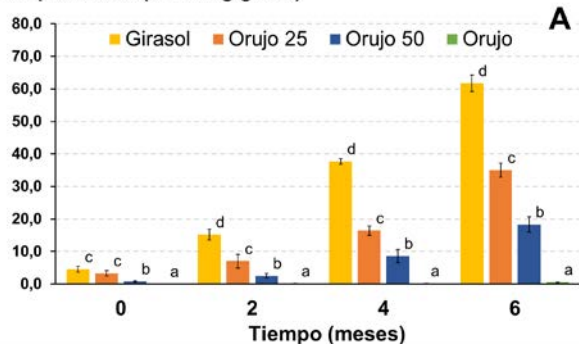
Políg. Los Cerros, Agricultura, 24. Úbeda (Jaén)

☎ 953 793 168 - 687 821 670

✉ oleametal@oleametal.com www.oleametal.es



Hidroperóxidos (mmol/kg grasa)



Hidroperóxidos (mmol/kg grasa)

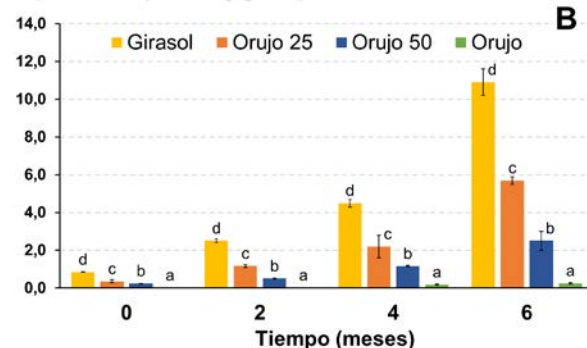


Figura 2. Formación de compuestos de oxidación lipídica durante la vida útil de tortas de aceite (A) y magdalenas (B) almacenadas en sus envases habituales a 23 °C. Los resultados representan la media y la desviación estándar de determinaciones analíticas en tres muestras independientes de extractos grasos. Diferentes letras para un tiempo de almacenamiento dado indican diferencias significativas entre las muestras de acuerdo con el test de Duncan ($p < 0.05$).

tortas de aceite. Las muestras de orujo conservaron más del 85% del contenido total de tocoferoles (vitamina E) y los niveles de escualeno permanecieron por encima del 90% en las tortas de aceite de orujo.

Con el objetivo de determinar el grado de aceptación, los productos fueron evaluados mediante paneles de consumidores habituales de estos alimentos. Se evaluaron diferentes atributos, como apreciación global, aspecto, aspecto fresco, color, olor, sabor, intensidad del sabor, sabor dulce y textura, entre otros. Los productos frescos elaborados con aceite de orujo, tanto puro como mezclado con girasol, recibieron puntuaciones elevadas y características de alimentos bien evaluados. No se encontraron diferencias entre los nuevos productos y los productos de referencia preparados con aceite de girasol. Los consumidores no

[Con el objetivo de determinar el grado de aceptación, los productos fueron evaluados mediante paneles de consumidores habituales de estos alimentos, no encontrándose diferencias entre productos preparados con diferentes tipos de aceite]

mostraron preferencias claras por ningún producto en particular. Por tanto, no distinguieron entre productos preparados con diferentes tipos de aceite. Sin

embargo, a diferencia de las muestras de orujo, las tortas de aceite de girasol recibieron claramente peores puntuaciones para el olor y sabor al final de la vida útil, debido a su mayor deterioro oxidativo. En este sentido, los resultados del test de preferencias fueron muy claros, ya que el 60% de los consumidores coincidió en que la muestra de referencia (girasol) fue el producto peor valorado.

En resumen, estos estudios demostraron que el aceite de orujo refinado conserva intactas sus propiedades organolépticas y nutricionales durante la preparación y almacenamiento de magdalenas y tortas de aceite. Por consiguiente, sugieren que el aceite de orujo refinado también posee un gran potencial como ingrediente en la industria de productos de bollería y repostería, y puede considerarse una alternativa más saludable a otros aceites vegetales. 🍯

Referencias bibliográficas:

1. García-González et al. Virgin olive oil ranks first in a new nutritional quality score due to its compositional profile. *Nutrients* 2023, 15: 2127.
2. González-Rámila et al. Olive pomace oil can improve blood lipid profile: a randomized, blind, crossover, controlled clinical trial in healthy and at-risk volunteers. *Eur. J. Nutr.* 2023, 62: 589-603.
3. González-Rámila et al. Effect of olive pomace oil on cardiovascular health and associated pathologies. *Nutrients* 2022, 14:3927.
4. González-Rámila et al. Olive pomace oil versus high oleic acid sunflower oil and sunflower oil: a comparative study in healthy and cardiovascular risk humans. *Foods* 2022, 11:2186.
5. Mateos, R.; Sarria, B.; Bravo, L. Nutritional and other health properties of olive pomace oil. *Crit. Rev. Food Sci. Nutr.* 2020, 60: 3506-3521.
6. FAO-WHO. 2008. *Fats and fatty acids in human nutrition. In Report of an expert consultation*, ed. FAO. Geneva: FAO. ISBN 978-92-5-106733-8.
7. IOC. 2022. International Olive Council. Trade standard applying to olive oils and olive pomace oils. Standard COI/T.15/NC No 3/ Rev.19/2022.
8. Holgado et al. Performance of olive-pomace oils in discontinuous and continuous frying. Comparative behavior with sunflower oils and high-oleic sunflower oils. *Foods* 2021, 10: 3081.
9. Ruiz-Mendez et al. Stability of bioactive compounds in olive-pomace oil at frying temperature and incorporation into fried foods. *Foods* 2021, 10: 2906.
10. Velasco et al. Quality and nutritional changes of traditional cupcakes in the processing and storage as a result of sunflower oil replacements with refined olive pomace oil. *Foods* 2023, 12: 2125.
11. Velasco et al. Olive pomace oil improves the oxidative stability and nutritional value of oil-based cakes with anise essence, a traditional confectionery product in Spain. *LWT - Food Science and Technology* 2023, 184: 115081.
12. FAO-WHO. (1999). *Codex Alimentarius Commission. Standard for named vegetable oils CXS 210-1999*. Rome: World Health Organization: Food and Agriculture Organization of the United Nations.

Biolive

solutions

CIENCIA Y TECNOLOGÍA AL SERVICIO DEL OLIVAR Y LA INDUSTRIA OLEÍCOLA



Aceitunas de mesa



Refinerías



Almazaras



Extractoras

- » **Estudio de su olivar** para la recuperación de **redes agro-ecosistémicas**
- » **Implementación** de **paquetes tecnológicos sostenibles**
- » **Mejoras en sus procesos** de extracción de aceites de oliva
- » **Realización de la caracterización físico-química** del fruto de la aceituna
- » **Instalación y funcionamiento** de su **planta de compostaje**
- » **Revalorización de subproductos** a través de **tecnologías de biofertilización**
- » **Estudio de las propiedades** de sus aceites de oliva
- » **Análisis del comportamiento** de sus **consumidores** en distintos mercados

📍 Parque Científico Tec. Geolit. Edificio CTSA 1 Mengíbar – Jaén

✉ info@biolivesolutions.com

☎ +34 677 65 50 35 / +34 630 12 94 69



biolivesolutions.com



Valorización de la salmuera agroalimentaria como fuente de recursos para la industria

El proyecto GREEN BRINE trata sobre la valorización integral de salmueras agroalimentarias mediante la integración de tecnologías sostenibles dentro del marco de la economía circular. Para ello se diseñó un sistema integrado de procesos sostenibles que minimizara el impacto medioambiental industrial que provoca la gestión actual de la salmuera agroalimentaria, considerándola como una fuente de recursos y no sólo como un simple residuo a depurar.



Por Jorge García Ivars, PhD Medio Ambiente en AINIA

El cultivo del olivar es una actividad agrícola con una larga tradición industrial, especialmente en los países localizados en la Cuenca

Mediterránea y en otras áreas con climas adecuados. La generación de diversos productos procedentes del olivar como el aceite de oliva o las aceitunas de mesa constituye una de las mayores actividades agroindustriales en la economía mediterránea y, por tanto, supone un factor económico altamente significativo para su prosperidad.

Sin embargo, toda producción industrial conlleva de manera inexorable la generación de contaminantes, residuos y/o emisiones. Así, la producción tanto de aceite de oliva como de aceitunas de mesa lleva asociada la generación de contaminantes complejos que requieren de tratamientos adecuados para la reducción y/o minimización de su vertido. En concreto, la preparación de aceitunas suele conllevar el uso de disoluciones básicas o alcalinas -como hidróxido sódico, sosa, o hidróxido potásico, potasa- que permite la eliminación de la oleuropeína mediante hidrólisis alcalina, minimizando así el amargor



natural de la aceituna. Esto le aporta al residuo generado salinidad y alcalinidad. Del mismo modo, la utilización de salmueras de fermentación y conservación en las aceitunas de mesa hacen que esta salinidad se vea incrementada en el vertido. Por otro lado, grandes volúmenes de agua son utilizados ya no sólo en la aplicación de las disoluciones anteriormente mencionadas ni en otros procesos que puedan utilizar co-

rrecciones ácidas, sino en los procesos de aclarado y lavado con agua. Estos volúmenes de agua conllevan también la adición al vertido de restos sólidos de materia prima, ácidos orgánicos desprendidos del producto y trazas del mismo (sea aceituna de mesa o aceite de oliva), lo que conlleva un incremento en su contenido orgánico y sólido.

Esta matriz compleja hipersalina o salmuera de origen agroalimentario es un residuo muy problemático, ya que conjuga salinidad -y, por tanto, fuerza iónica y conductividad eléctrica-, alcalinidad, sólidos (macroscópicos y microscópicos como huesos, pulpa, etc.) y materia orgánica -como polifenoles, bioactivos, azúcares, ácidos orgánicos y compuestos nitrogenados, entre otros- en altas concentraciones y de distinta naturaleza. Particularmente, las salmueras generadas en actividades propias de la producción de la aceituna de mesa tienen un elevado poder contaminante, siendo fluctuante en función del tipo de aceituna y de la sosa o potasa utilizada. Sin embargo, tal y como se ha dejado entrever previamente, entre esta matriz residual repleta de contaminantes pueden en-



contrarse compuestos bioactivos -polifenoles de cadena corta como tirosol e hidroxitirosol- que poseen un alto valor añadido tanto en la industria alimentaria como en cosmética o en química fina. Esas características cambiantes, junto a los grandes caudales y volúmenes generados de este residuo en la industria, suponen una seria preocupación medioambiental, ya que su vertido puede interferir en la biodiversidad del medio receptor, alterando los ciclos de vida

de los seres vivos presentes en dicho ecosistema receptor y colindantes que dependen de él.

Los tratamientos existentes para gestionar esta clase de residuos son complejos y presentan un alto coste, ya no solamente para la industria que la genera, sino también para la gestora externa encargada de encontrarle una salida. Las ingenierías especializadas en el tratamiento de aguas y gestión de residuos diseñan trenes de tratamiento *ad hoc* para afrontar el problema prestando especial atención en la depuración del agua presente, como las balsas de evaporación, técnicas de evaporación forzada o procesos de separación por membranas como ósmosis inversa y/o biorreactores de membrana. Estas tecnologías poseen sus ventajas e inconvenientes, entre las que destacan la necesidad de grandes superficies impermeabilizadas para su lenta evaporación (balsas de evaporación o eras de secado), sus altos costes de inversión,

[Los tratamientos existentes para gestionar esta clase de residuos son complejos y presentan un alto coste]

costes energéticos asociados y generación de residuos más concentrados a gestionar (evaporadores forzados y procesos de membrana a presión).

Sin embargo, esta búsqueda enfocada a depurar la salmuera, sosa o lejía de cocido ignora la perspectiva de la bioeconomía circular a través de la recuperación de compuestos de valor o de interés industrial y la transformación y valorización de los residuos para incrementar su vida útil. Todo ello demuestra una clara necesidad industrial y medioambiental que permita mejorar la gestión de la salmuera alimentaria. Así, basándose en la



Russo
Tecno
Service

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



Jorge García Ivars, PhD Medio Ambiente en AINIA y autor del artículo.

[En el proyecto **GREEN BRINE** se ha definido un sistema de gestión y tratamiento que abre la puerta a un futuro sostenible dentro de la gestión de esta clase de residuos complejos]

circularidad y en el reaprovechamiento de corrientes -más allá de la recuperación de polifenoles- con la innovación tecnológica en mente, se ha desarrollado el proyecto GREEN BRINE, donde se ha definido un sistema de gestión y tratamiento que abre la puerta a un futuro sostenible dentro de la gestión de esta clase de residuos complejos.

La salmuera agroalimentaria, mucho más que un simple residuo

Financiado por la Agencia Valenciana de la Innovación (AVI) y liderado por AINIA, y con Aceitunas Cazorla e ITC-AICE como socios del consorcio, este proyecto versa sobre la valorización integral de salmueras agroalimentarias mediante la integración de tecnologías sostenibles dentro del marco del concepto de la economía

circular. Para ello, se diseñó un sistema integrado de procesos sostenibles que minimizara el impacto medioambiental industrial que provoca la gestión actual de la salmuera agroalimentaria, considerándola como una fuente de recursos y no como un simple residuo a depurar.

Utilizando como base de evaluación y validación las salmueras generadas en la industria del procesado de la aceituna de mesa -en concreto, las generadas en las actividades de fermentación, conservación y aderezo del procesado de aceitunas verdes y negras-, se desarrolló un sistema MLD o "mínimo vertido líquido". Estos sistemas persiguen estratégicamente la minimización de la cantidad de vertido líquido generado durante el proceso de tratamiento con el fin de minimizar el impacto ambiental de su vertido y conservar los recursos hídricos receptores. Se definen, principalmente, por filtración por flujo tangencial de membranas cerámicas de bajo coste basadas en materiales arcillosos -que presentan mayor resistencia a condiciones



Green Brine

VALORIZACIÓN DE SALMUERAS MEDIANTE LA INTEGRACIÓN DE TECNOLOGÍAS SOSTENIBLES A PARTIR DEL CONCEPTO DE ECONOMÍA CIRCULAR



límite que las membranas poliméricas- y por un tren de tratamientos avanzados de separación en cascada para la obtención de extractos de polifenoles ricos en hidroxitirosol y tirosol, así como para valorizar los compuestos orgánicos restantes por procesos bioelectroquímicos

para generar vectores energéticos (como biohidrógeno hasta un 85% o biogás hasta un 45% de biometano); mientras que los inorgánicos fueron transformados en productos químicos de interés reutilizables en la actividad industrial (con una concentración superior al 2% en peso). Además de estas salidas del sistema -y, por ello, mínimo vertido líquido-, se obtiene agua tratada sin conductividad eléctrica (< 0,5 mS/cm) y mínima materia orgánica (< 1000 mg/L DQO) que puede ser reutilizada en el sistema de tratamiento enviándolo a cabecera o vertiéndolo a alcantarillado municipal.

Finalmente, la innovación tecnológica ha impulsado el diseño, demostración y definición de un sistema de gestión y tratamiento de residuos, basado en la bioeconomía circular, que es capaz de valorizar integralmente matrices difícilmente gestionables como las salmueras de origen agroalimentario. ♻️





olivares vivos

**BRING TO LIFE
YOUR EVOO**

**RECONCILIADOS
CON LA VIDA
EM HARMONIA
COM A NATUREZA
OLIVETI CUSTODI
DI VITA**

**ΕΛΑΙΩΝΕΣ ΠΟΥ
ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΟΥΝ ΤΗ
ΒΙΟΠΟΙΚΙΛΟΤΗΤΑ**

AT ONE WITH NATURE

join us
www.olivaresvivos.com

PARTNERS:



JUAN VILAR
CONSULTORES ESTRATEGICOS



UNIVERSIDADE
DE ÉVORA

CO-FINANCERS:



Junta de Andalucía
Consejería de Agricultura, Ganadería,
Pesca y Desarrollo Sostenible





Puerta de las Villas apuesta por el oleoturismo para exportar su modelo de producción de AOVE sostenible y de máxima calidad



Con una filosofía orientada a la obtención de la máxima calidad y a la sostenibilidad en todas sus vertientes, en un entorno único en perfecta armonía con el medio ambiente y la naturaleza, la SCA San Vicente de Mogón (Puerta de las Villas) ha apostado por el oleoturismo como la mejor manera de exportar las bondades de su modelo productivo.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

La población de Mogón, en el municipio jiennense de Villacarrillo, a las faldas de la Sierra de las Villas -de la que es puerta de entrada-, está incluida en el segundo mayor espacio natural protegido de Europa y Reserva de la Biosfera desde 1983, el Parque Natural de las Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas. En este enclave privilegiado se localiza la Sociedad Cooperativa Andaluza San Vicente de Mogón, que presume de elaborar uno de los mejores aceites de oliva vírgenes extra de variedad picual del mundo, *Puerta de las Villas Picual Temprano Ecológico* -incluido en el prestigioso

TOP100 de EVOOLEUM Awards 2019, 2020, 2021, 2023 y 2024, y uno de los *ocho magníficos* de "Jaén Selección" en las dos últimas campañas-, que destaca por su calidad y el respeto al medio ambiente en todo el proceso productivo. La gama de AOVEs *Puerta de las Villas* incluye también monovarietales convencionales y ecológicos de royal -variedad autóctona de la zona-, arbequina y frantoio, junto a un coupage temprano de arbequina y picual.

Fundada en 1966 por un centenar de pioneros, en la actualidad cuenta con más de 1.400 socios que han unido sus esfuerzos para preservar un entorno único beneficiado por un especial bioclima que fa-

vorece el cultivo del olivo tal y como se ha mantenido a lo largo de muchas generaciones. Se trata de unas 3.600 hectáreas de olivar tradicional de montaña -3.300 en Producción Integrada y otras 300 en cultivo ecológico- bordeado por los ríos Guadalquivir y Aguascebas, en su gran mayoría dentro de los límites del Parque Natural de Cazorla, Segura y Las Villas.

Los parajes y rincones singulares -de una gran riqueza biológica- de los olivares que rodean a la SCA San Vicente de Mogón son "auténticos paraísos naturales y ecosistemas que aún se conservan vírgenes. Y de esta fuente es de la que mana nuestro *Puerta de las Villas*, un AOVE que representa el deber y el orgullo de to-



[La cooperativa jiennense ha entrado a formar parte de OleotourJaén como almazara visitable, abriendo sus puertas para explicar el trabajo diario y catar sus AOVEs Premium]



dos los agricultores de Mogón por cuidar nuestro entorno y mantenerlo para que las generaciones futuras lo sigan disfrutando. Por eso, desarrollamos técnicas de cultivo sostenibles y respetuosas con el medio ambiente”, asegura la gerente de *Puerta de las Villas*, María del Mar Manrique.

Punto de encuentro y espacio de divulgación

Anunciada a comienzos de 2023, la apuesta por el oleoturismo de la SCA San Vicente de Mogón y su emblemática marca pretende exportar su modelo de producción de AOVE de máxima calidad y sostenible social, medioambiental y económicamente.

Tras modernizar sus instalaciones, adaptadas para recibir cómodamente a los visitantes, la cooperativa ha entrado a formar parte como almazara visitable de OleotourJaén, la estrategia de oleoturismo

mo auspiciada por la Diputación de Jaén dirigida a grupos de visitantes, agencias y touroperadores, y pretende convertirse en punto de encuentro y espacio de divulga-

ción de la cultura del virgen extra.

Así, la almazara ha abierto sus puertas a las visitas en grupos para explicar en qué consiste su quehacer diario y ofrecer a los participantes la posibilidad de catar sus espléndidos AOVEs de calidad Premium. “Estamos tan orgullosos de nuestro trabajo y de nuestras instalaciones que queremos que toda la sociedad nos conozca -afirma María del Mar Manrique-. Abrimos nuestras puertas para mostrar nuestro trabajo en los olivares y enseñar a los visitantes cómo es el día a día, demostrando que la elaboración de nuestro AOVE es fruto de un equipo humano profesionalizado y de una conciencia sostenible arraigada en todos los socios”.

El programa de oleoturismo de *Puerta de las Villas* persigue varios objetivos. En primer lugar, dinamizar la economía local para atraer visitantes a la localidad de



Lourdes González, graduada en Turismo por la UJA y encargada de atender las visitas de grupos.

Mogón y la Sierra de las Villas durante todo el año. En segundo lugar, promover el consumo de AOVE de gran calidad proveniente de olivares cultivados siguiendo las directrices de la agricultura ecológica y el sistema de Producción Integrada, ahondando en sus propiedades saludables; además de combinar el uso del virgen extra con la gastronomía y cocina local mediante degustaciones y maridajes. Por último, divulgar y poner en valor la importancia del olivar en la conservación del entorno natural de Mogón y la Sierra de las Villas.

Dos paquetes de visitas

La oferta oleoturística de la SCA San Vicente de Mogón dispone de dos paquetes de visitas. Por una parte, la visita guiada a todas las instalaciones de la almazara permite sumergirse en todo el proceso de elaboración de su AOVE, desde el campo hasta la botella, así como conocer la historia de la cooperativa. Con una duración de 1 hora, es apta para todas las edades y recomendable para grupos de amigos y familias.

Durante la visita los participantes tienen la oportunidad de conocer un olivar tradicional de sierra y observar lugares



[La visita a las instalaciones de la cooperativa se puede completar con una cata especializada de sus AOVes y/o un delicioso desayuno molinero]

únicos de Las Villas como el paraje de La Osera, el pasillo de la vida por el río Guadalquivir y otros muchos emplazamientos naturales de gran belleza.

Si se opta por el segundo paquete, de una hora y media de duración, la visita a las instalaciones de la cooperativa se completa con una cata especializada de sus AOVes y/o un delicioso desayuno

molinero. En la cata, los visitantes conocen las distintas variedades y calidades, aprendiendo a diferenciar un aceite con defectos de un AOVE Premium. El desayuno molinero incluye una degustación del AOVE *Puerta de las Villas* acompañado de productos típicos de la zona como panes artesanos y tomates de la huerta de Mogón.

La encargada de guiar a los visitantes es Lourdes González López, graduada en Turismo por la Universidad de Jaén, que ha ampliado sus competencias compaginándolas con la asistencia a ferias. Las reservas pueden realizarse directamente por teléfono (661 552 126) y a través del formulario de contacto de la página web, o bien mediante OleotourJaén, agencias de viajes y touroperadores. 🍯

CIERRES QUE MARCAN LA DIFERENCIA



fourfam.

www.fourfam.com



"El mundo de experiencias del aceite de oliva" regresa a Biofach

La feria mundial de alimentos ecológicos, Biofach, que se celebró en Núremberg (Alemania) del 13 al 16 de febrero, acogió de nuevo "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. En este espacio también se llevó a cabo el Olive Oil Award, un premio que se celebra desde 2008 y en el que fueron reconocidos varios aceites de oliva vírgenes extra españoles.



[TEXTO: Cristina Revenga Palacios]
[FOTOS: NürnbergMesse / Thomas Geiger]

Biofach y Vivanes -la feria internacional de cuidado personal natural y ecológico- recibieron a 35.000 visitantes profesionales de 128 países y acogieron a un total de 2.550 expositores de 94 países que mostraron una amplia gama de productos y servicios. Además, la atención se centró en los numerosos formatos de diálogo organizados, por lo que los participantes pudieron desempeñar un papel activo en el nuevo punto de encuentro Horeca-GV & Gastro, en el SustainableFutureLab o en el congreso. Este último, que tiene lugar de forma paralela, es desde hace tiempo un foro importante para el sector ecológico, donde se puede debatir y establecer contactos. En concreto, en 2024 se centró en el poder transformador y creativo de las mujeres en el sector y su papel para lograr un futuro más sostenible para el sistema alimentario.

En cuanto a la representación española, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) participó con un stand propio en Biofach que acogió en sus 140 metros cuadrados a



11 empresas españolas co-expositoras de producción ecológica que han sido galardonadas en algunas de las categorías de los Premios Alimentos de España y que ofrecieron degustaciones de aceite de oliva virgen extra, queso, vino, frutas y verduras orgánicas. Los visitantes pudieron conocer la gran variedad de alimentos ecológicos produ-

cidos en España, "fruto de la diversidad de condiciones climáticas, suelos y prácticas culturales, así como de una industria transformadora en constante crecimiento que integra innovación y tradición", según destacó el MAPA.

Además, un total de 21 empresas participaron en el Pabellón Agrupado Español que la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) organizó con la colaboración del organismo de promoción autonómica de Castilla-La Mancha (IPEX) y el Gobierno de Navarra. La industria alimentaria española asistió a esta feria para cubrir todas las tendencias de consumo que demanda el mercado, aportando mayor proyección a las exportaciones de los productos españoles.

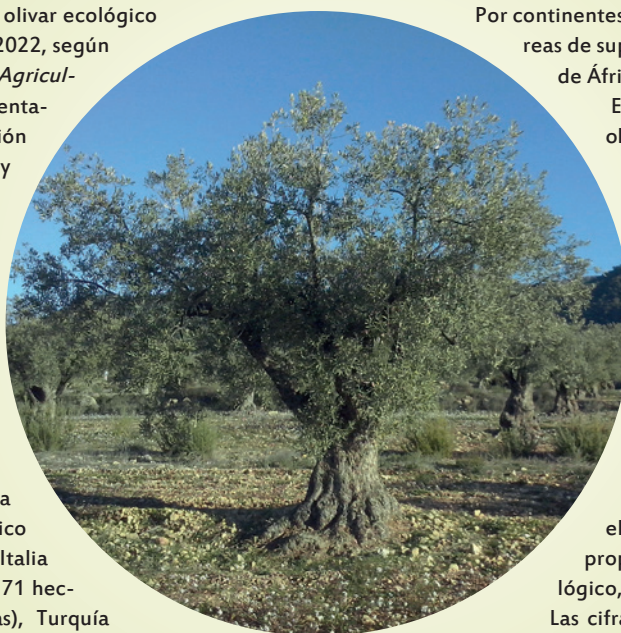
A su vez, Andalucía TRADE-Agencia Empresarial para la Transformación y el Desarrollo Económico reunió en el espacio Andalucía a 10 firmas de la Comunidad -La Abuela Carmen, Luque Ecológico, Green Crops Spain, Biosabor, Soler Romero, Aceites Guadalentín, Berrynest, Europea del Oro Líquido,



La superficie mundial de olivar ecológico ha crecido un 39,3% en diez años

Un total de 852.649 hectáreas de olivar ecológico se registraron a nivel mundial en 2022, según se desprende del *“Mundo de la Agricultura Orgánica”*, un informe presentado por el Instituto de Investigación de Agricultura Orgánica (FiBL) y la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Biológica (IFOAM) en el marco de Biofach. Este informe detalla que la superficie mundial de olivar ecológico se redujo un 9% en ese año (-84.410 hectáreas), si bien es un 39,3% superior respecto a hace diez años (+240.381 hectáreas).

Por países, España cuenta con la mayor superficie de olivar ecológico (262.379 hectáreas), seguida de Italia (243.089 hectáreas), Túnez (173.171 hectáreas), Grecia (58.840 hectáreas), Turquía (56.014 hectáreas) y Portugal (25.633 hectáreas).



Por continentes, Europa cuenta con 656.995 hectáreas de superficie de olivar ecológico, seguida de África, con 180.199 hectáreas.

El TOP 15 de países productores de olivar ecológico lo completan Argentina (7.713 hectáreas), Francia (7.073 hectáreas), Marruecos (5.903 hectáreas), Palestina (4.656 hectáreas), Croacia (1.956 hectáreas), Chipre (1.586 hectáreas), Egipto (1.103 hectáreas), Chile (1.081 hectáreas) y EEUU (666 hectáreas).

En concreto, el informe destaca que en Italia el porcentaje de superficie de olivar bajo producción ecológica es relativamente alto (21%); y en España supone el 10%; si bien Francia tiene la mayor proporción de superficie de olivar ecológico, con un 40% de la superficie total.

Las cifras disponibles indican que 112.233 hectáreas se encuentran en conversión.



Pabellón Agrupado Español.

Espacio del AOVE

Cabe destacar que en esta edición, el aceite de oliva virgen extra volvió a recuperar su cuota de protagonismo en Biofach a través de *“El mundo de experiencias del aceite de oliva”*, un área que comenzó hace más de 20 años con una zona de degustación de aceite de oliva y donde 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 celebrada en julio de 2022.

En este espacio también se celebró el Olive Oil Award, cuya particularidad es que todos los aceites de oliva presentados son catados en directo por los visitantes profesionales de la feria, a los que se les permite probar cuatro AOVes diferentes y juzgarlos en una escala del 1 al 10 según criterios de olor, sabor e impresión general. Los aceites se presentan en copas de cata oficiales de color azul con un código, según precisó a *Mercacei* Richard Wolny, responsable de *“El mundo de experiencias del aceite de oliva”*.

Wolny subrayó que el año 2023 fue *“extremadamente desafiante”* para la

Almensur y Landaluz-, que pudieron mostrar su oferta en la feria. El objetivo de la agencia pública en esta acción fue mejorar la presencia de los productos ecológicos andaluces en los mercados y planificar mejor las producciones para adaptarse a las corrientes de consumo de los potenciales clientes.

Por otro lado, asociaciones como Ecovalia participaron en Biofach con el objetivo de promocionar la producción ecológica y el reconocimiento de la Eurohoja. La entidad estuvo presente en un stand agrupado junto a sus miembros Vegavilanos, Sánchez Fernández de Rute, El Jarpil,

AOVE La Casona y Perseus. En esta feria profesional, Ecovalia llevó a cabo encuentros y reuniones estratégicas con agentes del sector del ámbito internacional.

Por su parte, CAAE expuso sus servicios para EEUU, China, México y Japón; y dio a conocer sus normas sociales y su norma de Agua Legal y Sostenible, servicios claves para el sector ecológico español. Con estas normas, las cadenas de supermercados pueden dar garantía a los consumidores sobre la procedencia del agua de sus productos, así como de las condiciones de los trabajadores en el proceso productivo.



En el espacio que rinde homenaje al AOVE se llevó a cabo el Olive Oil Award.



mayoría de los productores de aceite de oliva en Europa, ya que “el espectro de amenazas para la cosecha varió desde la sequía extrema hasta las fuertes lluvias e incendios”, por lo que valoró la participación de 41 vírgenes extra en “El mundo de experiencias del aceite de oliva” de Biofach. “Los ganadores del Olive Oil Award tenían todos los motivos para celebrar estos galardones, ya que a pesar de las difíciles condiciones registradas durante la campaña, lograron producir aceites excepcionales que fueron reconocidos por el público profesional de la feria”, destacó.

Debido a la menor participación este año, se entregaron premios al TOP10 y se establecieron otras diez recomendaciones. Entre los 20 primeros figuraron AOVEs de países productores como España, Italia y Grecia.

En concreto, en los reconocimientos de este año destacaron en el TOP10 las firmas españolas Cortijo de Suerte Alta, con *Cortijo de Suerte Alta Coupage Natural*; y Almazaras de la Subbética, con *Almaoliva Bio* y *Rincón de la Subbética*. A su vez, entre



Ecovalia organizó encuentros y reuniones estratégicas con agentes del sector.

las recomendaciones figuraron Bodegas Francisco Gómez, con *Pago Francisco Gómez Picual*, *Pago Francisco Gómez Chiquitita* y *Pago Francisco Gómez Grosal*; y Almazara Deortegas, con *Deortegas Hojiblanca*.

“La gran participación en la ceremonia de entrega de premios nos ofrece una perspectiva optimista para el futuro, del que esperamos una buena cosecha, con la consiguiente gran participación en Biofach 2025”, remarcó Wolny. 🍷

Suscríbase 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



El proyecto InnovAC-Eco llega a su final con la mejora para garantizar la certificación de los aceites ecológicos



El proyecto InnovAC-Eco lleva tres campañas trabajando para garantizar que la aceituna destinada a producción ecológica no tenga ningún problema de contaminación cruzada con herbicidas. En su último año el proyecto avanza a buen ritmo, testando los resultados de los ejercicios anteriores y divulgando los mismos entre los agentes implicados del sector.

El proyecto InnovAC-Eco comenzó en el otoño de 2021 con la definición del mismo y la identificación de las zonas a muestrear, adecuando los ensayos durante las campañas 2021/22, 2022/23 y 2023/24. El grupo de trabajo está compuesto por el Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica de La Rioja (CPAER), el Consejo Regulador de la DOP Aceite de La Rioja (CRDOPAR), la Unión de Agricultores y Ganaderos de La Rioja (UAGR) y las empresas INCONEF e Ingeniería Agroambiental y Desarrollo Rural CARNA SLP.

La memoria del proyecto contemplaba tres fases prácticas y bien diferenciadas:

- Fase I: Estudios previos, revisión bibliográfica, identificación de la problemática de partida y zonificación del estudio según la afección y representatividad del cultivo del olivo en la región.
- Fase II: Identificación y seguimiento de los tratamientos herbicidas más comúnmente utilizados en cereal, muestreos de aceituna y aceite y ensayos con prototipo de sensores ambientales para identificación de derivas potencialmente contaminantes hacia la aceituna.
- Fase III: Difusión de los resultados y conclusiones obtenidas en el pro-



Aceituna ecológica expuesta a la contaminación cruzada por parcelas colindantes de cereal y viña.

yecto, incluyendo acciones formativas y dosieres con recomendaciones sobre las medidas de mitigación del uso de estos herbicidas.

La primera anualidad sirvió para identificar la problemática y sentar la relación entre la aparición de trazas en aceituna con las primeras aplicaciones por herbicidas y, más concretamente, la materia activa prosulfocarb, que se utiliza de forma bastante generalizada en tratamientos de invierno contra vallico. Esta campaña fue

agravada por un adelanto en las siembras de cereal debido a las condiciones climáticas, lo que provocó que se anticiparan las aplicaciones de herbicidas y se produjera un solapamiento con la época de recolección de la aceituna. Una de las principales medidas llevadas a cabo por el servicio de protección de cultivos de la Comunidad Autónoma de La Rioja fue la regulación del uso de estos herbicidas a partir de 2022, limitando su aplicación hasta el 1 de diciembre de cada campaña.



Tratamiento en parcela experimental para posterior medición de contaminación ambiental por deriva.



Prototipo diseñado por INCONEF recogiendo información a tiempo real durante los ensayos del proyecto.

Paralelamente a estos ensayos, la empresa INCONEF ha estado diseñando un prototipo basado en los medidores de contaminación ambiental específico para la identificación de partículas procedentes de tratamientos herbicidas y, en concreto, en la materia activa prosulfocarb. Dicho equipo ha podido ser testado tanto en laboratorio como en campo, aportando datos muy interesantes al proyecto sobre la identificación de derivas.

Se trata de una caja de toma de muestras conformada por una parte de aspiración y filtrado del aire del exterior y otra de datos climáticos, que cuenta con los siguientes elementos: sensor de partículas en el exterior, ventilador interior, filtro de captura de partículas interior, anemómetro exterior, veleta, pluviómetro, termómetro, higrómetro, batería de alimentación, sistema de carga de baterías solar y trípode de soporte.

El equipo es capaz de trabajar de forma autónoma enviando los datos a través de una tarjeta móvil a un servidor donde se van almacenando. De esta forma se incorporan a una base de datos de un servidor central, que los analiza según un algoritmo diseñado y va generando mensajes de alerta previamente programados. Se trata de relacionar las condiciones atmosféricas con las capturas de partículas recogidas por los sensores, compro-

[El problema de la aparición de trazas de prosulfocarb en aceitunas ecológicas es un grave problema, puesto que, pese a no superar los LMR, impiden su destino para aceites en producción ecológica, lo que implica una pérdida de su valor]

bar en qué momentos éstas son más abundantes e identificar la intensidad y el origen de las derivas.

Conclusiones

De los estudios realizados durante estas tres campañas podemos concluir que el problema de la aparición de trazas de prosulfocarb en aceitunas ecológicas es un grave problema, puesto que, pese a no superar los LMR, impiden su destino para aceites en producción ecológica, lo que implica una pérdida de su valor. Se ha podido evidenciar que la aparición de trazas en las muestras controladas de-

pende de contaminaciones por derivas en aplicaciones realizadas en cultivos cercanos y de esa misma campaña, por lo que la regulación en fechas del uso de este herbicida ha sido del todo efectiva.

Los muestreos realizados en la zona de control también han contribuido a facilitar información a los productores y elaboradores tanto para el seguimiento de las producciones certificadas en ecológico como para verificar la seguridad alimentaria en las producciones convencionales. Pese a no presentar por ahora un problema para la salud, se trata de una limitación para las producciones en ecológico, que en algún caso no han podido certificarse por aparecer trazas de estos productos.

En cuando a la difusión de los resultados del proyecto, ésta se ha canalizado a través de jornadas dentro del sector oleícola y mediante publicaciones en medios especializados para dar a conocer sus resultados y evolución. Por otra parte, se ha venido desarrollando un trabajo de formación tanto con los productores cerealistas que usan estos productos como con los de aceituna que puedan comprender y evitar el funcionamiento de estas derivas. 💧



Unión Europea
Fondo Europeo Agrícola
de Desarrollo Rural
Europa invierte en las zonas rurales



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA Y PESCA,
ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

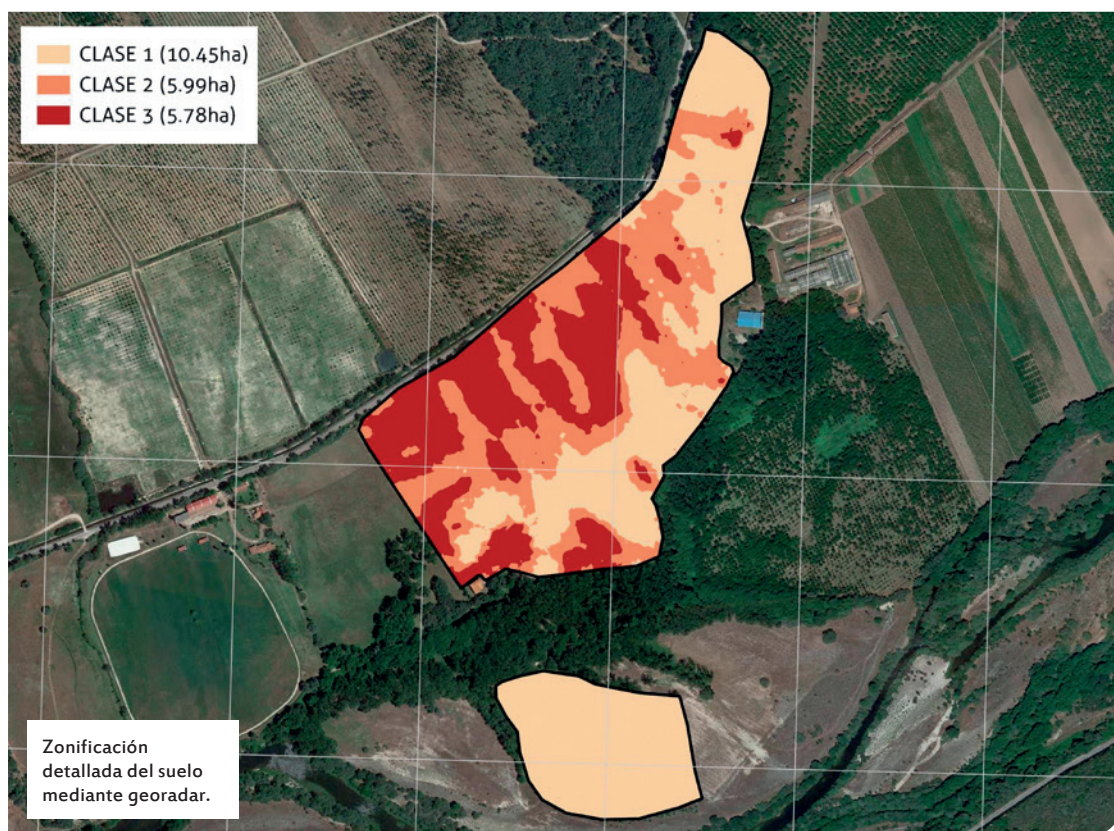


La Rioja



La importancia de la caracterización de suelos en la olivicultura: un enfoque desde BALAM Agriculture

La eficiencia en el riego se antoja una cuestión fundamental para la supervivencia y rentabilidad del olivar en un escenario de pertinaz sequía como el actual. De ahí que en BALAM Agriculture apuesten por una gestión integral del agua que incluye desde la caracterización de suelos hasta la implementación de sistemas de riego tecnológicamente avanzados.



La sombra de la sequía, cada vez más presente en nuestro planeta, se cierne sobre el sector agroalimentario como una amenaza constante. En el caso de la olivicultura, este problema se vuelve especialmente crítico, ya que el olivo, si bien es un árbol de gran rusticidad, se ve seriamente afectado por la falta de agua. Las consecuencias de la sequía en los olivares son devastadoras: reducción de la producción con cosechas menos abundantes y de menor calidad, deterioro del estado de los árboles y mayor susceptibilidad a plagas y enfermedades, aumento de los costes de producción e impacto ambiental que tiene como consecuencias últimas la desertificación, erosión del suelo y pérdida de biodiversidad.

Ante este panorama, la eficiencia en el riego se convierte en una cuestión fundamental para la supervivencia y la rentabilidad de los olivares. En BALAM Agriculture son conscientes de esta realidad y, por ello, apuestan por una gestión integral del agua que abarca desde la caracterización de suelos hasta la implementación de sistemas de riego tecnológicamente avanzados.

La caracterización de suelos es el punto de partida para un riego eficiente. Esta técnica permite determinar la textura, la estructura, la composición química y la capacidad de retención de agua del suelo, información vital para diseñar un sistema de riego a la medida de las necesidades de cada parcela.

En BALAM Agriculture, sin embargo, entienden que la caracterización de

suelos no se puede limitar a un simple análisis físico-químico. Por ello, su equipo de expertos realiza un estudio exhaustivo que incluye:

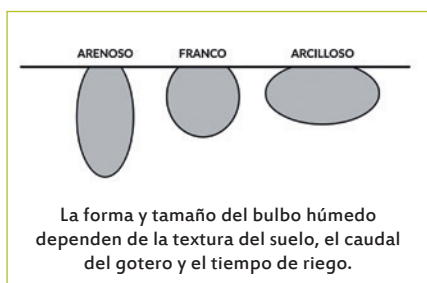
- Análisis de la conductividad eléctrica del suelo mediante georadar, una técnica que permite obtener información precisa sobre la textura del suelo a diferentes profundidades en toda la parcela.
- Mapeo para determinar la profundidad del suelo disponible para el desarrollo de las raíces del olivo.
- Evaluación de la fertilidad del suelo para analizar los niveles de nutrientes disponibles para las plantas.
- Análisis para determinar la cantidad de materia orgánica presente en el suelo, un indicador clave de su salud y fertilidad.



Instalación de sistema de riego localizado en nueva plantación.



Riego localizado por goteo en olivar.



- Estudio de la topografía del terreno para determinar la pendiente del mismo y optimizar el diseño del sistema de riego.

A partir de la información obtenida en la caracterización de suelos, se realiza el diseño del riego según el marco de plantación y orientación más idónea, eligiendo el gotero que mejor se adapte a las necesidades de cada parcela.

La elección del sistema de riego por goteo, en particular, representa un avance significativo en la olivicultura moderna. Dicho sistema permite no sólo un ahorro considerable de agua, sino también la posibilidad de integrar la fertirrigación, una técnica que consiste en la aplicación de fertilizantes solubles a través del sistema de riego. Esta práctica optimiza la nutrición del olivo, mejora la eficiencia en el uso de los nutrientes y reduce el riesgo de contaminación de las aguas subterráneas.

Además, se integran sensores y controladores de última generación que permiten monitorizar en tiempo real la humedad del suelo y el estado de los cultivos, así como automatizar el riego -asegurando una aplicación precisa del agua en el momento y en la cantidad justa- y optimizar su uso minimizando las pérdidas por evaporación.

[La caracterización de suelos es el punto de partida para un riego eficiente y no se puede limitar a un simple análisis físico-químico]

Beneficios tangibles para los olivereros

La implementación de un sistema de riego eficiente basado en la caracterización de suelos ofrece una serie de beneficios tangibles para los olivereros:

- Ahorro de agua, lo que se traduce en un importante ahorro económico y una menor huella hídrica. Algo que se antoja crucial para la supervivencia de los olivares en un contexto de sequía como el actual.
- Mejora de la producción, ya que el riego eficiente asegura que los olivos reciban la cantidad de agua que necesitan para un desarrollo óptimo, lo que se traduce en un aumento de la producción y de la calidad de las aceitunas.
- Mayor rentabilidad, ya que la eficiencia en el riego se traduce en un aumento de la rentabilidad de las explotaciones olivareras.

- Sostenibilidad medioambiental, ya que se protege el medio ambiente al evitar el uso excesivo de agua y la contaminación de los suelos.

Más allá de las ventajas económicas y ambientales, la eficiencia en el riego también tiene un impacto social positivo, al permitir a los agricultores asegurar la supervivencia de sus olivares y mejorar su calidad de vida. En un escenario de cambio climático y escasez de recursos, la eficiencia en el riego es una herramienta fundamental para garantizar la viabilidad del sector olivarero y el futuro de las próximas generaciones de agricultores.

Es por ello que, desde su firme compromiso con los agricultores y con la sostenibilidad, y gracias a la amplia experiencia de los profesionales que conforman los diferentes Departamentos estratégicos de BALAM Agriculture, en la compañía cordobesa siguen trabajando cada día con el objetivo de ofrecer soluciones innovadoras que permitan a los olivereros optimizar el uso del agua, aumentar la rentabilidad de sus explotaciones y contribuir a la protección del medio ambiente. 💧

BALAM Agriculture
hola@balam.es
www.balam.es

GIA 4.0 de ITEA, tecnología de vanguardia para la industria inteligente

ITEA, líder en soluciones tecnológicas para la industria, ha implementado con éxito en numerosas instalaciones de España y Portugal su sistema de Gestión Integral de Almazaras (GIA) 4.0, un innovador software que permite optimizar cada etapa del proceso de elaboración de aceite de oliva, en busca de una producción de excelencia más inteligente, sostenible, eficiente y rentable.

Integrado con sistemas ERP para una completa interacción entre la gestión administrativa y los procesos operativos, el sistema GIA 4.0 es una herramienta accesible y fácil de usar que se antoja la solución integral para almazaras modernas que buscan alcanzar niveles más altos de eficiencia, sostenibilidad y rentabilidad

Este innovador software emplea tecnología *blockchain*, que mejora el nivel de seguridad de los datos al hacer que sea excepcionalmente difícil modificarlos de manera fraudulenta; además de generar un registro inmutable que proporciona un historial de datos confiable y permanente. Esta transparencia y confianza se ven reforzadas aún más por la posibilidad de verificar la integridad de los datos a través de NTC gracias a su naturaleza descentralizada.

Cálculo del IGC y espectrometría en continuo

El Índice General de Calidad del Aceite (IGC) es un cálculo clave implementado de manera automática dentro del sistema GIA 4.0 que considera una amplia variedad de factores e indicadores relevantes. Su función es proporcionar una comprensión clara y rápida de la calidad del aceite en un valor numérico, lo que resulta fundamental en la toma de



decisiones, el proceso de pago de liquidaciones o la venta de productos, entre otros aspectos. Además, el IGC complementa eficazmente el análisis analítico, enriqueciendo así la evaluación general de la calidad del producto.

Actualmente, el sistema GIA 4.0 integra tecnología de espectrometría para la medición continua de la aceituna, que permite una evaluación en tiempo real y no invasiva de las propiedades físico-químicas de la aceituna fresca. Al utilizar esta analítica en continuo, proporciona una evaluación detallada de diversos parámetros clave tales como el contenido de humedad, el grado de maduración, la concentración de aceite y otros compuestos relevantes para la calidad del producto final. Esta información resulta fundamental para una mejor clasificación de la aceituna, posibilitando una optimización en la selección y gestión de los diferentes

lotes según sus características específicas.

Además, esta solución integra la información obtenida con el proceso de pesada de la aceituna, lo que permite una asociación directa entre dicha pesada y los datos analíticos. Una combinación de tecnologías que proporciona una visión integral del proceso de producción, facilitando la toma de decisiones en tiempo real y optimizando la eficiencia operativa.

Rafael Bascón Berrios, fundador y CEO de ITEA.





Migración de software en cliente

ITEA ha llevado a cabo una implementación exitosa de su innovador software en unas instalaciones donde previamente se había utilizado durante un año un producto de la competencia. La transición de este software se realizó de manera eficiente y en un tiempo récord, logrando completarse en apenas unas horas. La sustitución del software anterior por GIA 4.0 ha constituido un importante avance en la optimización de los procesos de fabricación de la planta, permitiendo una gestión más eficaz de los recursos y una mayor precisión en el control de la producción.

Un aspecto destacable de esta implementación es que se llevó a cabo utilizando los materiales hardware ya existentes en la fábrica, lo que no sólo optimizó los costes asociados al cambio, sino que también minimizó el tiempo de inactividad de la producción. Con GIA 4.0, la fábrica cuenta ahora con una plataforma tecnológica de vanguardia que ofrece funcionalidades avanzadas de control y supervisión, así como herramientas de análisis de datos en tiempo.

La exitosa migración a GIA 4.0 refleja el compromiso de ITEA con la innova-

[La exitosa migración a GIA 4.0 refleja el compromiso de ITEA con la innovación tecnológica y su capacidad para adaptarse a las necesidades específicas de sus clientes, brindando soluciones que impulsan la eficiencia y la competitividad en el entorno industrial]

ción tecnológica y su capacidad para adaptarse a las necesidades específicas de sus clientes, brindando soluciones que impulsan la eficiencia y la competitividad en el entorno industrial.

CDTI Innovación

En la era digital, la agricultura ha experimentado una transformación radical gracias a la convergencia de tecnologías avanzadas. ITEA está desarrollando he-

rramientas digitales integradas con sistemas ciberfísicos para optimizar la producción agrícola. Así, una de las innovaciones destacadas es la creación de dispositivos de bajo coste para la medición precisa de temperatura, humedad, pH y otros parámetros en tiempo real. Tales dispositivos, distribuidos estratégicamente en fincas, terrenos y cultivos, recopilan datos cruciales que se envían y almacenan en la nube para su posterior análisis.

Una información que no sólo proporciona a los agricultores una visión detallada de las condiciones ambientales en sus parcelas, sino que también les permite tomar decisiones informadas sobre el riego, la fertilización y otras prácticas agrícolas. La visualización multiplataforma garantiza que estos datos sean accesibles desde cualquier dispositivo conectado a Internet.

Sin embargo, la verdadera revolución llega con el uso de la Inteligencia Artificial (IA) para procesar estos datos. Al emplear algoritmos avanzados, la IA identifica patrones, tendencias y posibles riesgos en la producción agrícola. Esta capacidad predictiva es fundamental para anticipar problemas y optimizar la dosificación de productos fitosanitarios, maximizando los rendimientos.

Además de los dispositivos de monitoreo ambiental, ITEA también ha desarrollado detectores de movimientos para mejorar la seguridad en las fincas. Estos dispositivos alertan a los agricultores sobre intrusiones no autorizadas, protegiendo tanto los cultivos como los activos de la propiedad. 📍

Automatismos ITEA, S.L.
itea@automatismositea.net
www.automatismositea.com



Entrevista a Javier de la Morena, responsable de Grandes Cuentas y Marketing de WEG Iberia Industrial

“WEG forma parte del 5% de las empresas más sostenibles del mundo, pero aún no hemos alcanzado nuestro objetivo en términos de sostenibilidad”



Fundada en 1961, WEG es un proveedor de equipos eléctricos y electromecánicos ampliamente reconocido a nivel internacional que se caracteriza por desarrollar constantemente soluciones innovadoras para atender las principales tendencias en eficiencia energética, energías renovables y movilidad eléctrica. Hablamos de su catálogo de productos para el sector oleícola -en el que destaca su novedoso paquete integrado WEGmotion Drives- con Javier de la Morena, responsable de Grandes Cuentas y Marketing de WEG Iberia Industrial.

En una industria en constante proceso de evolución como la oleícola las compañías proveedoras tampoco pueden dejar de evolucionar. En el caso de WEG lo último es WEGmotion Drives, un paquete integrado y flexible que combina motores, reductores, variadores de frecuencia y soluciones digitales para mejorar la productividad de la planta de fabricación. ¿Qué es WEGmotion Drives, qué beneficios y/o ventajas competitivas aporta y en qué se diferencia respecto a otras soluciones de la competencia?

Como bien indicas, WEGmotion Drives es un paquete de equipos industriales como motores eléctricos, reductores, variadores de frecuencia e incluso soluciones digitales para mejorar la productividad de las plantas de producción. Al ser todos los equipos del mismo fabricante, esto agiliza la gestión de diseño de equipos de accionamiento de máquinas y evita las siempre problemáticas situaciones que se producen cuando un equipo falla y no hay una definición clara del origen del problema; pero, además, optimizamos el paquete de accionamiento y aumentamos la productividad, rendimiento y eficiencia del conjunto. Aparte de ello, con los sistemas digi-



WEGmotion
Drives

tales de detección temprana de fallos conseguimos aumentar la productividad de la planta evitando paradas no programadas y los costes que ello conlleva.

Creemos que estas soluciones aumentan la fiabilidad del sistema, además de aportar un mayor control de máquinas y equipos y más inteligencia en los procesos operativos; y, por ende, una mayor eficiencia para la industria oleícola.

WEG cuenta con una amplia gama de motores para adaptarse a las exigencias y necesidades de sus clientes. Háblenos de ellos...

Actualmente, los motores que se instalan de forma habitual en las batidoras, centrifugadoras, molineras, decánters y demás equipos que utilizamos para la obtención del aceite de oliva son motores de inducción. Se trata de equipos robustos, fiables y duraderos que además han de cumplir con una regulación europea de eficiencia que beneficia enormemente a las empresas, ya que cada



vez consumen menos energía. En este sentido, disponemos de equipos que no sólo cumplen, sino que mejoran las eficiencias requeridas; de modo que las empresas que estén preocupadas por sus costes de explotación, de reducción de CO₂ o involucradas en acciones de sostenibilidad tienen a su disposición soluciones de WEG que les pueden ayudar en este aspecto.



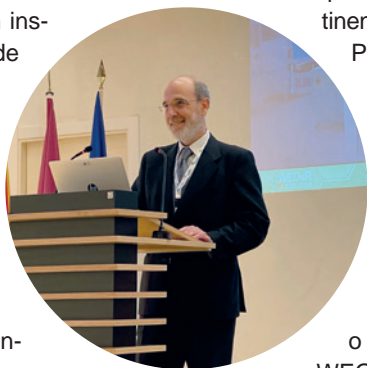
Pero si el fabricante o cliente quiere dar un paso más, existen motores eléctricos con excitación magnética -que permiten su instalación en la misma bancada actual- capaces de superar las productividades y eficiencias de los motores asíncronos, si bien sólo pueden ser utilizados cuando el proceso requiere variadores de velocidad.

En cuanto a los reductores y motorreductores, éstos destacan por su versatilidad y perfecta integración entre la caja de engranajes y la máquina accionada. ¿Por qué elegir reductores y motorreductores WEG?

Los reductores constituyen un elemento básico que está presente en muchas máquinas y puede reducir significativamente el tamaño del conjunto de accionamiento. En este campo, al igual que con los motores, existen muchos tipos de equipos y eficiencias. WEG puede diseñar el conjunto motorreductor más adecuado para la aplicación correspondiente, reduciendo significativamente el consumo eléctrico del conjunto y mejorando el retorno de inversión del sistema.

Hablemos ahora de los variadores de frecuencia WEG. ¿Cuáles son sus principales características y ventajas?

Los variadores de velocidad son elementos que se están instalando en la industria de una forma habitual, ya que aportan múltiples ventajas en el proceso. Permiten una variación de velocidad en función de la necesidad puntual del proceso, acelerando o reduciendo la misma, controlando de esta manera caudal, presión, temperatura o cualquier otro parámetro necesario para un funcionamiento más eficiente. Al margen de que, por determinadas características eléctricas, consiguen disminuir de una manera muy importante el consumo energético. Para bombas y otros equipos aportan muchas ventajas tales como evitar cavitaciones, golpes de ariete y demás problemáticas que se dan con accionamientos directos.



[“WEGmotion Drives es un paquete integrado y flexible de equipos industriales para mejorar la productividad, rendimiento, eficiencia y fiabilidad de las plantas de producción”]

Con fábricas en 15 países, WEG cuenta con más de 40.000 empleados en todo el mundo y sus productos están presentes en los cinco continentes para contribuir a un mundo más eficiente y sostenible. ¿A cuántos países llegan las soluciones suministradas por la compañía? ¿Cuáles son los principales mercados a día de hoy y aquellos en los que existen mayores perspectivas de expansión y crecimiento?

Que una empresa industrial posea este tamaño es muy significativo y demuestra que el plan de crecimiento está bien ejecutado y es sostenible en el tiempo. WEG tiene sus fábricas reparadas por cuatro de los cinco continentes, tres de ellas en la Península Ibérica, dos en Portugal y una en Valencia. Esto es muy importante para los fabricantes de maquinaria que tienen objetivos en varios mercados, pudiendo incorporar equipos -diseñados en España o en cualquier país donde WEG esté presente- que cumplen las reglamentaciones de esos países. Si bien Europa es actualmente el foco de diseño de muchas de las máquinas que se han incorporado a la elaboración de aceite, los centros de producción se están expandiendo mucho desde hace un tiempo. En este sentido, China y otras zonas de Asia tienen un margen de industrialización que está creciendo en cifras sorprendentes para lo que estamos acostumbrados.



Sede de WEG Iberia en Coslada (Madrid).

WEG ha obtenido el sello GOLD de EcoVadis, una de las agencias más importantes de calificación de sostenibilidad global, demostrando su firme compromiso con la eficiencia y la sostenibilidad. ¿Qué supone este reconocimiento?

Habrá quien piense que el tema de la sostenibilidad es nuevo a nivel industrial, pero es interesante indicar que, desde su nacimiento en 1961, los fundadores de WEG incorporaron criterios de sostenibilidad y emisiones reducidas de CO₂. De hecho, alguna fábrica del grupo ya tenía cero emisiones, al disponer de bosques que compensan dichas posibles emisiones; la madera de muchos de nuestros embalajes proviene de nuestros propios bosques.

Es necesario ir adaptándose a los requerimientos que demanda la sociedad y por ello disponemos de un Departamento de Sostenibilidad y ESG (Environmental Social Governance) que pone el foco en lograr reducciones globales de las emisiones del Grupo WEG, estandarizando protocolos y mejoras tanto en fábricas como en filiales. Este esfuerzo va obteniendo sus frutos y nos enorgullece el hecho de haber conseguido el prestigioso sello EcoVadis en su modalidad GOLD, que reconoce el planteamiento de sostenibilidad que estamos implementando. De momento, y según este sello, formamos parte del 5% de las empresas más sostenibles del mundo, pero aún no hemos alcanzado nuestro objetivo para poder disfrutar de un mundo cada vez más eficiente y sostenible. 💧

WEG Iberia Industrial, S.L.
 jmorena@weg.net
www.weg.net/institucional/ES/es/



Riego sostenible del olivar con herramientas digitales de gestión



Regaber trabaja por un riego más eficiente, inteligente, sostenible y productivo, adaptándose a las necesidades específicas de cada cultivo, tipo de terreno e instalación, y ofreciendo soluciones innovadoras y herramientas de ayuda a la toma de decisiones que faciliten el trabajo y aumenten la rentabilidad de cada explotación.



Olivar superintensivo con tuberías de goteo autocompensante DripNET bajo caudal de Regaber.

El olivar es el cultivo con mayor superficie regada de España. En nuestro país, el olivar de regadío supone el 23% de la superficie total de regadío. En Regaber saben que aumentar la eficiencia en el riego del olivar procura beneficios a diferentes niveles, tanto de negocio agrícola -un mejor aprovechamiento del agua aumenta la rentabilidad- como medioambiental -al obtenerse un ahorro de agua en el conjunto de la superficie nacional de regadío-. Todo ello se encuentra directamente relacionado con la sostenibilidad de un cultivo tan fundamental para la economía española como es el olivar.

Un pilar básico en la mejora de la eficiencia en el regadío ha sido el establecimiento del riego por goteo. Año tras año, asistimos a un aumento de la superficie de riego con este sistema. Y es que, en el olivar y en muchos otros cultivos, el riego por goteo ha ido ganando terreno por tratarse del sistema de riego más preciso y eficiente.

Para el sector olivarero, Regaber ofrece unas tuberías de goteo autocom-



Las sondas de medición permiten aumentar la precisión del riego y gestionar mejor los recursos hídricos disponibles.

pensante muy duraderas, resistentes y con una alta fiabilidad y uniformidad, lo que ofrece tranquilidad al productor durante muchos años. En el caso del cultivo de olivar superintensivo, en Regaber recomiendan las tuberías de goteo Uni-

RAM -su producto estrella- o DripNET, con goteros autocompensantes integrados, un caudal de gotero de 1 ó 1,6 l./hora y una separación entre goteros de 50 ó 75 cm., dependiendo del tipo de suelo. Su amplia durabilidad se ve confirmada por la existencia de fincas con el modelo UniRAM instalado hace más de 25 años que siguen en perfecto funcionamiento, lo que representa toda una garantía para cultivos como el olivar.

Otras tecnologías: sondas de medición

En los últimos años, al riego por goteo se han venido sumando otras tecnologías que permiten aumentar la precisión del riego y gestionar mejor los recursos hídricos disponibles. Estas tecnologías, por ejemplo las sondas de medición de humedad en el suelo, se están implantando y consolidando en el mercado agrícola al ofrecer datos valiosos para programar y mejorar el manejo del riego. Y es que no sólo permiten adaptar los tiempos y la frecuencia de riego a las necesidades de cada



VEGGA es una plataforma digital de agricultura de precisión que optimiza la gestión del riego al utilizar sensores y tecnologías de monitoreo remoto para evaluar con precisión las necesidades hídricas de los cultivos.

fase del cultivo, sino adaptar los riegos a las dotaciones de agua, obteniendo una mayor productividad en función del agua disponible.

Las sondas de medición se pueden adquirir en varias longitudes, según sea la profundidad del sistema radicular del cultivo: 30, 60, 90 y 120 cm., todas ellas con sensores de medición cada 10 cm. en el perfil del suelo. Además de la humedad, también miden la temperatura del suelo y, opcionalmente, la conductividad eléctrica.

Estas sondas se pueden instalar de forma aislada o conectadas a un sistema integral de digitalización de la finca que incluya estación meteorológica, programador de riego y la plataforma digital VEGGA de gestión de fincas agrícolas, facilitando en gran medida el trabajo y la toma de decisiones. Se trata de una plataforma de agricultura de precisión que, además de ofrecer soluciones para hacer frente a los retos relacionados con el agua, agrupa las tecnologías más avanzadas en nutrición, gestión de plagas y enfermedades y gestión.

En relación con la optimización del riego y la gestión del agua en la agricultura, VEGGA utiliza sensores y tecnologías de monitoreo remoto para evaluar con precisión las necesidades hídricas de los cultivos. Al aprovechar la Inteligencia Artificial y los algoritmos predictivos, VEGGA optimiza el riego, asegurando que los cultivos reciben la cantidad adecuada de agua en el momento justo. Una programación del riego variable y ajustada con precisión a partir de sensores es clave para conseguir la mayor productividad con el mínimo coste ambiental.

Irridesk, una innovadora solución para afrontar importantes retos agronómicos

Para dar respuesta a esta necesidad de gestionar eficientemente el riego, VEGGA integra *Irridesk*, un gemelo digital fruto de la investigación desarrollada por el IRTA que optimiza el uso del agua en tiempo real y se emplea para la prescripción de riego.

Esta herramienta integra diversas tecnologías de última generación tales como sensores de humedad del suelo, estaciones meteorológicas conectadas y teledetección para la programación de riego a través del uso de los gemelos digitales. Así, cada una de las parcelas o sectores de riego manejados por la aplicación está representado por su versión virtual, el gemelo digital, donde se acumula toda la información disponible sobre la parcela y se simula a tiempo real ese escenario agronómico empleando datos de sensores, información meteorológica y otras fuentes.

Con la interpretación en el gemelo digital de lo que está ocurriendo en el campo, junto a la modelización de lo que se espera que ocurra a lo largo de la campaña de riego, se generan prescripciones de riego personalizadas adaptadas a las necesidades específicas de cada cultivo y a las condiciones climáticas del momento, que son transmitidas de forma individual a los programadores de riego.

La combinación de sensores más habitual incluye un caudalímetro y varias sondas de humedad de suelo. En viñedos y cultivos leñosos como el olivar también se pueden añadir microtensoímetros de tronco y, opcionalmente,

[El producto estrella de Regaber es el gotero UniRAM, instalado desde hace 30 años en fincas que siguen regando perfectamente]

sensores meteorológicos; alternatively, el sistema obtendrá datos meteorológicos a partir de las coordenadas de la finca.

Irridesk permite hacer frente a importantes retos agronómicos que incluyen el manejo de riego orientado a optimizar la calidad de la cosecha y a controlar el vigor vegetativo y la estabilidad de las plantaciones. También se ha usado en casos de dotaciones de riego limitadas y en suelos o aguas problemáticos.

Los resultados obtenidos hasta la fecha arrojan una mejora cualitativa de la cosecha y estado de las plantaciones, un ahorro de agua de riego en torno al 15% y, a la vez, una reducción del 80% de la dedicación de tiempo necesario para manejar y supervisar el riego.

Con todas estas tecnologías es posible disponer de un riego de precisión optimizado para las características de cada finca, con una gestión global inteligente y predictiva, ajustando el uso de recursos al mínimo necesario y contribuyendo a una agricultura más sostenible. 💧

Riegos Iberia Regaber, S.A.
info@regaber.com
www.regaber.com



AxFlow, eficiencia sueca y creatividad y flexibilidad españolas al servicio del sector oleícola



Pionera en la introducción de los analizadores rápidos con tecnología infrarroja (NIR) en las almazaras españolas allá por 1993, AxFlow -antes Bran+Luebbe- contribuyó a la expansión de los analizadores rápidos "todo en uno" y continúa liderando el suministro de sistemas NIR como demuestran las más de 400 instalaciones realizadas en almazaras de España y Portugal.

Con sede central en Alcobendas (Madrid) y delegaciones en Barcelona, Toledo y Sevilla, AxFlow, S.A. ofrece soluciones al bombeo, dosificación, mezcla y análisis de los más variados fluidos, así como a cualquier requerimiento de aplicación o exigencia en la instalación en la industria de procesos, agroalimentaria, medioambiental, petroquímica, etc.

AxFlow pertenece al grupo familiar sueco Axel Johnson AB, cuya actividad se remonta a 1873. Con una facturación anual de 550 millones de euros, está presente en la mayoría de los países europeos, Sudáfrica y Oceanía, contando con 1.450 profesionales especializados.

La profesionalidad de su equipo humano y la calidad de sus productos -sólo marcas líderes-, combinada con una excelente asistencia postventa, han servido para construir la base de su reputación y afianzar el crecimiento de la empresa, que cuenta con la certificación de calidad ISO 9001:2015.

Su fructífera relación con el sector oleícola y olivarero se remonta a la introducción por parte de Bran+Luebbe del primer analizador NIR en almazara y, tras la fusión con AxFlow en 2004, está basada en la capacidad continuada para ofrecer soluciones adaptadas al nivel de exigencia propio de cada responsable de almazara, provenga del sector privado o cooperativo. La simbiosis en-

[Los sistemas NIR para almazara de AxFlow ofrecen múltiples ventajas y beneficios en términos de ahorro de costes, fiabilidad, calidad y rentabilidad]



análisis químico que pueda demandar una almazara con independencia de cuál sea su tamaño o capacidad de molturación anual.

La elección de uno u otro obedecerá a las necesidades de cada cliente, según prefiera automatizar todas las analíticas (aceituna entera, orujo, alperujo, AOVE) eligiendo una porción de

tre fabricante y distribuidor, tecnología y conocimiento, ingeniería y experiencia, calidad y postventa, aseguran un rápido retorno de las inversiones realizadas y la obtención de beneficios económicos durante un periodo de 15 a 20 años.

El equipamiento NIR que ofrece AxFlow en la actualidad proviene de dos marcas alemanas: Zeutec GmbH -fabricante de los SpectraAlyzer de sobremesa- y Polytec GmbH -fabricante de los sistemas NIR de proceso configurables-. Ambos sistemas son capaces, por sí mismos y con un solo instrumento, de dar respuesta a todas las necesidades de

cada muestra de manera manual para situarla sobre la superficie del analizador SpectraAlyzer; o bien decida optar por un sistema de proceso que evite la tarea de tener que coger dichas porciones de muestras.

Analizadores NIR de sobremesa SpectraAlyzer

Los analizadores SpectraAlyzer 2.0 de AxFlow son sistemas NIR todo en uno capaces de proporcionar a las almazaras mediciones exactas y precisas de aceituna entera, orujo y aceite, además de los nutrientes de suelo y hoja del oli-



Sistema NIR de proceso *Polytec* midiendo aceituna, orujo y aceite en tiempo real.



Espectrómetro NIR *Polytec* con sensores de distancia y contacto para aceituna, orujo y aceite.

Estos equipos se ofrecen con un software que identifica cada entrada de aceituna por ticket o lote y visualiza las analíticas con valores numéricos y gráficos de todas las aceitunas mientras pasan bajo el cabezal sensor situado sobre la cinta; al tiempo que registra los valores medios y los exporta al software de pesaje. Los gráficos visualizan las tendencias de los agotamientos de orujo y muestran si las aceitunas de una entrega son homogéneas o muy dispares.

Asimismo, existe software opcional con capacidad de control de dispositivos clave como bombas, electroválvulas, calentadores, caudalímetros, etc., para actuar de manera inteligente sobre la maquinaria y optimizar, con una parametrización adecuada, los agotamientos y clasificación de los AOVES por calidades de forma automática sin que el maestro molinero tenga que estar pendiente durante las 24 horas.

Finalmente, cabe destacar que se trata de sistemas desarrollados para trabajar en condiciones ambientales industriales agresivas donde se producen cambios de temperatura, vibraciones o alta humedad, tal y como sucede en los patios y en la zona de extracción. 🍯

var. Compactos y ligeros para su fácil transporte, incorporan una interfaz táctil con PC integrado y poseen alta conectividad a dispositivos externos. Combinan los avances tecnológicos actuales con las sugerencias aportadas por los clientes y las calibraciones desarrolladas por AxFlow durante décadas para todas las variedades de aceituna.

Sin aditivos ni pretratamiento, sólo hay que situar una porción de muestra sobre la ventana óptica para conocer en segundos la composición química de la misma. Para ponerlo en funcionamiento sólo hay que enchufarlo a la corriente eléctrica y colocarlo sobre una mesa estable a pie de báscula o en laboratorio. Su potente software incluye aplicaciones de gestión de históricos, la generación de gráficos y la exportación a las aplicaciones de gestión contables o administrativas.

Analizadores NIR de proceso *Polytec*

Por su parte, los sistemas NIR de proceso *Polytec* miden aceituna, orujo y aceite en tiempo real, pudiendo conectar hasta seis sensores separados decenas de metros a un espectrómetro NIR *Polytec*. Los sensores se colocan



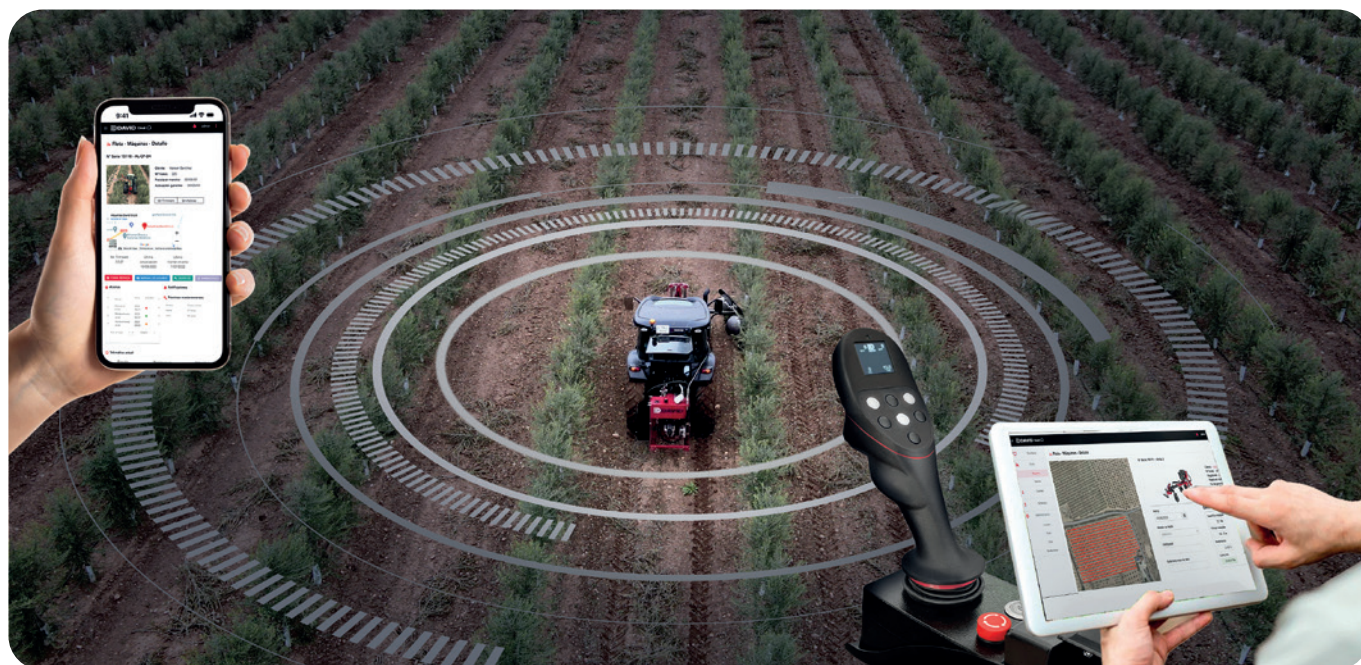
Analizadores NIR de sobremesa *SpectraAnalyzer* 2.0 de AxFlow para aceituna entera, orujo, aceite, suelos y hojas.

próximos o en contacto con la muestra evitando tomar una porción manualmente. Además de proporcionar los rendimientos, humedad y acidez de todas las aceitunas a la vez que se pesan, estos exclusivos analizadores supervisan los agotamientos de cada decánter y clasifican por calidades los AOVES extraídos. Por tanto, son capaces de satisfacer, con un solo espectrómetro NIR, las necesidades de control analítico de una almazara, tenga una o varias líneas de pesaje y una o varias líneas de extracción.

AxFlow, S.A.
axflow@axflow.es
www.axflow.es



ID David impulsa la revolución digital



Con una amplia gama de soluciones especializadas e innovadoras diseñadas con el objetivo de flexibilizar, simplificar y automatizar las prácticas agrícolas, en ID David -comprometida con el desarrollo sostenible de sus productos- se apoyan en la tecnología, el conocimiento, la experiencia y el diseño para acompañar al agricultor y lograr la plena satisfacción de sus necesidades.

anivel global, el sector agroalimentario se enfrenta a importantes retos, resumidos en una premisa fundamental: la necesidad de incrementar la producción con recursos limitados. Ante este inmenso desafío, han surgido diversas estrategias orientadas a mejorar la productividad en el sector, siendo la digitalización una de las más destacadas.

En un mundo cada vez más interconectado, la tecnología avanza para transformar incluso los sectores más arraigados en la tradición. En este contexto, ID David ha desarrollado FARMER PRO 4.0, la solución tecnológica para el manejo y control de aperos dedicados al mantenimiento y cuidado de cultivos leñosos cuyo objetivo es aumentar la eficiencia, la sencillez de uso, la seguridad y la precisión de éstos cumpliendo con cuatro requisitos esenciales que aportarán al usuario el máximo valor:



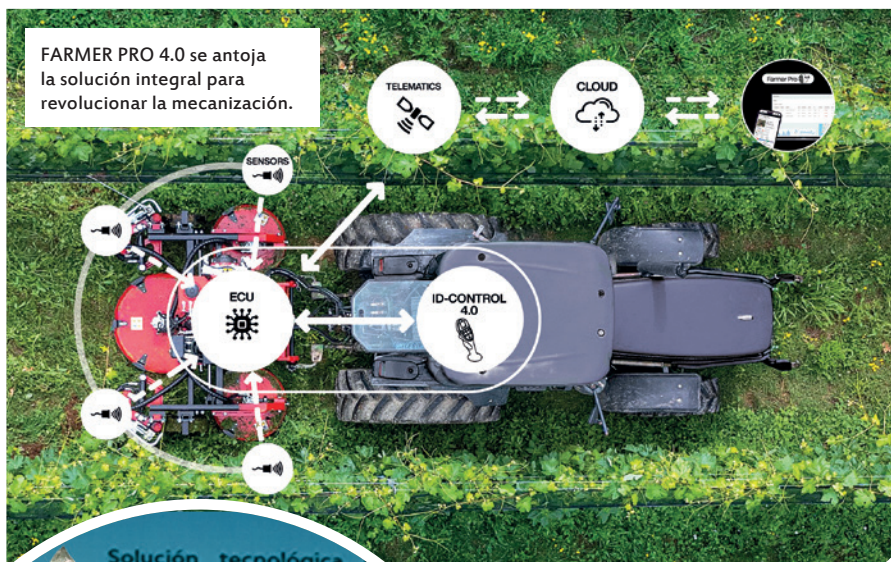
ID-CONTROL 4.0 permite manejar toda la flota de equipos de ID David con un único joystick.



- una experiencia de usuario inmejorable;
- polivalencia y flexibilidad para adaptar la solución a todo tipo de circunstancias y condiciones;
- sostenibilidad desde el proceso productivo hasta la elevada vida útil del equipo, pasando por las prácticas eco-amigables que permite;
- ahorro de costes en mano de obra, mantenimientos y equipos auxiliares.

Tecnología para llevar los cultivos al siguiente nivel

Esta nueva tecnología ayuda al agricultor a controlar, optimizar y rentabilizar su negocio gracias al exclusivo sistema de



[El nuevo sistema FARMER PRO 4.0 de ID David ha sido galardonado con el premio a la Novedad Técnica de FIMA 2024 en la categoría de “Soluciones de gestión agronómica, software y digitalización”]



Francisco López, CEO de ID David (izqda.), recogiendo el premio a la Novedad Técnica de FIMA 2024 en la categoría de “Soluciones de gestión agronómica, software y digitalización”.

Toda esta información útil en forma de datos es transmitida en tiempo real directamente al interfaz o joystick ID-CONTROL 4.0 instalado en la cabina del tractor, permitiendo actuar de manera inmediata sobre el equipo. El joystick con display de visualización es apto para todos los equipos de ID David equipados con esta tecnología, sin necesidad de disponer de un mando por cada equipo.

llevar a cabo un ensayo que combinó este innovador sistema con un chasis equipado con intercepas de ID David.

La versatilidad de los chasis con intercepas se manifiesta no sólo en su capacidad para adaptarse a diversas tareas agrícolas, sino también en su eficiente capacidad para cambiar implementos o accesorios. Esta característica permite a los usuarios realizar múltiples labores con un solo equipo, eliminando la necesidad de invertir en diversas maquinarias especializadas y generando un ahorro significativo de costes.

Ideado para el laboreo y el derherbage entre plantas formadas en hileras, el robusto chasis reversible y extensible con intercepas ID-NAMIC, conectado a los tres puntos del tractor, representa una innovación destacada en el ámbito agrícola al ofrecer versatilidad, modularidad y eficiencia operativa. Esta máquina equipada con FARMER PRO 4.0 no sólo se ajusta a las cambiantes necesidades de los usuarios, sino que también impulsa prácticas agrícolas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente.

En la constante búsqueda de innovación en el sector agrícola, ID David avanza hacia la digitalización y la eficiencia enfocada en mejorar sus equipos para maximizar la rentabilidad de los cultivos de olivar. 🍋

comunicación entre hombre y máquina ID-PLUS 4.0, desarrollado íntegramente en el Departamento de I+D+i de ID David.

Sus implementos equipados con esta tecnología incorporan una Unidad Central de Control (ECU) capaz de recibir, analizar y enviar información a través de diferentes sensores IoT y actuadores situados en el equipo: sensores de presión y nivel de aceite, de posición, temperatura y ACS (sistema de autolimpieza y gestión del enfriador).

Contador de horas de trabajo, avisos de mantenimiento, alertas de seguridad, gestión de funciones hidráulicas, modo AUTO que simplifica el manejo del equipo, geolocalización, autodiagnos, telemetría para manejos preventivos... son algunas de sus múltiples funcionalidades.

Domina el dato estés donde estés

Asimismo, y gracias al módulo de transmisión TELEMATICS, toda la información recopilada relevante es almacenada en la nube CLOUD, a la que el usuario puede acceder en cualquier momento y lugar para el uso de estos datos y la toma de decisiones.

Esta tecnología posee numerosas ventajas tales como ahorro en costes y tiempo; mejora de la productividad; mayor precisión en las tareas; simplicidad de uso gracias a la automatización; mayor eficiencia (optimización de recursos); mejora de la seguridad para operador y máquina; alargascencia (aumenta la vida útil del equipo); y actualizaciones y ampliación de funcionalidades.

El nuevo sistema FARMER PRO 4.0 de ID David ha sido galardonado con el premio a la Novedad Técnica de FIMA 2024 en la categoría de “Soluciones de gestión agronómica, software y digitalización”. Una distinción obtenida tras

Industrias David, S.L.U.
info@id-david.com
www.id-david.com



Entrevista con Pedro Falcato, director comercial de CONSULAI

“Portugal es uno de los productores de aceitunas más sostenibles del mundo y un lugar de excelencia para la producción de aceite de oliva”



Fundada en 2001, CONSULAI se ha convertido en la mayor empresa de consultoría en los sectores agrícola, alimentario, forestal, marino y de desarrollo rural en Portugal. La compañía apoya a los agricultores en sus proyectos de inversión en el sector de la aceituna y el aceite de oliva, sobre todo en el sur del país, donde se han instalado numerosas empresas nacionales e internacionales. Hablamos de todo ello con Pedro Falcato, director comercial de CONSULAI.

CONSULAI cuenta actualmente con más de 40 empleados. ¿En qué áreas trabaja y cuáles son sus principales sectores de actividad?

CONSULAI no ha dejado de crecer a todos los niveles y el número de empleados ha seguido el ritmo de este crecimiento. A finales de 2024 esperamos contar con medio centenar de empleados. Las nuevas contrataciones se realizarán en casi todas las áreas de negocio de la empresa, sobre todo en las de Innovación e Investigación y Estudios y Estrategia, pero también en las de Proyectos Agrícolas y Proyectos Industriales. Estas áreas de negocio abarcan varios sectores de actividad, pero han trabajado principalmente en el sector de la aceituna y el aceite de oliva, el de la ganadería extensiva y el hortofrutícola.

Si hablamos del apoyo a la inversión, CONSULAI ha trabajado mucho en el sector oleícola y olivarero, en muchos casos con inversores extranjeros. ¿En qué consiste su labor exactamente? Si un agricultor espa-



“Las zonas de expansión del olivar en Portugal se caracterizan por tierras de muy buena calidad y acceso a agua en abundancia”

ñol quisiera invertir en este sector en Portugal, ¿qué tipo de servicios podría ofrecerle la empresa?

En los últimos años han sido muchos los nuevos inversores que nos han so-

licitado un estudio previo para valorar técnica, económica y financieramente su finca o el proyecto que han concebido para su explotación. Estos estudios, que denominamos estudios de opciones agrícolas, pueden tener diferentes contenidos en función del cultivo a implantar y de la región a la que se refieran, pero deben incluir información que permita al agricultor tomar sus decisiones de inversión con un mayor grado de conocimiento acerca del tipo de suelo, el clima, las limitaciones del terreno, los importes de inversión y las cuentas de la explotación, rendimientos, superficies, evolución de los rendimientos, precios esperados y costes de producción detallados.

En una fase posterior, CONSULAI apoya a estos inversores en la definición de la estrategia a adoptar en la preparación de sus solicitudes para los diversos programas de apoyo, elaborando planes de negocio que incluyen la identificación de las inversiones a realizar -partidas, importes y plazos, incluyendo las necesidades de inmovilizado, capital circulante y fuentes de financiación-, fondos propios y deuda,



estructura de la financiación prevista, vencimientos y planes de amortización; así como las garantías propuestas y los principales estados financieros de la operación, a saber, el estado de flujos de tesorería, las cuentas de pérdidas y ganancias, los balances, el presupuesto de tesorería, el presupuesto financiero, los indicadores críticos (VAN, TIR, PRI), la identificación de los factores de riesgo críticos y los análisis de sensibilidad. Se trata, por tanto, de análisis muy cuidadosos, basados en información muy detallada y fundamentada de la que disponemos en CONSULAI.

Por último, preparamos y supervisamos la ejecución de las solicitudes de apoyo a la financiación de proyectos de inversión, tanto en explotaciones agrícolas como en unidades industriales de transformación de productos agrícolas, hasta la recepción del apoyo y el cierre de los proyectos.

En el sector del aceite de oliva, y utilizando de nuevo el ejemplo de un productor español que fijase su mirada en el país vecino, ¿cuáles son las razones para invertir allí? ¿Qué elementos diferenciales posee la producción en Portugal en relación a España u otros países europeos?

Las zonas de expansión del olivar en Portugal se caracterizan por tierras de muy buena calidad y acceso a agua en abundancia. A estos factores se añaden nuestras condiciones climáticas,

de fuerte influencia atlántica, y la notable capacidad técnica desarrollada en los últimos años, que hacen de Portugal un lugar de excelencia para la producción de aceite de oliva.

La combinación de la extraordinaria productividad de los olivares plantados en Portugal en los últimos años y la excelente capacidad de molturación instalada, que permite transformar en pocas horas las olivas producidas en aceites de alta calidad, hace posible que el 95% del aceite de oliva producido en Portugal sea virgen extra. Esto significa que Portugal es actualmente uno de los mejores y más sostenibles productores de aceitunas del mundo, lo que se refleja tanto en la calidad como en la cantidad de aceite de oliva producido.

Al margen del apoyo a la inversión, ¿cómo es el trabajo que desarrolla CONSULAI en este sector? ¿Qué tipo de trabajos, estudios e iniciativas lleva a cabo para apoyar la cadena de valor del aceite de oliva?

A lo largo de nuestros más de 20 años de actividad, hemos trabajado muy intensamente con el sector del aceite de oliva, ayudando a consolidar esta importante

“Si no aportáramos valor añadido, no podríamos crear asociaciones sólidas y duraderas con nuestros clientes”

industria y tratando de aportar valor a los diferentes actores. En el ámbito de la sostenibilidad, ya hemos participado en el cálculo de la huella de carbono, destacando las prácticas para promover los servicios de los ecosistemas y apoyando el Programa de Sostenibilidad del Aceite de Oliva del Alentejo. Además, hemos realizado diversos análisis sectoriales, entre los que destaca el estudio realizado para OLIVUM-Associação de Olivicultores e Lagares de Portugal sobre el impacto de la olivicultura en la región de Alqueva, así como varios proyectos de innovación y transferencia de conocimiento relacionados con temas esenciales para el sector, tales como la gestión del agua, la gestión de plagas y enfermedades o la valorización de subproductos.

Nuestra trayectoria y los clientes que trabajan con nosotros, muchos de ellos desde hace más de 15 años, hablan por sí solos. Si no aportáramos valor añadido, no podríamos crear estas asociaciones sólidas y duraderas con nuestros clientes. 🍯

CONSULAI
consulai@consulai.com
www.consulai.com

SIPCAM Iberia celebra 50 años junto a los agricultores



Fundada en 1974, SIPCAM Iberia es una compañía de sanidad vegetal con vocación de liderazgo que desarrolla soluciones innovadoras de I+D adaptadas a las necesidades actuales y futuras para los principales cultivos, entre ellos el olivar. Su amplia cartera de productos fitosanitarios, bioestimulantes y nutricionales especiales -tanto químicos como biológicos- destacan por su calidad y seguridad para el agricultor, el consumidor y el medio ambiente.

En 2024, SIPCAM Iberia cumple 50 años de complicidad con el sector agrario y ha querido celebrar esta efeméride junto a los distribuidores, técnicos y agricultores que han confiado en su profesionalidad y compromiso durante este medio siglo de actividad. Pero hagamos un poco de historia. Con la adquisición de Investigaciones Agrícolas, S.A. por parte del grupo italiano SIPCAM, en 1974 nació la compañía Inagra, que seis años después inauguró su fábrica de Sueca (Valencia), donde sigue operando para el mercado nacional e internacional a través de la empresa SIPCAM Inagra.

Su primer catálogo ya recogía varios bioestimulantes y hace casi 30 años la empresa obtuvo el registro de azadiractina en España, una molécula para control biológico totalmente revolucionaria por aquel entonces. Asimismo, SIPCAM Iberia desarrolló el concepto de fertilización eficiente construyendo hace dos décadas una planta innovadora para la producción de fertilizantes microgranulados de baja dosis. Más tarde fusionó esos



fertilizantes con un insecticida, creando por primera vez un producto registrado con esa doble acción: *Trika Lambda*®.

Y es que, desde sus inicios, SIPCAM Iberia ha demostrado ser una compañía pionera en formulación, bioestimulación y biocontrol plenamente comprometida con la sostenibilidad y la rentabilidad, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. Prueba de ello es su amplio catálogo compuesto por

productos vanguardistas y líderes en el mercado como *Blackjak*® o novedosas soluciones como *Aguademayo*® y *Stilo Hydro*® que ayudan a paliar los graves efectos que está teniendo sobre los cultivos la actual situación climática. Bajo esta misma premisa, en 2021 lanzó su innovadora herramienta digital de nutrición vegetal *CropBalance*®, capaz de ayudar a los técnicos y agricultores a mejorar el estado de los suelos y el rendimiento del cultivo, la gestión de



Xosé Luis Devesa Novo, *country manager* en SIPCAM Iberia.

[Desde sus inicios, SIPCAM Iberia ha demostrado ser una compañía pionera en formulación, bioestimulación y biocontrol plenamente comprometida con la sostenibilidad y la rentabilidad]



de producción de alta calidad. Sabemos hacia dónde debemos avanzar y en nuestros programas de investigación y experimentación ya figuran nuevas formulaciones y moléculas destinadas a cumplir con esas demandas”, asegura Lois.

Campaña en redes sociales

Para celebrar medio siglo de éxitos, la empresa de sanidad vegetal ha querido hacer partícipes a todos sus distribuidores, prescriptores y usuarios a través de sus redes sociales. “Queremos transmitirles a todos ellos nuestro agradecimiento y asegurarles que seguiremos trabajando en la misma línea de excelencia con pasión, confianza, compromiso y responsabilidad. Hemos puesto en marcha una campaña en la que cada semana compartiremos nuestros grandes hitos empresariales ligados a un éxito musical de ese mismo año. Una manera de conectar con todos nuestros seguidores y celebrar este aniversario junto a ellos sin importar en qué punto de España se encuentren”, señala el responsable de Comunicación y Marca de SIPCAM Iberia, Laurent Boavida.

“Compartiremos nuestras efemérides más importantes a través de Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn para que nuestros fans puedan disfrutar de un tema musical y recordar con nosotros ese pequeño éxito que forma ya parte de nuestra historia”, concluye Boavida. 💧

la nutrición y la bioestimulación agrícola, optimizando costes y aumentando la producción y la calidad de la cosecha.

“Siempre hemos estado al servicio de la agricultura mediante nuestras diferentes líneas de negocio”, explica el *country manager* de la compañía, Xosé Lois Devesa. “Formulamos productos fitosanitarios químicos y biológicos, así como bioestimulantes y fertilizantes especiales para la protección y mejora de la calidad de los cultivos, defendiendo siempre nuestros valores empresariales. Trabajar en agricultura conlleva un nivel de exigencia constante y la necesidad de afrontar nuevos retos cada día. Y lo hacemos apoyados en la investigación y el conocimiento de los cultivos, del suelo



y de las prácticas agrarias en España. Mantenemos un contacto muy directo con los agricultores y técnicos para no perder nunca de vista sus necesidades e inquietudes”.

En relación con el Reglamento de Uso Sostenible de Fitosanitarios, rechazado hace unos meses por la UE, SIPCAM Iberia tiene claro que, más allá de las obligaciones impuestas por las leyes europeas, los consumidores demandan alimentos sanos y de máxima calidad. “Los agricultores españoles llevan muchos años haciendo grandes esfuerzos por cumplir con esos requisitos y podemos afirmar que lo están consiguiendo. Nuestra agricultura es reconocida mundialmente como un ejemplo de optimización de recursos y

SIPCAM Iberia
info@sipcam.es
www.sipcam.es

El mar, el aceite de oliva y la primera globalización

Hace 500 años, 18 hombres a las órdenes de Juan Sebastián Elcano regresaron a Sanlúcar de Barrameda y Sevilla después de dar la vuelta al mundo. Habían cruzado tres océanos arriesgando sus vidas en busca de las preciadas especias, por entonces consideradas el mejor conservante de alimentos. Sin embargo, tres años atrás las cinco naos que emprendieron aquella aventura atesoraban en sus bodegas un valioso ingrediente cuyas propiedades eran comparables al poder preservador de las especias: el aceite de oliva. Traído a la Península Ibérica por los fenicios e impulsado desde Hispania por los romanos como parte del proceso de romanización que extendieron por todas las provincias del Imperio, el aceite de oliva fue, además de alimento, un elemento de distinción religiosa en la España medieval. Con el descubrimiento de América y la exploración del Océano Pacífico, el aceite de oliva se convirtió en el ingrediente que mejor representó el mestizaje culinario entre el Nuevo y el Viejo Mundo y en un referente de lo que hoy llamamos primera globalización. Ganadora del VII Premio Internacional de Libro de Cocina, Salud y Sostenibilidad “Ciutat de Benicarló”, *El mar, el aceite de oliva y la primera globalización*, del profesor, investigador y escritor ubetense Vicente Ruiz García, incluye recetas con historia de distintas épocas y regiones del mundo que tienen en común al zumo de aceituna, al tiempo que hace un recorrido por el pasado del oro líquido y su estrecha relación con el mar y la primera globalización. Un alimento apreciado desde la Antigüedad por sus variados usos domésticos y que hoy es considerado el mayor tesoro culinario de la Dieta Mediterránea, sobre todo por ser uno de los aliados más beneficiosos para nuestra salud.

Onada Edicions
comunicacio@onadaedicions.com
www.onadaedicions.com

Año edición:
 2023



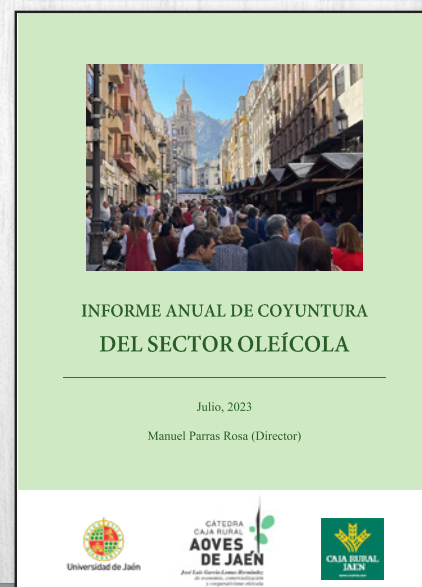
Informe Anual de Coyuntura del Sector Oleícola 2023

En el *Informe Anual de Coyuntura del Sector Oleícola 2023*, que elabora la Cátedra Caja Rural de Jaén José Luis García Lomas Hernández de Economía, Comercialización y Cooperativismo Oleícola, dirigida por el profesor Manuel Parras Rosa, catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados de la UJA, se realiza un diagnóstico riguroso de lo acontecido en el mercado oleícola en la campaña 2022/23, con especial referencia a la provincia de Jaén. Conformado por una serie de apartados que se repiten año tras año para poder observar y analizar la evolución de las principales magnitudes del sector, este año el Informe recoge cuatro monográficos: *La producción de aceites de oliva en Andalucía durante la campaña agrícola 2021-2022*; *El agua en la provincia de Jaén. Retos de futuro desde la sostenibilidad*; *La Política Agrícola Común (1): marco teórico y fundamentos políticos para un nuevo período de programación (2023-2027)*; y *La nominación de los paisajes del olivar de Andalucía para su inscripción en la lista del patrimonio mundial: una oportunidad de desarrollo territorial*.

Una cuestión de indudable interés, por la especial coyuntura que atraviesa el sector, es la evolución de los precios en origen y en destino. Así, se constata que el aumento de precios de los aceites de oliva ha provocado una importante disminución del consumo en los hogares españoles, pudiendo distinguirse dos períodos: uno hasta mayo de 2023, durante el que los hogares españoles cambiaron de hábitos de consumo pero siguieron siendo fieles a los aceites de oliva; y un segundo período, desde mayo hasta noviembre de 2023, en el que los hogares cambiaron de grasa, con un importante incremento del consumo de aceite de girasol y de orujo de oliva.

Caja Rural de Jaén, Barcelona y Madrid
info@catedraaceitesdejaen.com
www.catedraaceitesdejaen.com

Año edición:
 2024





Una historia de amor Virgen Extra

José Vico
josevico@josevico.es
www.josevico.es

Año edición:
2024



¿Alguna vez has estado tan enamorado que has creído que esa pasión, más que una bendición, es un castigo? ¿Has experimentado miedo por no saber qué hacer y te has preguntado si el amor es seguro? Tras *Cómo gestionar una almazara paso a paso*, la nueva obra del ingeniero agrónomo y reputado experto oleícola José Vico Lizana nos hace reflexionar sobre el poder del amor y la belleza que puede surgir del drama y el sacrificio de los amantes. Pero *Zorzaleo y Olivieta. Una historia de amor Virgen Extra* es más que un cuento: es un viaje emocional a través de los campos de olivos donde el amor se entrelaza con el drama en una cautivadora narrativa. Una mágica historia protagonizada por un pajarillo, Zorzaleo, y una aceituna, Olivieta, que se enamoran a primera vista y cuya unión se convierte en el símbolo del poder y generosidad del amor verdadero, capaz de superar las apariencias superficiales; un relato que bebe de la pasión del autor por el olivar y que comparte el mismo propósito de difundir la cultura oleícola y su estilo de vida, ofreciendo una nueva perspectiva del sector. Dirigida a un público amplio que abarca todas las edades y clases sociales, la obra está disponible en la plataforma Amazon, en el Centro de Interpretación Olivar y Aceite de Úbeda y en los establecimientos de La Casa del Aceite de Úbeda, Baeza y Madrid.

¿Qué aceite de oliva compro?

“No te imaginas todo lo que desconoces sobre el aceite de oliva. Y es probable que gran parte de lo que crees saber esté basado en mitos o en información incorrecta. ¿Te parece exagerado? Te invito a comprobarlo con el test que hay al comienzo del libro. ¿Cuántas respuestas crees que has acertado?”. Doctora en Bioquímica y Biología Molecular, María I. Tapia ha trabajado como investigadora en el sector agroalimentario y ha escrito varios libros de divulgación científica con el objetivo de hacer comprender “lo difícil”, es decir, explicar de manera sencilla a los lectores los resultados de las investigaciones científicas. En *¿Qué aceite de oliva compro? Lo que todo consumidor debe saber*, la autora -que también acaba de autoeditar *¿Qué aceite uso para cocinar? Pensando en la salud*- se pregunta qué es realmente el aceite de oliva y afirma que “sorprendentemente, ni una sola persona a la que se lo he preguntado lo sabía, a pesar de encontrarnos en tierra de olivos. Este desconocimiento no es casual. No interesa que se conozcan las diferencias entre los distintos tipos de aceite”. La obra -disponible en Amazon (versión Kindle y tapa blanda) y Kobo (EPUB)- proporciona el conocimiento necesario para entender las diferencias entre los diversos tipos de aceites de oliva y, cuando llegue el momento de comprar, poder hacerlo con criterio y confianza. Además, responde a cuestiones de interés relativas al modo de elaboración actual de los aceites de oliva vírgenes (¿existe el prensado en frío?), por qué ha subido tanto el aceite de oliva (¿existen alternativas más económicas e igual de saludables?), cómo catar aceite en casa como un profesional, los atributos picante y amargo, qué es la acidez del aceite de oliva y “por qué nos han confundido con esto durante mucho tiempo -y aún lo intentan-” o cómo elegir un buen aceite de oliva virgen extra, entre otras muchas.

KDP (Kindle Direct
Publishing)
mtapia@virvirconciencia.com
www.virvirconciencia.com

Año edición:
2024





¿PREOCUPADO CON LA PÉRDIDA DE FRUTADO ELABORANDO ACEITES PREMIUM?

El nuevo **decanter SPI 56.2** le permite procesar la misma cantidad de aceituna un 25 % más rápido, ocupando el mismo espacio que su instalación existente*.



Permite mantener refrigerada la salida de líquidos



Diseñado para facilitar la limpieza



Mayor capacidad de producción



Permite trabajar en 2 o 3 fases a su conveniencia**



*supuesto que sustituya un SPI 7 o un SPI 333

**Serie Scorpion

www.pieralisi.com

Del 23 al 25 de mayo
Olivtech



En Olivtech, que se celebrará en el centro de exposiciones Fuar Izmir (Turquía), se darán cita los profesionales del sector del aceite de oliva, así como empresas productoras, de maquinaria, tecnología e innovación y agentes de toda la cade-

na, que se podrán reunir con compradores nacionales e internacionales para establecer relaciones comerciales. Este evento se presenta como una oportunidad excepcional para la apertura de nuevos mercados, crear el máximo volumen de negocios, conocer la diversidad del mercado y construir una marca. La feria incluirá espectáculos de cocina, en la que destacados chefs elaborarán platos con el aceite de oliva como protagonista; una zona de cata de aceitunas y aceites de oliva de las empresas participantes, donde los visitantes podrán conocer sus diferentes variedades; y un escenario donde académicos, periodistas, catadores, investigadores, rostros conocidos del mundo de la gastronomía y representantes del sector debatirán cuestiones sobre ambos productos.

olivtech@izmirfair.com.tr
www.olivtech.izfas.com.tr/en

Del 23 al 25 de mayo
Futuroлива



La feria del olivo bienal que se lleva a cabo en Baeza incluye un amplio abanico actividades en torno al olivar y al aceite de oliva virgen extra tales como jornadas técnicas; *showcooking*s con cocineros relevantes de la provincia de Jaén en la zona gastronómica; un concurso nacional de fotografía con la temática del olivo; el concurso FuturoChef, que busca a futuras promesas de la cocina que destaquen en el uso del AOVE; y la exposición de maquinaria agrícola y oleícola que

ocupa gran parte del recinto ferial. La muestra cuenta con la participación de alrededor de 50 marcas de AOVE de alta calidad de la provincia de Jaén y otras empresas de servicios del sector oleícola. Esta edición se celebrará nuevamente en el Recinto Ferial de Baeza, que dispone de 23.000 metros cuadrados para la exposición de maquinaria, restaurante y una gran zona cubierta para la exposición de aceites, zona gastronómica, stands de empresas y sala de jornadas técnicas.

info@futuroliva.com
www.futuroliva.com

Del 28 al 29 de mayo
PLMA



La feria internacional "El Mundo de la Marca de Distribuidor" de la PLMA, que se celebra en el Centro de Convenciones RAI de Ámsterdam, es el evento Premium del sector de la marca de distribuidor para conseguir nuevos proveedores y oportunidades de negocio. Con una cifra récord de 2.850 expositores de más de 70 países, la feria de este año promete

ser más grande y dinámica que nunca, según sus organizadores. Así, dará la bienvenida a más de 60 pabellones nacionales y regionales, y en el recinto ferial se expondrán las últimas tendencias en alimentación y el resto de segmentos, entre ellos, productos y envases ecológicos, de origen vegetal y sostenibles. Se prevé que la muestra atraiga a más de 16.000 profesionales procedentes de más de 120 países. A su vez, la feria albergará el Supermercado de las Ideas, una sección que presenta las gamas de marcas de distribuidor; y la Expo de Nuevos Productos, en la que se presentarán más de 500 nuevos productos desarrollados por los expositores.

info@plma.nl
www.plmainternational.com/es

Del 4 al 5 de junio
Organic Food Iberia



IFEMA Madrid acogerá la quinta edición de Organic Food & Eco Living Iberia, donde se exhibirán las últimas novedades y tendencias en alimentación y bebidas ecológicas, sostenibilidad, salud, limpieza ecológica y bienestar natural. Entre sus actividades, destaca el "Meet the

Buyer", diseñado para fomentar las reuniones de negocios entre expositores y participantes. A su vez, el ambicioso programa International Hosted Buyer & Hosted VIP mostrará a compradores internacionales de alto nivel condiciones preferenciales para visitar la feria y realizar reuniones con las empresas expositoras. Un atractivo programa de seminarios, mesas redondas y conferencias ofrecerá a los participantes la oportunidad de adentrarse en las principales novedades y tendencias del sector. Complementarán la oferta de la Zona de Innovación, el Teatro Eco Talks y las áreas de degustación Wine Tasting Gallery y Olive Oil Tasting Gallery, el espacio coordinado por Grupo Editorial Mercacei donde se podrán catar los mejores AOVEs ecológicos.

info@organicfoodiberia.com
www.organicfoodiberia.com

Del 11 al 12 de junio
MUNDOLIVAR



El II Congreso Mundial de Olivicultura y Elaiotecnía organizado por Grupo Editorial Mercacei y Grupo Agromillora regresará al Aula Mag-

na del Campus de Rabanales de la Universidad de Córdoba (UCO) en una edición que promete ser incluso más espectacular que la primera, que representó todo un hito en el sector oleícola y olivarero. Al igual que en la primera edición, este encuentro congregará a más de 1.200 asistentes y a los grandes referentes de la olivicultura internacional. Portugal será el país invitado, contando con una amplia representación de profesionales de alto nivel del país vecino. Los máximos ejecutivos de las grandes compañías de la industria del aceite de oliva explicarán cómo adaptarse a los tiempos convulsos que se viven en la actualidad; mientras que los nuevos actores del sector confirmarán el atractivo de invertir en olivicultura y ofrecerán las claves para obtener la mayor rentabilidad. La Inteligencia Artificial y la aplicación de las TIC en el campo y en la almazara constituirá otro de los ejes vertebradores del Congreso. Otras temáticas que se abordarán serán el agua, el secuestro de carbono, el cambio climático o la revolución genética. Además de las mesas redondas, MUNDOLIVAR 2024 albergará de nuevo un área expositiva y contará con diversos talleres prácticos.

hola@mundolivar.es
www.mundolivar.es

Del 23 al 25 de junio
Summer Fancy Food Show



El Jacob K. Javits Convention Center en Nueva York acogerá de nuevo este evento que reúne al sector gourmet y donde emprendedores y empresas lanzan y prueban sus nuevos productos. Como cada edición,

en el marco de la feria los productos más destacados por su calidad, sabor, innovación, envase o ingredientes se-



Índice de anunciantes

rán reconocidos en los sofi Awards, que premian a los mejores alimentos en sus 53 categorías. Desde 1955 la Specialty Food Association presenta y organiza los Fancy Food Show que tienen lugar dos veces al año: Winter Fancy Food, en Las Vegas en invierno, y Summer Fancy Food, en Nueva York en verano. Esta última constituye la edición principal. En 2024, España será "País invitado" en la feria, por lo que contará con una visibilidad y ubicación estratégicos. En el marco de este evento, ICEX España Exportación e Inversiones llevará a cabo un espacio gastronómico en el que se celebrarán sesiones formativas, catas y degustaciones sobre productos españoles -entre ellos el aceite de oliva virgen extra- para presentarlos a los asistentes profesionales a la muestra.

press@specialtyfood.com
www.specialtyfood.com/shows-events/summer-fancy-food-show

Del 28 al 29 de junio Olive Japan Show Marche

 The Olive Oil Sommelier Association of Japan (OSAJ) organiza Olive Japan Show Marche, un espacio para conocer los aceites de oliva vírgenes extra galardonados en el concurso Olive Japan y donde también se celebran talleres, demostraciones, programas de entrevistas y otros eventos interactivos para el consumidor. En concreto, alrededor de 40 expositores llenarán el salón más grande del hotel Courtyard Marriott Ginza Tobu, donde se ofrecerán degustaciones, información y productos para la venta. Los consumidores japoneses pueden interactuar directamente con los importadores y, en muchos casos, directamente con los productores de aceite de oliva procedentes de España, Italia, Grecia y Túnez. Cada día se realizarán entrevistas, eventos de degustación específicos y seminarios educativos a cargo de diferentes personalidades gastronómicas. También se organizará una barra de AOVEs compuesta por los zumos que se han alzado con las medallas Premier, Oro y Plata. A su vez, se presentarán los premios a los mejores aceites de oliva y el organizador de Olive Japan, Toshiya Tada, anunciará los ganadores del Concurso de Sommeliers de Aceite de Oliva.

info@olivejapan.com
www.olivejapan.com/en

Aborrell - AB Maquinaria Innovados.....	79	HAUS.....	73
Adama Agriculture	123	Herpasur.....	Portada
Adhesivas Ibi	137	Ifamensa.....	95
Agrama Science & Life	117	Ildelfonso Rosa Ramírez e Hijos "JAR"....	25
Agrinaco	110	IMS Pesaje	Int. Portada
Agrinaco	111	Indea Technologies.....	39
Agroisa	31	Industrias de la Rosa.....	84
Amenduni Ibérica.....	29	Industrias de la Rosa.....	85
Amenduni Ibérica.....	Lomo	Innovaciones Oleícolas	27
Ansotec.....	23	Inoelec.....	91
AUSERE.....	141	Inoxcaucho	97
Autelec.....	5	ITALPROGETTI.....	175
Automatismos ITEA.....	218	JAENCOOP Grupo.....	37
Automatismos ITEA.....	Int. Contraportada	Kubota	157
Auximara	75	Kubota	Espónsor pie de página en toda la revista
Axflow	41	Laboratorio Tello.....	35
BALAM Agriculture	121	Lecciana, Variedad (Agromillora)	171
BBVA	165	Magusa.....	67
BIOLIVE Solutions.....	181	Manzano – Flottweg	53
Bombas Trief	49	Olea Metal Úbeda.....	179
CaixaBank	109	Olivares Vivos.....	185
Caja Rural Jaén.....	105	Olmos Maquinaria	65
Calero (Ingeniería y Desarrollo Agro-Industrial).....	83	Olvesa	19
Canals (Manufacturas Metálicas Canals).....	69	Palacín	61
CDR OXITester (Tecnilab)	81	Pastrana Ingeniería y Servicios.....	147
Centrifugación Alemana	3	Pieralisi	214
Centrifugación Alemana	Triángulo de portada	Pieralisi	215
Centrifugación Alemana	Desplegable de portada	ProciÓleo.....	11
Codi-Pack, Marcaje y Codificación.....	51	Prosur.....	127
COLIVAL.....	13	Representaciones & Desarrollo Internacional	99
COLIVAL.....	14	Revista La Semana Vitivinícola.....	193
Coreti Etiquetaje Industrial	55	RIVERO (Calderería Rivero)	169
Coriana, Variedad (Agromillora)	129	Russo Tecno Service.....	183
Daymsa	161	Serijerez (Jerezana de Serigrafía Publicitaria)	43
De Bujalance Calderería Inox.....	177	Sistemas Electrónicos Progrés.....	125
Dosificadores García Fernández.....	8	Stihl.....	159
El Vivero de Abel	167	Syngenta	119
Esteryfil.....	63	TACSA.....	135
Feria del Olivo de Montoro 2024	153	Talleres Espí Serrano	59
Feria Futurooliva 2024.....	115	Talleres González y París.....	45
Feria Oleomaq - Oleotec 2025	145	Tamesur.....	93
Feria SIMEI 2024.....	143	Tecnilab – Tecnología Analítica	77
FILTROX Southern Europe	71	Todolivo	133
Foss.....	103	Treico-Remasa-Granaoliva	6
Fourfam Pack	189	Treico-Remasa-Granaoliva	7
GEA Westfalia Separator Ibérica.....	89	Unicaja	163
GEA Westfalia Separator Ibérica.....	Contraportada	Vetreteria Etrusca	21
Gesca Automatismos.....	101	VIMAR Equipos	151
		VLS Technologies (VELO Maquinaria)...	57
		WEG Iberia.....	47





Un cuarto de siglo a pie de campo, creyendo y creando futuro en el sector oleícola, aportando valor y soluciones en automatización y digitalización a las principales almazaras de España y Portugal. Pioneros y expertos en la transformación digital que las hace sostenibles, eficientes y competitivas.

www.automatismositea.com





El dato es oro

GIA 4.0
Gestión Integral de Almazara

Toda la información de su almazara, dato a dato

- ▶ Mejores decisiones
- ▶ Mayor rendimiento
- ▶ Máxima eficiencia
- ▶ El valor de la trazabilidad
- ▶ Más calidad del aceite

Almazara inteligente, conectada, sostenible y rentable

GIA 4.0 es el software de ITEA para la gestión digital e integrada de todos los procesos de la almazara, desde la información del cuaderno de campo, hasta el envasado y salida del aceite, pasando por el control del patio, bodega y cada paso del proceso de producción. Conectado a ERP, GIA 4.0 es una herramienta fácil e intuitiva, eficaz y asequible.

Pol. Ind. Llanos de Jarata
C/ Edison, Parcela 146 - Montilla (Córdoba)
957656707 - automatismositea.com

ITEA HIGH
TECHNOLOGY
FOR SMART
INDUSTRY



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.