

INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR Mercacei MAGAZINE

Especial Packaging y Envasado

- El packaging en España, una industria que apuesta por la sostenibilidad
- SCRAPS, impulsores de la economía circular del envase
- Aceite de oliva, los envases y residuos de envases: ¿qué escenario se presenta?
- Diseño para el decrecimiento: ecosistemas de packaging eficientes y circulares
- La importancia de elegir el envase más adecuado

Agromercacei

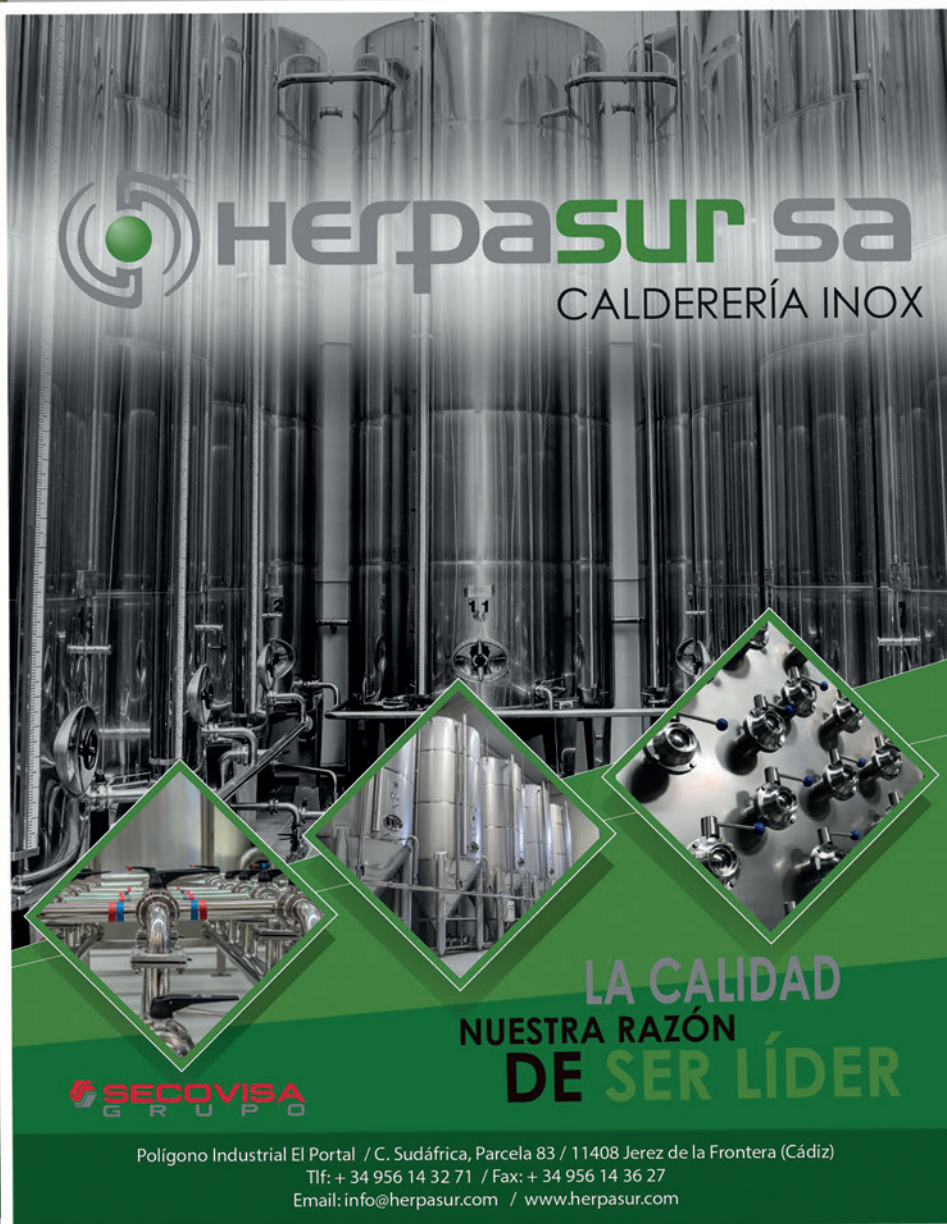
Aprovechamiento energético de subproductos del olivar


Olivar Ecológico

Fomento de la innovación en el olivar ecológico: el modelo de las 3Cs


Sostenibilidad

Cubiertas vegetales de especies nativas para la mejora integral del olivar



 **HERPASUR SA**
CALDERERÍA INOX

**LA CALIDAD
NUESTRA RAZÓN
DE SER LÍDER**

 **SECOVISA**
GRUPO

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



LA
EXTRACCIÓN

EN PERFECTA
SINCRONÍA

**centrifugación
alemana** 

www.centrifugacionalemana.com







IMS

CONTROL INDUSTRIAL



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

953 75 49 81

www.imscontrolindustrial.com
info@imscontrolindustrial.com



IA

Fundadora

M. Dolores Peñafiel Fernández

Corresponsales y colaboradores

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

Directora

Pandora Peñamil Peñafiel

Redacción

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

Edita



CEO & Editor

Juan A. Peñamil Alba

Redacción, Administración y Publicidad

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

Coordinación de Redacción y Publicidad

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

Administración

Cristina Álvarez Llorente
admin@mercacei.com

Publicidad

José Manuel Hernández, Natalia de las Heras

Corresponsal Italia

Daniela Capogna

Corresponsal América del Sur

Leonardo Moral

Suscripción

MERCACEI Semanal (46 n^{os} al año) con
MERCACEI MAGAZINE (Trimestral)
Anual: 236 € (Extranjero: 290 €)

Sólo MERCACEI MAGAZINE (4 n^{os})

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 ENTREVISTA

Entrevista a Aldino Zeppelli, nuevo CEO de Pieralisi MAIP: "Nuestro objetivo es volver a situar a los clientes en el centro del modelo de negocio de Pieralisi"

22 EL MUNDO DE LAS MARCAS

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

32 ACTUALIDAD

SOL • Ovibeja • Feria del Olivo de Montoro • Congreso Nacional del Aceite de Oliva (Portugal) • Futurooliva • Organic Food & Eco Living

66 EL LINEAL

Almazara Maitino, en el nombre del padre

82 ESPECIAL PACKAGING

El packaging en España, una industria que apuesta por la sostenibilidad • SCRAPs, impulsores de la economía circular del envase • Aceite de oliva, los envases y residuos de envases: ¿qué escenario se presenta? • Diseño para el decrecimiento: ecosistemas de packaging eficientes y circulares • Proyecto SINGLE-PACK • Hispack • Aceite de oliva: la importancia de elegir el envase más adecuado



120 COOPERATIVAS

Campos de Biata, nacido para conquistar

132 AGROMERCACEI

Aprovechamiento energético de subproductos del olivo • Cada gota cuenta: AGR desvela el riego inteligente de Grupo De Prado

146 SOSTENIBILIDAD

GO CoverOlive: cubiertas vegetales de especies nativas para la mejora integral del olivo

152 ALMENDRICULTURA

El nuevo desafío empresarial de la familia Benetton

156 CLUB LECCIANA

EVOLEUM Awards 2024: cuatro aceites de lecciana entre los mejores AOVes del mundo

160 EXPERIENCIA GOURMET

La Milla de Oro de la gastronomía: cuatro estrellas Michelin en 100 metros (y no es Copenhague)

166 ACEITE DE ORUJO DE OLIVA

Elaboración de margarinas saludables empleando aceite de orujo de oliva como sustituto de grasas saturadas y su aplicación en masas de hojaldre

172 OLIVAR ECOLÓGICO

Fomento de la innovación en el olivar ecológico: el modelo de las 3Cs

178 PROMOCIÓN

España consigue en tres años doblar el valor de las ventas de Aceites de Oliva en Alemania

182 SECCIÓN CITOOLIVA

PREDIC I: Prototipo de sistema para la predicción temprana de la cosecha de olivo

184 PUBLIRREPORTAJES

Manzano-Flottweg • ANSOTEC • INDEA Technologies • IMS Control Industrial • GEA • Tecnilab • Kimitec

202 BIBLIOTECA

208 AGENDA

209 ÍNDICE DE ANUNCIANTES

HAUS
TECNOLOGÍAS DE CENTRÍFUGA
#BECAUSEWECARE

Encuétranos en la pág. 39

www.centrifugacionalemana.com



LA EXTRACCIÓN
EN PERFECTA SINCRONÍA

centrifugación
alemana



El verano sin IVA

Pandora Peñamil Peñafiel

Sin duda la noticia del verano ha sido la rebaja al 0% del IVA de los aceites de oliva aprobada en el Consejo de Ministros el pasado 25 de junio. El Gobierno detalló que esta medida se mantendrá hasta el 30 de septiembre y posteriormente se situará en el 2% hasta el 31 de diciembre. En 2025, cuando los tipos vuelvan a la normalidad, este producto tendrá un IVA superreducido -que en España es del 4% en lugar del 10% que venía soportando-, según detalló la vicepresidenta primera y ministra de Hacienda, María Jesús Montero, al finalizar el Consejo.

Como era de esperar, en los días posteriores a este anuncio el precio del aceite de oliva volvió a acaparar las portadas de los medios generalistas y los debates de sobremesa en la tele. Se notaba que la mitad del país se iba de vacaciones y que escaseaban los temas sensacionalistas sobre los que divagar durante horas en las tediosas horas de la tarde veraniega.

Unas semanas antes también fue noticia la exultante Giorgia Meloni recibiendo en Puglia, entre exuberantes olivos y con efusivos abrazos, a los líderes del G7. Podía haber elegido cualquier otro lugar para recibir a sus colegas del Grupo de los siete países más industrializados, pero hizo lo que cualquier italiano hubiese hecho, elegir un manto de olivos de decorado. Porque el contenido importa, pero también el continente. O si no, que se lo digan a los estudios de *branding* que se devanan los sesos para crear los packagings de AOVE más espectaculares del mercado. Y es que en materia de envases y envasado no sólo el diseño importa, hay que mantenerse al día en legislación, normativa, tendencias... Por ello, hemos querido recuperar una de las secciones más demandadas de *Mercacei Magazine*, el *Especial Packaging y Envasado*, cuya primera parte publicamos en este número y que continuará en el 121. Hablamos del packaging en España, una industria que apuesta por la sostenibilidad; de los SCRAPs, impulsores de la economía circular del envase; del escenario que se presenta en torno a los residuos de envases; del concepto *packaging decreciente* y de los ecosistemas de packaging eficientes y circulares; del proyecto SINGLE-PACK; o de la importancia de elegir el envase más adecuado para el virgen extra.

Para ello hemos contado con los centros de investigación y

los colaboradores más experimentados en la materia, que nos han ofrecido su visión para que ustedes, lectores, aprovechen estas calurosas vacaciones para ponerse al día.

También descendemos al campo para analizar los subproductos del olivar y su potencial como fuente de energía de carácter renovable que debe ser aprovechada adecuadamente atendiendo a criterios técnicos, económicos y medioambientales.

En materia de sostenibilidad descubrimos las cubiertas vegetales de especies nativas para la mejora integral del olivar, ya que las condiciones de cultivo del olivar, con grandes marcos de plantación que mantienen el suelo desprotegido durante gran parte del año, y las condiciones topográficas donde se implanta, provocan que -en función del manejo de suelo llevado a cabo- se puedan producir importantes pérdidas erosivas, ocasionando importantes problemas medioambientales tanto para los agricultores como para la sociedad en general.

Además de todos estos interesantes contenidos también nos volvemos un poco *sibaritas* y reservamos mesa en dos de los restaurantes *estrellados* de Jaén: Radis y Malak. Sus chefs, Juanjo Mesa y Javier Jurado, reviven con nosotros su momento dorado, demostrando que la alta cocina también ha echado raíces en esta provincia andaluza convirtiendo a Jaén en un destino gastronómico de primer nivel. Cabe recordar que en apenas 100 metros, en pleno centro de la capital, se reparten 4 restaurantes con estrella Michelin, conformando el barrio más *gastro* de España. ¿Y qué piensan sobre el virgen extra Mesa y Jurado? Al primero de ellos el AOVE le inspira “seguir cocinando y elaborar recetas con sabor a nuestra tierra”; y al segundo le remite a “todo el recetario tradicional de la provincia”.

Pero no sólo en España amamos este producto. Nuestro país ha conseguido doblar en tres años el valor de las ventas de aceite de oliva en Alemania. Eso nos cuenta la Interprofesional en la sección *Promoción*, en la que detallan que uno de cada tres aceites de oliva que se consumen en el mercado alemán es español.

Hagámonos los alemanes -que no los suecos- y consumamos AOVE sin parar para combatir el calor. ¿No han probado todavía los cócteles con virgen extra? ¡Chin chin! ♦



Todolivo I-15^P

*Una variedad de **alta productividad** y **rendimiento graso temprano** concebida para **maximizar la rentabilidad** de tu finca*

<https://www.todolivo.com/todolivo-i-15-dossier/>



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

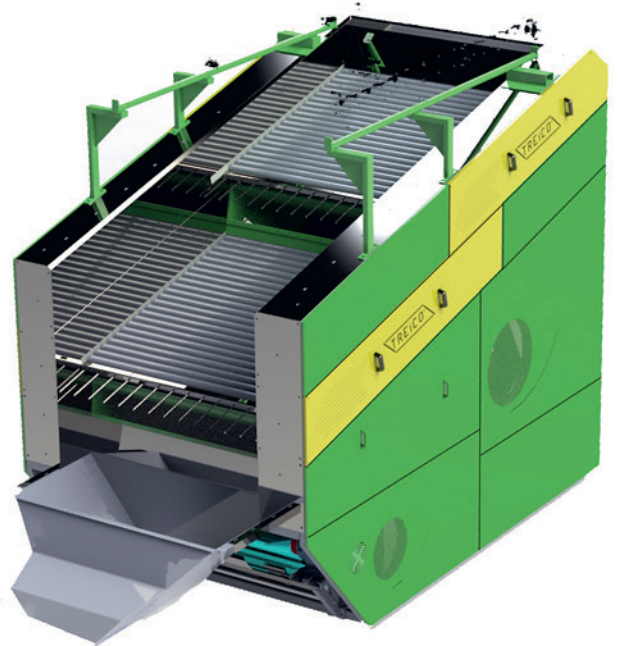
Granàliva®

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

- FÁBRICA DE MAQUINARIA -
- MACHINERY FACTORY -

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

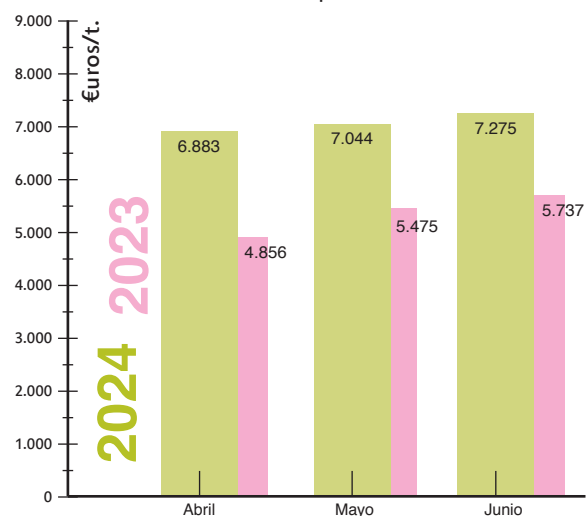


Desplome de precios en un mercado plomizo con escasa operatividad

- **Aceite de oliva:** Se frena la tendencia alcista con un inesperado desplome en las cotizaciones acrecentado por las buenas previsiones de la próxima campaña.
- **Aceite de orujo:** Caída de precios ante la ausencia de operatividad en el mercado.
- **Aceite de semillas oleaginosas:** Incremento de las cotizaciones debido al aumento de demanda.
- **Aceites y grasas para uso industrial:** Fluctuaciones en ambas direcciones dependiendo de la oferta de cada categoría.

Aceite de Oliva Lampante, base 1º

Precios ponderados



Aceite de oliva

Se frena la tendencia alcista con un inesperado desplome en las cotizaciones acrecentado por las buenas previsiones de la próxima campaña. A finales de abril, el Consejo Sectorial de Aceite de Oliva de Cooperativas Agroalimentarias de España aseguraba que las lluvias generalizadas durante el mes de marzo suponían una “magnífica” noticia para el campo. No obstante, la organización pedía calma a la hora de estimar producciones porque la próxima cosecha va a estar condicionada por la climatología de la primavera, “que ya ha empezado con temperaturas más elevadas a las habituales en el mes de abril”.

En efecto, las buenas condiciones climáticas registradas durante el mes de abril provocaban una mayor demanda en el mercado -frente a una oferta más escasa- y, por consiguiente, alzas en los precios. En el campo ya estaba cuajando el

fruto, dependiendo de la zona productora, una muy buena señal.

Así, en Jaén, con algo más de actividad en un mercado donde la oferta se mantenía muy firme y la demanda se dedicaba a picotear, el lampante se situaba a 6.900/7.000 euros/t.; el virgen, a 7.050/7.150 euros/t.; el refinado, a 7.050 euros/t.; y el virgen extra, a 7.500/7.900 euros/t.

La publicación de los datos de producción y salidas del mes de mayo supusieron, según el secretario general de UPA-Andalucía y responsable de la Sectorial de Olivar y Aceite de UPA, Cristóbal Cano, que los precios del aceite de oliva retomaran la senda alcista “porque no hay razones que justifiquen nuevas bajadas como las vividas en las últimas semanas”.

En este sentido, continuó la tendencia al alza en las cotizaciones debido, sobre todo, a la firmeza de una oferta que se veía fortalecida por los datos de salidas, mientras que la demanda, corta, únicamente se dedicaba a comprar por nece-

sidad. La climatología seguía acompañando a unos mercados que ofertaban el lampante a 7.200/7.300 euros/t.; el virgen, a 7.400/7.500 euros/t.; el refinado, a 7.300/7.350 euros/t.; y el virgen extra, a 7.800/8.000 euros/t.

Llegaba junio y de nuevo se detenían los mercados y las cotizaciones cedían en todas las categorías. A pesar de esta situación, y de la volatilidad del mercado, “a estas alturas del año las condiciones climatológicas e hídricas son alentadoras de cara a la próxima campaña”, aseguraba Ignacio Silva, presidente y consejero delegado de Deoleo, en la junta de accionistas del Grupo celebrada a mediados de mes. Con escasa operatividad ante la nula demanda, la oferta se veía obligada a ceder algo en sus pretensiones en un mercado extraño dominado por la incertidumbre. En este sentido, el lampante se establecía a 7.200/7.250 euros/t.; el virgen, a 7.400/7.500 euros/t.; el refinado, a 7.100/7.150 euros/t.; y el virgen extra, a 7.800/8.000 euros/t.

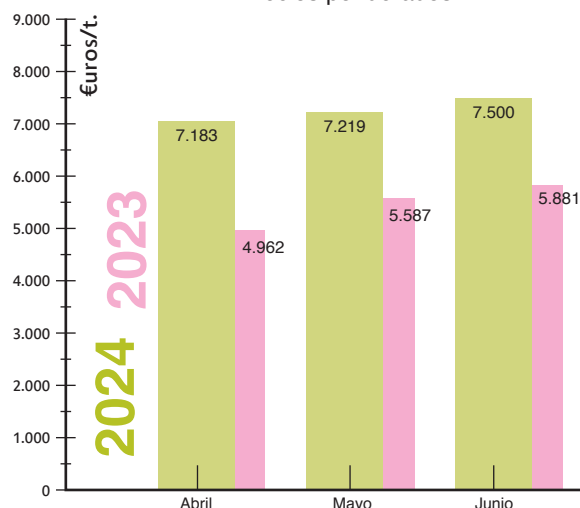


ACEITE DE OLIVA - Segundo trimestre de 2024 (euros/t.)

		1ª sem. Abr.	4ª sem. Jun.
ANDALUCÍA			
JAÉN	Lampante, base 1º	7.900/8.000	7.200/7.250
	Virgen	8.050/8.100	7.400/7.500
	Virgen extra	8.500/8.700	7.800/8.000
	Refinado	8.100/8.150	7.100/7.150
CÓRDOBA	Lampante, base 1º	7.900/8.000	7.200
	Virgen	8.100/8.200	7.400/7.500
	Virgen extra	8.400/8.900	7.900/8.100
	Refinado	8.150/8.200	7.050/7.100
SEVILLA	Lampante, base 1º	8.000	7.200
	Virgen	8.400	7.500/7.800
	Virgen extra	8.800/9.000	8.000/8.500
	Refinado	8.300	7.200
GRANADA	Lampante, base 1º	7.900/8.000	7.200/7.250
	Virgen	8.050/8.100	7.400/7.500
MÁLAGA	Lampante, base 1º	7.900/8.000	Sin oper.
	Virgen	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra	8.600/8.650	8.000
CATALUÑA			
LÉRIDA	Virgen extra (DOP Garrigues)	9.100	Sin oper.
TARRAGONA	Virgen extra (DOP Siurana)	9.100	Sin oper.
CASTILLA-LA MANCHA			
TOLEDO	Virgen	8.000/8.250	7.500/7.600
	Virgen extra	8.350/8.600	7.700/8.100
COMUNIDAD VALENCIANA			
ALICANTE	Lampante, base 1º	8.000	7.200
	Virgen	8.100	7.400
	Virgen extra	8.500/8.600	7.900
	Refinado	8.100	7.400
EXTREMADURA			
BADAJOZ	Lampante, base 1º	7.800/7.900	7.000/7.200
	Virgen	8.100/8.200	7.300/7.500
	Virgen extra	8.400/8.700	7.800/8.300

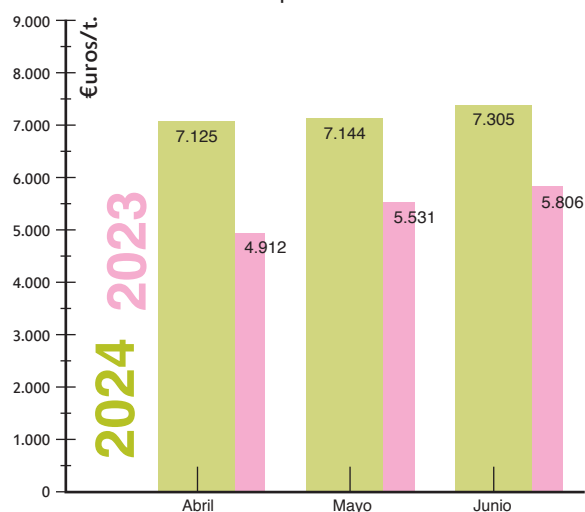
Aceite de Oliva virgen

Precios ponderados



Aceite de Oliva refinado

Precios ponderados



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

	1ª sem. Abr.	4ª sem. Jun.
ANDALUCÍA		
Refinable, base 10º	3.300	2.900
Refinado, winterizado, a granel, sobre origen	4.300	4.100/4.150

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

	1ª sem. Abr.	4ª sem. Jun.
ANDALUCÍA		
ACEITE DE GIRASOL (Sobre origen a granel)		
Crudo	Sin oper.	Sin oper.
Refinado	1.010/1.020	1.120
ACEITE DE SOJA (Sobre origen cisternas)		
Crudo	1.000	1.070
Refinado	1.050	1.120
ACEITE DE SEMILLAS Refinado	1.010/1.020	1.120

Aceite de orujo

Caída de precios ante la ausencia de operatividad en el mercado. Tras los pronunciados incrementos del primer trimestre, se registraban de abril a junio ligeros descensos en ambas categorías motivados por la ausencia de operatividad en el mercado. En este sentido, el refinable cedía hasta los 2.900 euros/t. tras haber cotizado a 3.300 euros/t. de enero a marzo. El refinado, por su parte, descendía hasta los 4.100/4.150 euros/t. a finales de junio tras haberse movido en el entorno de los 4.300 euros/t. durante prácticamente todo el trimestre anterior.

MANZANO
Flottweg



ADVANTAGE
MANZANO

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



Exportaciones

Las exportaciones de aceitunas y aceite de oliva de la UE crecen un 51% en valor

Las exportaciones de aceitunas y aceite de oliva de la UE han aumentado en valor un 51% en el primer trimestre del año, hasta 1.827 millones de euros, debido al aumento de los precios, mientras que los volúmenes exportados han disminuido ligeramente, según el último informe mensual sobre el comercio agroalimentario publicado por la Comisión Europea (CE).

Por su parte, las importaciones europeas de aceitunas y aceite de oliva entre enero y marzo de 2024 ascendieron a 526 millones de euros (+324 millones de euros, +160% respecto al mismo periodo del año anterior).

Este informe detalla que en 2023 las exportaciones de aceitunas y aceite de oliva comunitarias se situaron en 5.113 millones de euros, lo que supuso un 2% más respecto a 2022; mientras que las importaciones alcanzaron 1.227 millones de euros durante el pasado año, un 1% más respecto al ejercicio anterior.

A nivel general, la CE ha detallado que en marzo de 2024 el superávit del comercio agroalimentario de la UE alcanzó los 6.700 millones de euros, lo que supone un aumento del 8% respecto al mes anterior y del 3% en comparación con marzo de 2023.

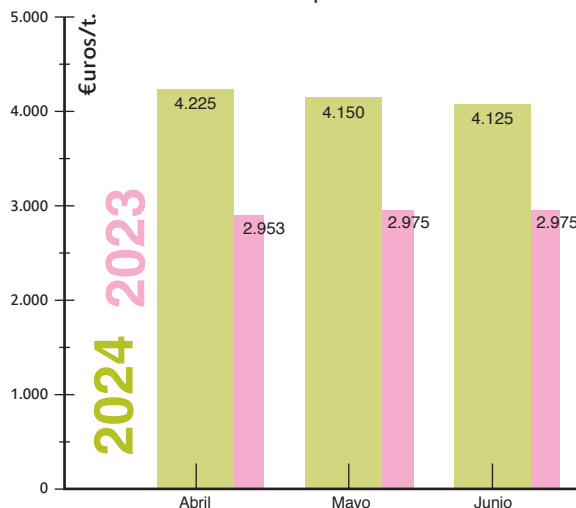
Aceite de semillas oleaginosas

Incremento de las cotizaciones debido al aumento de demanda.

Una vez superada la calma del primer trimestre, los aceites de girasol y soja experimentaban ligeros incrementos. Así, el refinado subía hasta los 1.120 euros/t. tras meses a 1.010/1.020 euros/t. El aceite de soja refinado, por su parte, se alzaba hasta los 1.120 euros/t. (+6%); y el crudo hasta los 1.070 euros/t. (+7%).

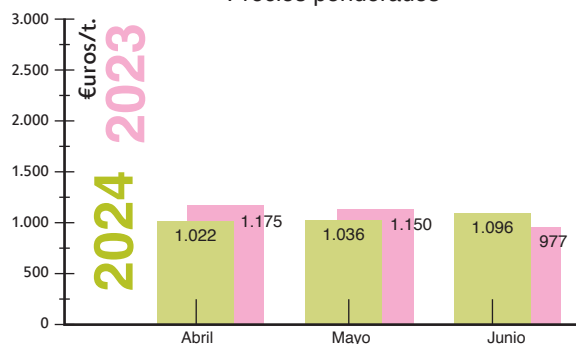
Aceite de Orujo refinado

Precios ponderados



Aceite de Girasol refinado

Precios ponderados



MERCADO INTERNACIONAL - Segundo trimestre de 2024

(Euros/kg.)

ITALIA

1º sem. Abr. 4º sem. Jun.

SUR DE PUGLIA & CALABRIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	9,30	9,10
ACEITE DE OLIVA refinado	8,30	7,25
ACEITE DE OLIVA lampante	7,10/7,50	6,20
ACEITE DE ORUJO refinado	4,35	4,25
ACEITE DE GIRASOL refinado	0,98	1,10
ACEITE DE MAÍZ refinado	1,20	1,20
ACEITE DE SOJA refinado	0,95	1,06
ACEITE DE CACAHUETE refinado	2,32	2,20

NORTE DE PUGLIA & CALABRIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	9,50/9,70	9,20/9,40
ACEITE DE OLIVA virgen	8,50	8,10
ACEITE DE OLIVA refinado	8,30	7,25

TÚNEZ

ACEITE DE OLIVA virgen extra	8,10/8,20	7,70/7,90
------------------------------	-----------	-----------

MARRUECOS

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

TURQUÍA

ACEITE DE OLIVA refinado	s/c	6,45/6,50
--------------------------	-----	-----------

GRECIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	8,70/8,80	8,10/8,30
------------------------------	-----------	-----------

ACEITES Y GRASAS INDUSTRIALES (euros/t.)

Segundo trimestre de 2024

1ª sem. Abr. 4ª sem. Jun.

Sebo fundido	s/c	s/c
Sebo fundido, Extra-fancy	s/c	s/c
Sebo fundido, Fancy	s/c	s/c
Aceite de coco	1.753	1.717
Aceite de palma	1.525	1.450
Aceite de palmiste	s/c	1.529
Aceite de maíz	1.339	1.369
Aceite de ricino	s/c	1.339
Aceite de colza	1.240	1.245
Aceite de pescado tipo hígado de bacalao	7.160	6.980

Aceites y grasas para uso industrial

Fluctuaciones en ambas direcciones dependiendo de la oferta de cada categoría.

Los aceites y grasas para uso industrial volvían a mostrar fluctuaciones y locura en el segundo trimestre. Si bien se incrementaban los precios del aceite de maíz, el aceite de colza o el aceite de pescado; caían por el contrario en valor el aceite de coco y el aceite de palma. Finalmente, el aceite de ricino y el de palmiste mostraban cotización tras meses en blanco.

El consumo doméstico de aceitunas se redujo un 2% en 2023

La compra de aceitunas por parte de los hogares españoles disminuyó en volumen un 2% (108,7 millones de kilos), mientras que en valor se incrementó un 18,1% (435,07 millones de euros) el pasado año, según se desprende del Informe de Consumo Alimentario en España 2023 publicado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

En líneas individuales, el consumo por persona se redujo un 3,1% respecto a 2022, siendo la ingesta por individuo realizada en 2023 de 2,33 kilos. Por el contrario, el gasto invertido por persona ascendió a 9,3 euros, una cantidad superior a 2022 en un 16,8%. Si se realiza el mismo análisis respecto a la época previa a la pandemia, la tendencia es la misma, una mayor inversión por persona (29,1%) a pesar de un menor consumo per cápita (4,3%).

El informe detalla que la categoría de aceitunas mantiene una tendencia creciente a largo plazo, especialmente marcada durante el año 2020 debido a la situación provocada por la pandemia del COVID-19. Si se realiza un comparativo, el volumen incorporado en 2023 es un 3,3% superior al de 2008. Esta tendencia creciente se debe a un mayor consumo de aceitunas envasadas, con o sin hueso, que se compran un 40,5% y un 74,1% más, respectivamente, que en 2008.

El precio medio de las aceitunas fue de 4,00 euros/kg, un 20,5% superior al de 2022. Este crecimiento, según el informe, se trasladó a todos los canales, siendo el hipermercado el que menos lo incrementó (12,9%), cerrando con un precio medio inferior al promedio (3,68 euros/kg).



SIERRA
PRIETA

arbequina

SIERRA
PRIETA

ACEITE DE OLIVA
VIRGEN EXTRA
EXTRA VIRGIN OLIVE OIL



Producto de España
Product of Spain

A BRAND THAT HAS REVOLUTIONIZED
THE WORLD OF EVOO

COLIVAL
S.C.O. de Valdepeñas

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

COLIVAL

S.C.O. de Valdepeñas

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

*Valden
vero*





Estudio comparativo de los precios al consumo de aceites en el trimestre (Abril/Junio 2024)

Aceite de oliva virgen extra

ENVASES	Abr. 2024	Jun. 2024	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Lata 5 l.	59,6	61,8	2,2	3,6
Envase 5 l.	53,2	57,5	4,3	8,1
Lata 3 l.	42,5	48,2	5,7	13,4
Botella 1 l.	15,1	17,2	2,1	13,9
Cristal 3/4 l.	14,7	14,3	-0,4	-2,7

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 abril de 2024 y la cuarta semana de junio 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	Abr. 2024	Jun. 2024	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Lata 5 l.	51,3	53,8	2,5	4,8
Envase 5 l.	46,9	48,1	1,2	2,5
Envase 3 l.	32,9	31,9	-1,0	-3,0
Botella 1 l.	12,5	11,9	-0,6	-4,8

Aceite de oliva virgen extra

Se mantuvieron los incrementos del primer trimestre, especialmente pronunciados en el caso de la botella de 1 l. -que se alzó casi un 14%- y la lata de 3 l. -que ascendió un 13,4% en tan sólo tres meses-. El envase de 5 l. también sufrió un encarecimiento notable, del 8% -hasta los 57,5 euros de media-, seguido de la lata de 5 l., que finalizó el trimestre a 61,8 euros de media (+3,6%). El cristal de 3/4 l., sin embargo, protagonizó la única caída de esta categoría, concretamente del 2,7%, hasta los 11,9 euros.

Aceite de orujo de oliva

ENVASES	Abr. 2024	Jun. 2024	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Envase 5 l.	24,4	26,3	1,9	7,7
Botella 1 l.	5,8	5,1	-0,7	-12,1

Aceite de oliva

Tras haberse encarecido un 29% la botella de 1 l. durante el pasado trimestre, finalizó junio con una corrección del -4,8%, estableciéndose a 11,9 euros. También cedió el envase de 3 l., hasta los 31,9 euros (-3%). La lata y el envase de 5 l., por su parte, permanecieron al alza; la primera de ellas con un incremento del 4,8% hasta los 53,8 euros de media; y del 2,5% el segundo, fijándose a 48,1 euros al finalizar el trimestre.

Aceite de orujo de oliva

Una vez más se acentuaron las diferencias entre ambos formatos. Si bien el precio del envase de 5 l. volvió a incrementarse -en este caso un 7,7%- en el último trimestre, hasta situarse a 26,3 euros, la botella de 1 l. experimentó una *caída libre* del 12%, ofreciéndose a 5,1 euros.

Aceite de girasol refinado

ENVASES	Abr. 2024	Jun. 2024	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Envase 5 l.	13,4	14,8	1,4	10,4
Botella 1 l.	2,5	2,9	0,4	16,0

Aceite de girasol refinado

Tras los descensos del primer trimestre, ambos formatos recuperaron los precios de 2023, con incrementos muy notables. El precio de la botella de 1 l. se incrementó un 16%, mientras que el envase de 5 l. hizo lo propio con una subida del 10,4%.

* Las medias incluyen también los aceites de orujo enriquecidos.

* Las medias incluyen también los aceites de girasol enriquecidos.



Entrevista a Aldino Zeppelli, nuevo CEO de PIERALISI MAIP

“Nuestro objetivo es volver a situar a los clientes en el centro del modelo de negocio de PIERALISI”

PIERALISI MAIP, la marca italiana líder global en tecnología de separación y extracción de aceite de oliva, tiene nuevo CEO. El elegido es Aldino Zeppelli (Módena, 1971), ex vicepresidente senior y director general de la división Loader Cranes de Cargotec -donde orquestó notables cambios e impulsó las unidades de negocio hacia un éxito sin precedentes-, que llega a la multinacional italiana para guiarla en la senda del crecimiento continuo y la innovación en la tecnología de extracción y separación



[Texto: Alfredo Briega Martín]

Con demostrada experiencia en la consecución de resultados excepcionales en entornos difíciles, el nuevo consejero delegado y CEO de la matriz de la multinacional italiana también ocupó importantes puestos ejecutivos en compañías como FlåktGroup, Sandvik y Whirlpool Corporation, en los que obtuvo resultados sobresalientes e impulsó la eficiencia operativa en múltiples sectores y zonas geográficas. Con un enfoque en la excelencia operativa y la visión estratégica, Zeppelli ha dirigido iniciativas que aumentaron significativamente la rentabilidad, simplificaron las operaciones y optimizaron las cadenas de suministro. Sus éxitos incluyen la gestión de la reestructuración corporativa, la optimización de los procesos de producción y la aplicación de iniciativas estratégicas que dieron lugar a mejoras financieras y operativas sustanciales. En PIERALISI, Zeppelli dirigirá un gran equipo humano con el fin de hacer avanzar la tecnología de separación y proporcionar solucio-

“PIERALISI se encuentra en una fase de fuerte reactivación industrial y comercial, con claras perspectivas de expansión geográfica y diversificación de productos”

nes innovadoras a las industrias globales, impulsando el crecimiento, maximizando las oportunidades y garantizando el desarrollo sostenible.

El pasado 4 de marzo de 2024 fue elegido nuevo CEO de PIERALISI MAIP. ¿Cómo afronta este desafío y qué objetivos se marca en esta nueva etapa? Ante todo, me siento sumamente orgulloso de que el Grupo DeA -el fondo accionista que invirtió en la empresa en 2020- me haya elegido para dirigir un grupo industrial de su cartera que representa un

ejemplo de excelencia en el mundo. PIERALISI se encuentra en una fase de fuerte reactivación industrial y comercial, con claras perspectivas de expansión geográfica y diversificación de productos. Nuestro objetivo es volver a situar a nuestros clientes en el centro del modelo de negocio de PIERALISI, reforzando nuestros servicios de apoyo y proximidad al mercado.

PIERALISI es sinónimo de innovación. ¿Cuáles diría que son los principales retos de la compañía para seguir creciendo en el mercado internacional? ¿En qué áreas de negocio se va a enfocar en los próximos años?

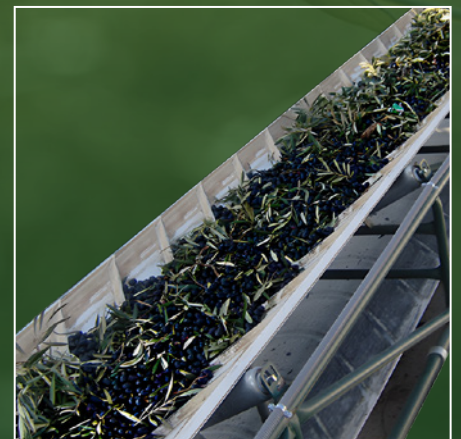
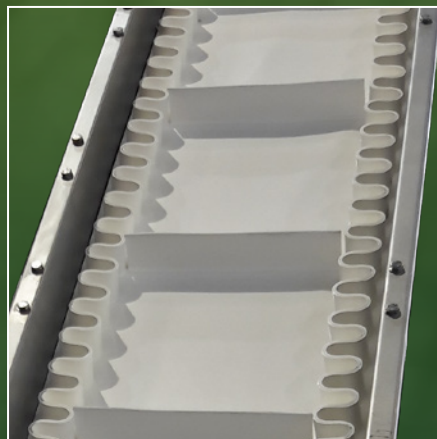
PIERALISI sigue apostando por la innovación, que será un elemento clave de su estrategia de desarrollo futuro. En este sentido, recientemente se han añadido a la gama PIERALISI algunos productos que aumentarán nuestra competitividad en el mercado, como el molino *My Mill*, enfocado a la producción de AOVE Premium; la nueva serie de batidoras *My Blend*; y un producto innovador para altos caudales en aplicaciones industriales presen-



Bandas transportadoras para el procesamiento de la oliva



Atóxicas · Bajo alargamiento · Gran capacidad de carga
Materiales de alta calidad y larga duración
Homologados por las principales cooperativas olivareras



Esbelt SAU - Tel. +34-93 207 33 11 - www.esbelt.com - esbelt@esbelt.com





“Pieralisi sigue apostando por la innovación, que será un elemento clave de su estrategia de desarrollo futuro”

tado y apreciado por los visitantes en la IFAT 2024 de Munich.

Queremos que Pieralisi sea reconocida como la empresa líder en desarrollo tecnológico y de producto, y para hacer realidad esta ambición seguiremos centrando fuertemente nuestras inversiones en R&D y desarrollo de productos.

Italia sigue siendo el principal mercado para el negocio del aceite, en el que Pieralisi es líder absoluto. España y Brasil representan mercados de rápido crecimiento con un enorme potencial tanto para el sector del aceite de oliva como para el industrial, teniendo en cuenta además la presencia de centros de excelencia Pieralisi para el mantenimiento y revisión de nuestros productos. Por último, EEUU y Oriente Medio suponen la mayor oportunidad de crecimiento de nuestro mercado en un futuro próximo.

Con más de un siglo de historia y más de 65 años en el mercado español, Pieralisi MAIP ha iniciado una nueva etapa bajo el lema “Circular Thinking”. ¿En qué consiste exactamente este concepto?

La expresión “Circular Thinking” encierra un concepto sencillo pero fundamental de la filosofía Pieralisi. Como dije antes, nuestro objetivo es situar a los clientes en el centro del modelo de negocio de Pieralisi. Nuestro compromiso con los clientes es ineludible: queremos estar cerca del mercado y continuar atendándolo con la excelencia que nos caracteriza y el espíritu innovador que Pieralisi ha tenido a lo largo de su historia. Empezando por la fase de interacción con nuestros clientes para seleccionar la mejor solución orientada a satisfacer sus necesidades, Pieralisi les acompaña hasta el final del denominado ciclo de vida del producto, incluyendo un excelente servicio postventa y de asistencia técnica.



En el sector oleícola, y a pesar de sufrir los rigores de dos campañas consecutivas marcadas por el descenso en la producción, Pieralisi ha aumentado su cartera de clientes. ¿Qué balance hace la compañía de estas dos últimas campañas tan complicadas y cómo vislumbra el futuro inmediato?

Es cierto que las dos últimas campañas fueron muy complicadas debido a la falta de sincronización de los procesos de planificación de ventas y producción. Sin embargo, en 2023 se realizaron numerosas inversiones para eliminar cuellos de botella en los procesos de transformación y reforzar la cadena de suministro. Creemos que nos hemos preparado para afrontar la campaña 2024 de forma mucho más sólida y estructurada. Los clientes siguen prefiriendo a Pieralisi por el nivel de calidad y servicio que les ofrecemos.

“Allí donde hay un olivo, está Pieralisi”, le gustaba decir a Gennaro Pieralisi. Dígame, ¿cómo imagina la evolución de la compañía en los próximos cinco años?

Seguiremos construyendo sobre este lema del Ingeniero Pieralisi, defendiendo y aumentando nuestra cuota de mercado en Italia y España, donde somos líderes indiscutibles, pero sobre todo atacando nuevos mercados como Portugal, Oriente Medio y otros donde existe un enorme potencial.



En los resultados de la campaña 2023 se incidió en algunas de las ventajas competitivas de la compañía. ¿Cuáles diría que son las claves del éxito de Pieralisi?

Entre las ventajas competitivas de Pieralisi destacan la excelencia en el servicio y la atención al cliente o el hecho de contar con la plantilla más amplia del sector, conformada por más de 50 técnicos cualificados que prestan servicio en campaña 24 horas al día durante los siete días de la semana a los clientes de la marca en España y Portugal.

Pieralisi MAIP es la empresa que posee el mayor parque de maquinaria de extracción de aceites de oliva instalado en España y Portugal. ¿Qué representa el mercado de la Península Ibérica para Pieralisi MAIP y cuáles son sus objetivos a corto, medio y largo plazo?

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



Aldino Zeppelli, nuevo CEO de PIERALISI MAIP, visitó las instalaciones de PIERALISI España en Jaén los pasados 19 y 20 de junio (arriba).

Abajo, con Davide Cattaneo, nuevo Chief Commercial Officer; Attilio Bonadonna, Chief Human Resources Officer; y Rodrigo Jaén, director general de PIERALISI para España y Portugal.



“Los clientes siguen prefiriendo a PIERALISI por el nivel de calidad y servicio que les ofrecemos”

jetivo, a través de un plan de formación estructurado, de alimentar el conocimiento aclarando conceptos y mejorando actitudes. Una forma de alcanzar juntos la excelencia. Al fin y al cabo, la evolución tecnológica y los cambios en el mundo laboral nos invitan a no bajar la guardia en materia de formación. Por tanto, no se trata sólo de una necesidad de orientación, sino de la filosofía del aprendizaje permanente, con una formación *ad hoc* basada en el análisis de las competencias, su evaluación y la posterior formación específica.

Por último, y volviendo a España, en 2024 se ha presentado la nueva Cátedra PIERALISI-Universidad de Jaén de Estudios Económicos e Históricos de la Empresa Oleícola. ¿Cuál es el propósito de esta Cátedra que nace inicialmente para un periodo de tres años?

La colaboración con las universidades, científicos e investigadores ha sido y seguirá siendo un elemento clave en el desarrollo de nuestros productos y procesos, y ha permitido concebir y desarrollar las evoluciones tecnológicas más importantes de los productos PIERALISI. Por ello continuaremos con esta filosofía, como hicimos el 5 de junio de 2024 en Jesi con la intervención del profesor Maurizio Servili y de la profesora Tullia Gallina Toschi en nuestro evento *Olive Care* ante más de 150 clientes de primera línea. 🟢

El mercado español, o mejor dicho ibérico, representa una parte fundamental de nuestro negocio. Creemos que tenemos grandes oportunidades de ampliar nuestra cuota de mercado y, sobre todo, de mejorar aún más el servicio al cliente. Queremos seguir creciendo e invirtiendo en el mercado español y portugués para mantener nuestro liderazgo y la confianza de los clientes de la Península Ibérica.

La marca 2Life by PIERALISI, que recupera maquinaria de segunda mano para que funcione en las almazaras como si fuera nueva, utilizando repuestos originales y aplicando los mismos tratamientos que en una máquina PIERALISI recién adquirida, ha cumplido cuatro años en el mercado. ¿Cuál es el balance de este periodo? ¿Se han cumplido las expectativas?

El proyecto *2Life* ha arrojado resultados muy positivos tanto desde el punto de vista de la aceptación de los clientes como del negocio generado. También estamos evaluando otras formas de revisión de máquinas usadas que son mucho más flexibles, rápidas y eficaces.

Háblenos de la PIERALISI Academy, un nuevo espacio de trabajo, formación y encuentro para todos los responsables y trabajadores de la marca cuyo enfoque no es otro que la mejora continua, la excelencia y el mejor servicio postventa para los clientes.

Nuestros recursos humanos dedicados a la concepción, diseño, fabricación y venta de máquinas oleícolas han profundizado en las mejores características del aceite. Un paso más para abrir los ojos al futuro, para comprender los nuevos escenarios evolutivos relacionados con los aspectos técnicos, financieros y de marketing de nuestro mundo.

Porque esto es la PIERALISI Academy: la formación “*Circular Thinking*”, un proceso continuo de crecimiento de las competencias de la empresa con el ob-

No podemos controlar el clima, pero sí los procesos..



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





¿Qué se oculta tras

El

MUNDO

de las

MARCAS?

Malacasta, bendita locura

En la Sierra Sur de Jaén y la Subbética Cordobesa se denomina *malacasta* a los olivos centenarios que crecen en las zonas de alta montaña, a más de 1.000 metros de altura, que soportan una climatología extrema y a los que resulta casi imposible acceder. De sus preciados frutos se obtienen singulares y exquisitos AOVEs de producción limitada y gran calidad que presentan unas propiedades organolépticas diferentes al resto. Malacasta es también una pequeña empresa familiar formada por los hermanos Luis -maestro de almazara- y Lucía Serrano del Moral -experta en cata-, hijos de un pequeño productor de aceituna. *Malacasta by Serrano del Moral* es un AOVE Premium de cosecha temprana -los frutos se recogen en la primera semana de octubre- nacido tras seis años de pruebas y ensayos en los que únicamente se podía trabajar 15 días -ya que la materia prima sólo está disponible durante ese periodo de tiempo- para lograr el mejor virgen extra posible. Un equilibrado coupage de picuda y carrasqueña de color verde esmeralda con aromas a hierba recién cortada, hojas de higuera, tomatara, alloza y almendra verde cuya edición especial, ideal para regalar, se presenta en una botella blanca de 500 ml. dentro de una caja con detalles propios de la marca. Además de AOVE, bajo el nombre *Malacasta* también se comercializan otros productos gourmet como mermeladas de AOVE con naranja y mora.

“La virtud es una especie de salud, de belleza y de buenas costumbres del alma”
(Platón)





CAJA RURAL
JAÉN

Ecológicamente responsables

lógicamente sostenibles

FINANCIACIÓN SOSTENIBLE

PARA LA REFORMA DE TU VIVIENDA

PARA LA ADQUISICIÓN DE UN VEHÍCULO
CERO EMISIONES

PARA LA INSTALACIÓN
DE ENERGÍAS RENOVABLES



 Desde nuestras raíces.
Siempre sostenibles.

PARA MÁS INFORMACIÓN:
www.cajaruraldejaen.com
o en cualquiera de nuestras
oficinas en toda la provincia



PALÆO, patrimonio natural y preservación de la biodiversidad

PALÆO es el nombre de la nueva línea de AOVEs de Luque Ecológico obtenidos de variedades de olivos centenarios -algunos de más de 300 años- que pretende homenajear este valioso patrimonio natural, “conectando con el legado de nuestros antepasados y preservando la biodiversidad. Y es que estos olivos centenarios son mucho más que simples árboles: son testigos silenciosos de la historia y el legado de las generaciones que nos precedieron. A través del aceite de oliva que producen, podemos saborear y conectar con la rica herencia cultural y culinaria de nuestros antepasados, celebrando su sabiduría y la pervivencia de su legado”, afirma el director comercial y de Marketing de Luque Ecológico, Rafael Gálvez. La producción ha comenzado en la campaña 2023/24 con un pequeño lote

de AOVE procedente de estas variedades desconocidas y no identificadas -de ahí que representen un tesoro genético de incalculable valor-, en una edición limitada de alrededor de 1.000 botellas. “Esta biodiversidad es esencial para garantizar la resiliencia y la adaptabilidad de nuestros cultivos en un mundo en constante cambio que enfrenta nuevas amenazas”, añade. “Con la recuperación de estos olivares no sólo hemos restablecido lazos con la naturaleza, sino que nos embarcamos en un nuevo proyecto oleícola en el que, al valorar y preservar estos venerables árboles, estamos asegurando que su historia continúe siendo contada y apreciada por las generaciones venideras”. El resultado es un AOVE singular “con un toque misterioso y atractivo que será apreciado por los consumidores, pues verdaderamente estamos ofreciendo historia en una botella”.

“Las personas sin conocimiento de su pasado, su origen y su cultura son como un árbol sin raíces”

(Marcus Garvey)



Kaove, excelencia en cada gota

Hablar de Kaove es hacerlo de una empresa familiar con más de tres siglos de tradición en el cultivo del olivar y la producción de aceite de oliva virgen extra en la provincia de Jaén. En Kaove están orgullosos de su herencia y se esfuerzan por preservarla para las generaciones futuras, ofreciendo una gama de productos únicos que reflejan su pasión por la calidad y la autenticidad, y promoviendo un estilo de vida saludable. Además, la empresa está firmemente comprometida con la sostenibilidad, algo que se hace evidente en cada paso del proceso de producción, con un mínimo impacto ambiental, desde el minucioso cuidado de sus olivares centenarios hasta la incorporación de las últimas innovaciones tecnológicas, prestando especial atención a la selección y recolección manual y temprana de los frutos, que son molturados a las pocas horas. Sus fincas se sitúan en los municipios de Cazalilla, Mengíbar y Villanueva de la Reina, en la Vega del río Guadalquivir, una localización privilegiada que ofrece numerosos beneficios y garantiza la producción de virgen extra de la más alta calidad. Atendiendo al calendario lunar, los esquejes de los nuevos olivos se plantan en cuarto creciente para obtener árboles sanos en época de luna llena; mientras que la poda se realiza siempre en cuarto creciente y la cosecha se lleva a cabo en luna llena.

“A veces sentimos que lo que hacemos es sólo una gota en el mar, pero el mar sería mucho menos si le faltara esa gota”

(Madre Teresa de Calcuta)

La gama *Delicatessen* comprende exquisitos AOVEs gourmet de arbequina y picual, y otro picual ecológico, todos ellos disponibles en botella de 250 y 500 ml.; mientras que *Luxury Collection Picual* es un sofisticado monovarietal de intenso frutado y gran complejidad aromática presentado en una exclusiva botella de tronco cónico de 500 ml. serigrafada en verde y oro, contenida en un estuche de cartón rígido ecológico. Por último, *Kaove Premium Plata*, disponible en vidrio de 500 ml. y lata de 3 l., es un versátil picual que añade un toque de excelencia a cada receta.



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



NOVEDADES Y LANZAMIENTOS



Castillo de Canena presenta la primera edición de *Summa Varietalis*

En 2009, Castillo de Canena Olive Juice inició un ambicioso proyecto: la creación de un jardín donde florecieran variedades de olivos de diversos países de la Cuenca Mediterránea. Este proyecto no sólo buscaba recrear un espacio verde, sino también rendir homenaje a un árbol totémico con una historia que se remonta a cinco milenios. Así, con el apoyo técnico del Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera (IFAPA), esta iniciativa se convirtió en un espacio para ensayos y descubrimientos. En una parcela de aproximadamente 2 ha. plantaron más de 30 variedades de olivos, acompañados de acebuches provenientes de 14 lugares distintos, que convivieron con las nueve preselecciones elegidas por el IFAPA. A lo largo de estos 15 años, desde la marca han seguido de cerca el desarrollo fisiológico de los olivos, su adaptación al clima y suelo autóctonos, así como su resistencia a plagas y enfermedades locales. También han explorado los perfiles sensoriales y los atributos organolépticos de los AOVEs derivados de estas variedades, analizando la influencia del *terroir* en sus características olfativas y gustativas. En este camino, la firma ha dado un paso significativo con la presentación de la primera edición de *Summa Varietalis*, un excepcional *blend* elaborado con varietales de olivos procedentes de España (arbosana, mollar de Cieza, pico limón y ocal), Siria (zaitiy y souriani), Túnez (chemlali), Israel (maelia), Italia (leccino), Grecia (koroneiki) y Portugal (galega). 🍯

Finca Los Remedios, el sabor de La Mancha

El de Finca Los Remedios es un joven proyecto familiar que combina las técnicas más innovadoras con un enfoque sostenible y respetuoso con el medio ambiente. La finca, situada en plena llanura manchega, entre Alcázar de San Juan y Manzanares, en el paraje denominado de Las Motillas -donde se encuentran las ruinas de "La Venta de las Motillas", lugar incorporado por Miguel de Cervantes en su inmortal obra *Don Quijote de la Mancha*-, cuenta con una extensión de 80 ha. de olivar intensivo a 657 msnm donde las favorables condiciones edafoclimáticas aportan un valor añadido a la calidad del fruto, con suelos franco-arcillosos e inviernos suaves seguidos de primaveras soleadas y veranos calurosos. Aquí se cultivan las variedades sikitita, koroneiki y arbequina -pronto se incorporará lecciana-, de las que se obtienen dos AOVEs Premium de cosecha temprana, un coupage de las dos primeras y un monovarietal de la última, presentados en botella italiana de vidrio de 100, 200 y 500 ml. Cada partida de aceituna se somete a un riguroso control con el fin de seleccionar sólo los mejores frutos y las instalaciones de la finca están equipadas con sistemas de minimización de residuos, mostrando un compromiso tangible con la reducción del impacto ambiental. Unas prácticas sostenibles que reflejan la visión integral de Finca Los Remedios en cuanto a la preservación del entorno y la producción responsable. 🍯



El Lagar del Soto renueva la imagen de su AOVE Premium

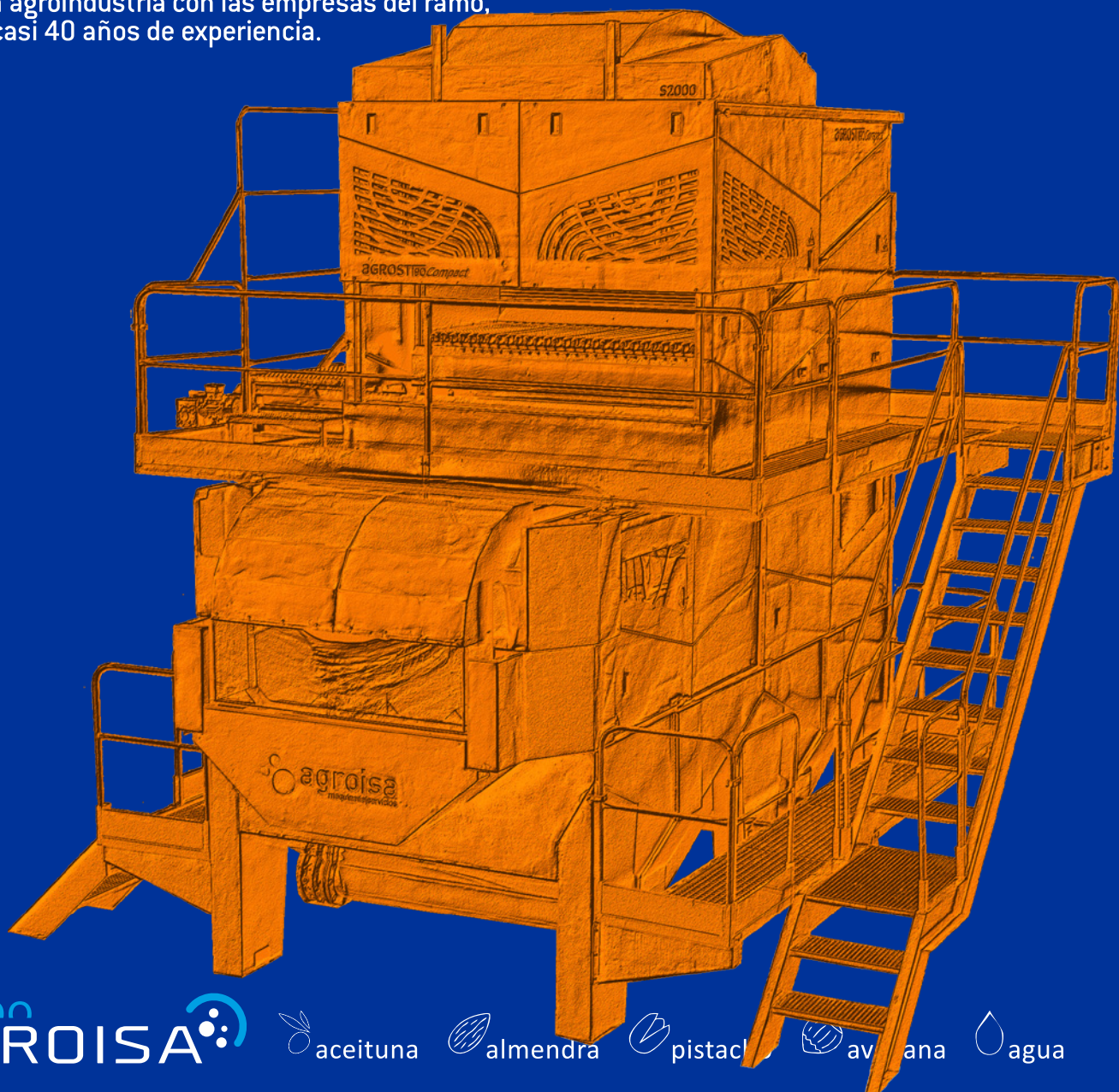
El Lagar del Soto, de Jacoliva, es un exclusivo monovarietal de manzanilla cacereña que cuenta con dos versiones, clásica y Premium. El rediseño de la marca y la imagen de este segundo, un AOVE con DOP Gata-Hurdes, se enfoca a transmitir un concepto actualizado basado en el proceso de elaboración de los aceites que se llevaba a cabo en los molinos situados en los sotos de la ribera de los ríos para moler la aceituna, utilizando la fuerza del agua. De ahí que IPACKLAB Packaging Innovation Laboratory, encargado del diseño y desarrollo de packaging, haya recurrido a un mosaico de cuadrados de color azul para evocar el agua y su conexión con dicho proceso, creando una imagen fresca y contemporánea, alejada de una imagen tradicional, para dirigirse a un consumidor joven que busca nuevas experiencias de marcas y consumo. El objetivo es lograr un packaging de botellas -de 500 y 250 ml.- y embalajes lo más eficiente posible, con el objetivo de reducir el consumo de materias primas, peso, energía, materiales y emisiones en los procesos, el almacenaje y la logística, buscando la circularidad en el diseño. 🍯





AGRICHOLOGY,

1. m. expr. coloq. Dígase del compromiso adquirido por la agroindustria con las empresas del ramo, tras casi 40 años de experiencia.



Grupo
AGROISA

 aceituna

 almendra

 pistacho

 aguacana

 agua

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



CDTI

Centro para el
Desarrollo
Tecnológico
Industrial

PYME INNOVADORA



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



Verísima Natura, AOVE biodinámico de El Campo de Montiel



Con certificación Demeter, *Verísima Natura* es un AOVE de agricultura sostenible y biodinámica procedente de aceitunas recolectadas en octubre de olivares tradicionales de secano -con riego deficitario por goteo-, muchos de ellos centenarios, situados en el municipio de Torrenueva, en la comarca de El Campo de Montiel (Ciudad Real), en pedregales, lomas y pendientes a 700 metros de altitud. Se trata de un equilibrado coupage ecológico de picual, arbequina y cornicabra, así como de un monovarietal de esta última variedad autóctona de Castilla-La Mancha. Con aromas a aceituna verde, plátano, manzana, tomatera, hoja de olivo y almendra verde, en boca resulta suave y persistente, con notas verdes a hoja, plátano y manzana, de amargor medio y picor medio-alto en progresión. Su naturaleza biodinámica y respetuosa con el medio ambiente se refleja en prácticas que buscan la regeneración de los suelos mediante cubiertas vegetales, barbechos, diversidad de cultivos e introducción de ganado; y otras que favorecen la biodiversidad local como la introducción de charcas, lindes vegetales y pedrizas para lograr que animales, aves y polinizadores prosperen en este entorno, ayudando a evitar plagas. *Verísima Natura* puede adquirirse en la web del mismo nombre y en establecimientos cercanos como el hotel La Caminera en Torrenueva y la tienda gourmet 11 Ánforas en Valdepeñas. 🍯

Molí Coloma presenta su nuevo formato *bag in box*

En Molí Coloma siempre han buscado la innovación entendida desde su compromiso con la protección del medio ambiente y el absoluto respeto por el entorno. Cada botella refleja el resultado de la rica biodiversidad que prospera en sus fincas. El nuevo y ecológico formato *bag in box* de 3 l. de su equilibrado y complejo AOVE 100% arbequina conserva su frescura y características organolépticas y lo protege de elementos perjudiciales como el aire, la luz y el calor. Se trata de un envase hermético con formato de doble capa que ayuda a regular los cambios de temperatura manteniendo el equilibrio del aceite en un ambiente opaco que preserva pigmentos, clorofilas y protege el producto del contacto con la luz. Además, su diseño facilita el transporte y la manipulación, pudiendo llevarse cómodamente a cualquier lugar sin riesgo de derrames o exposición al aire, lo que podría comprometer la calidad del aceite. Un formato práctico y sostenible que minimiza el impacto ambiental en comparación con los envases tradicionales al presentar un 70% menos de plástico, un 75% de cartón ondulado y un material 100% ligero y reciclable. 🍯



Oro de Altura, un AOVE de altos vuelos

Oro de Altura surge como resultado de una larga tradición familiar. Tras varias décadas recolectando olivas y elaborando aceite para consumo propio, la familia Blasco decidió ir un paso más allá y crear su propia almazara y marca. Un nombre que encierra un doble sentido, como explica Esperanza Blasco. “Tradicionalmente, el punto más alto de cualquier pueblo era el campanario de la iglesia, y en algunas localidades lo sigue siendo. Por eso aparece en nuestro logo y nos gusta imaginarnos degustando allí nuestro oro líquido de alta calidad mientras se contempla la belleza del paisaje que se extiende ante nosotros”. La empresa -Blasco Fruit, S.L.- controla todo el proceso de elaboración de sus vírgenes extra de cosecha temprana, todos ellos de la variedad serrana de Espadán, autóctona de la comarca del Alto Palancia (Castellón), donde se encuentran sus olivares. Bajo esta marca se comercializan dos gamas de producto que difieren en la fecha de elaboración, *Premium* -mediados de octubre, obtenido de aceitunas en su mayoría verdes- y *Selección* -finales de octubre, de sabor más dulce-, ambos presentados en botella de vidrio de 500 ml. y disponibles en www.oro-dealtura.es, con la vista puesta tanto en el mercado nacional como internacional, así como en el canal Horeca y tiendas gourmet. 🍯



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



Conde de Benalúa renueva su imagen y presenta sus packagings 100% ecológicos

A partir de una sólida estrategia de “Cero plástico”, Conde de Benalúa presentó en la pasada edición de Alimentaria su nueva gama de aceites de oliva vírgenes extra de alta calidad en packagings 100% ecológicos. En este firme compromiso con la sostenibilidad, la firma lidera la transición ecológica decidiendo de forma consciente y responsable -tanto para el agricultor como para el consumidor y el planeta- comercializar sus AOVes envasados bajo las marcas *Amarga* y *Pica*, *Benalúa* y *BIO* únicamente en envases 100% ecológicos de vidrio, lata y materiales reciclables. Una propuesta alineada con los ODS fijados por la Agenda 2030 y la Ley de Restauración de la Naturaleza, sorprendiendo al consumidor con zumos singulares avalados por la DOP Montes de Granada, que confiere valor a la tierra y a la autenticidad de sus productos. 🍯



PEPE lanza una línea de AOVes infundados en su innovador spray bag-on-valve

PEPE, una de las marcas de aceite de oliva de IFFCO Iberia, ha ampliado su catálogo incorporando condimentos a base de aceite de oliva virgen extra en formato spray *bag-on-valve* (BOV), revolucionando la forma en que se dispensa su AOVE infundado con ajo, trufa negra, chili y limón gracias a un innovador dosificador con tres posiciones. A diferencia de los sistemas tradicionales, donde el aceite y el propulsor comparten el mismo espacio, este innovador spray *eco-friendly*, limpio y fácil de usar, separa el aceite en una bolsa de aluminio sellada y flexible conectada directamente a la válvula. El aire comprimido se encuentra fuera de la bolsa, en el espacio entre ésta y la pared interior de la lata. Cuando se acciona el dispositivo, el aceite sale sin mezclarse con el propulsor, conservando así todas sus propiedades. La presión interna de la lata aprieta la bolsa al presionar el dispositivo y, al soltarlo, el rociado se detiene automáticamente, evitando derrames. Además, el aire comprimido permanece dentro del envase incluso después de que el producto se agote y, gracias al sellado hermético, se mantiene intacto durante toda su vida útil, permitiendo aprovechar prácticamente el 100% del contenido. 🍯



Verde Divino presenta su estuche Colección Monovarietales

El estuche *Colección Monovarietales* de Verde Divino (Aceites Moral, S.L.) es la nueva apuesta de la firma jiennense para ofrecer una auténtica experiencia gastronómica. Un formato con cuatro botellas de 100 ml. que contiene las distintas variedades que producen en sus fincas: picual, picual ecológico, royal y arbequina, todos ellos de cosecha temprana. Diseñado para que el consumidor organice su propia cata y pueda apreciar las diferencias sensoriales de cada variedad, este estuche gourmet concebido para los paladares más exigentes se antoja la oportunidad perfecta para regalar un AOVE de alta calidad de una forma diferenciada y exclusiva. 🍯





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



SOL regresa a sus orígenes y se convierte en la Feria Internacional del Aceite de Oliva



Con SOL 2024, "Veronafiere dio el primer paso de un plan plurianual destinado a un nuevo posicionamiento de las marcas en el sector del vino y la alimentación con el objetivo de crear más oportunidades comerciales con iniciativas específicas, mejorar el posicionamiento de las existentes y aumentar la participación de expositores y visitantes profesionales", según subrayó Mauricio Danese, CEO de la entidad ferial. Así, SOL se convirtió del 14 al 17 de abril en la Feria Internacional del Aceite de Oliva, dedicándose exclusivamente al mundo del aceite de oliva, lo que supuso un regreso a los orígenes porque fue con esta finalidad con la que se concibió la exposición en 1987.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

La 28ª edición de SOL continuó celebrándose de manera simultánea a Vinitaly, centrándose exclusivamente en el mundo del aceite de oliva en todas sus formas. Así, supuso un lugar de encuentro entre la oferta y la demanda de las mejores producciones de aceite de oliva virgen y virgen extra, incluidos productos cosméticos y nutracéuticos a base de aceite de oliva y hojas de olivo, así como aceituna de mesa y aceites aromatizados. Todo ello con el objetivo de crear más oportunidades comerciales con iniciativas específicas, mejorar el posicionamiento de las existentes y

aumentar la participación de expositores y visitantes profesionales.

Además del área expositiva, SOL albergó talleres, reuniones de compradores, catas guiadas, *showcookings*, maridajes y conferencias, actividades a través de las cuales el visitante pudo aprender a reconocer un aceite defectuoso, realizar el maridaje correcto o conocer las novedades del mundo del aceite de oliva.

En el marco de esta cita, la jefa de la Unidad de Economía y Promoción del Consejo Oleícola Internacional (COI), María Juárez, se refirió a los retos que debe afrontar el sector oleícola tales como el cambio climático, los precios o

impulsar la visibilidad y el reconocimiento del aceite de oliva en los distintos mercados. Juárez precisó que 2023 se caracterizó por una importante caída de la producción y el consiguiente marcado repunte de los precios, a lo que se ha unido "una previsión para la actual campaña de una caída de la producción del 6% debido a la combinación de varios factores: periodos de floración asincrónicos, cosechas tempranas provocadas por la aparición de determinadas patologías, como la *Xylella fastidiosa*, y periodos de sequía".

Y es que el cambio climático y su impacto en los mercados fue uno de los temas tratados durante la conferencia



La feria acogió actividades tales como catas guiadas.

de la producción se han convertido en algo habitual con cinco campañas de aceite de oliva en los últimos diez años produciendo entre 2,4 y 2,5 millones de toneladas y cinco muy por encima de los 3 millones de toneladas. Las tendencias del consumo, sin embargo, son más lineales: se han duplicado en 30 años, al pasar de 1,6 millones de toneladas a 3 millones de toneladas en todo el mundo.

La incertidumbre económica global también ha impactado en el sector oleícola, “especialmente en lo que respecta a la necesidad de invertir en tecnologías y prácticas sostenibles, así como de anticipar posibles aumentos de los precios agrícolas básicos, todo ello en un contexto de creciente competencia en el mercado donde otras zonas productoras emergentes, como Sudamérica y Australia, están ampliando su producción de aceite de oliva”, señaló el representante del COI.

También se resaltó que Italia puede mirar el escenario futuro con optimis-

inaugural titulada “La nueva geografía del mundo del aceite de oliva: producción y consumo”. En concreto, se puso de manifiesto que después de veinte años de crecimiento continuo, con la pro-

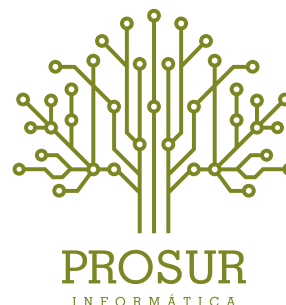
ducción mundial de aceite de oliva aumentando de 1,8 millones de toneladas en la campaña 1992/93 a 3,4 millones de toneladas en la campaña 2010/2011, según datos del COI, las fluctuaciones

UTILIZANDO AGROCUADERNO, SUPERAR CUALQUIER RETO ESTARÁ EN SU MANO

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



APLICACIONES INFORMÁTICAS PROSUR, S.L.
 C/Hermano Luján, 10-local
 14007 CORDOBA (ESPAÑA)
 Fijos +34 957 435976 + 34 957 020270
 Móvil + 34 615 689778
www.agrocuaderno.com





mo, sobre todo porque, según Rossella Cernuto, ejecutiva senior de análisis de NielsenIQ, “el aceite de oliva virgen extra es fundamental en todas las mesas italianas”, si bien consideró esencial adoptar medidas para ganarse a los consumidores más jóvenes.

Asimismo, en SOL se anunció la colaboración entre Veronafiere y la Fundación de Olivar, “una asociación entre Italia y España que no sólo fortalecerá los lazos entre estos dos países que siempre han estado en el corazón de la industria olivarera, sino que también abrirá nuevas oportunidades de crecimiento y desarrollo a escala internacional”, destacó Raúl Barbieri, director de ventas de Veronafiere.

Barbieri también subrayó que SOL supone “una oportunidad extraordinaria para compartir conocimientos, experiencias e ideas innovadoras que ayudarán a afrontar los desafíos futuros con éxito y prosperar como industria. Además, Veronafiere está trabajando arduamente para traer nuevos proyectos a este evento”.

Por su parte, el director gerente de la Fundación del Olivar, Javier Olmedo, consideró que ambos países “deben afrontar juntos los retos de los próximos años, aprovechando sus respectivas fortalezas y avanzando de manera conjunta en mercados y contextos internacionales donde se decidirá el futuro del sector. La colaboración entre la Fundación de Olivar y Veronafiere abre un



Verona entró a formar parte de la asociación Città dell'Olio.

nuevo modelo de relaciones entre España e Italia que esperamos conduzca a resultados gratificantes”.

Verona se une a Città dell'Olio

Por otro lado, en el marco de SOL se celebró un acto en el que Verona entró a formar parte de la Associazione Nazionale Città dell'Olio. Así, el presidente de la entidad, Michele Sonnessa, dio la bienvenida a esta ciudad como nuevo miembro, entregando la bandera de membresía a su alcalde, Damiano Tommasi. De esta forma, el municipio se une a la “gran familia de organismos públicos implicados en la promoción del aceite de oliva virgen extra y en la valorización del patrimonio oleícola italiano”.

“Entrar en nuestra red en un momento como este significa aceptar el desafío de promover no sólo nuestras excelencias: el AOVE producido por los más de 600 cultivares de nuestro país, sino también las comunidades oleícolas con sus valores de identidad; centrarse en el oleoturismo, valorizando las experiencias a través de las cuales es posible descubrir la belleza del territorio e invirtiendo en estrategias eficaces para luchar contra el abandono de las

tierras olivareras, así como apostar por una restauración de calidad mediante la adopción de la Carta del Aceite”, detalló Sonnessa, quien apuntó que “juntos podemos trabajar en proyectos importantes como el *Paseo entre los Olivos* o la *Merienda en el Olivar* para que se perciban los valores saludables del aceite de oliva y devolver la rentabilidad al mundo del aceite”.

El alcalde de Verona se mostró orgulloso de haber entrado a formar parte de Città dell'Olio porque “Verona tiene una gran tradición agrícola y una producción de gran calidad y valor”.

A su vez, en SOL tuvo lugar la entrega oficial de premios a los AOVES galardonados en el Concurso Internacional Sol d'Oro 2024, que este año contó con un total de 450 muestras procedentes de Italia, España, Francia, Portugal, Croacia, Eslovenia, Grecia, Turquía, Argelia, Marruecos y Túnez. En esta edición, los productores italianos fueron los protagonistas en las diferentes categorías: Frutado Medio, Frutado Intenso, DOP-IGP, Orgánico, Monovarietal, “Absolute beginners” y “Grandes productores”. Nuestro país, por su parte, se alzó con un total de cuatro medallas. 🍯



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 ...





La 40ª edición de Ovibeja supera las expectativas



Ovibeja celebró del 30 de abril al 5 de mayo su 40ª edición en el Parque de Feiras e Exposições Manuel de Castro e Brito, en Beja (Portugal), bajo el lema "40 anos de associativismo". Esta muestra -cuyos resultados superaron expectativas- contó con espacios renovados y más atractivos, una gran exposición que ilustró el camino recorrido, iniciativas innovadoras y conciertos aún más emblemáticos, según ACOS-Associação de Agricultores do Sul, entidad organizadora. Entre las actividades que tuvieron lugar en el marco de esta muestra, destacó el Concurso Internacional de Aceite de Oliva Virgen Extra-Premio CA|Ovibeja, el único certamen internacional que se celebra en Portugal y que se ha convertido en un referente entre los diferentes concursos de AOVE a nivel mundial.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

La 40ª Ovibeja, que fue inaugurada por el primer ministro de Portugal, Luís Montenegro, y clausurada por el presidente de la República, Marcelo Rebelo de Sousa, contabilizó más visitantes que el año anterior -más de 100.000-, así como más expositores e iniciativas, habiéndose registrado un alto nivel de satisfacción, según las encuestas realizadas durante la feria.

A la muestra asistieron el ministro de Agricultura, José Manuel Fernandes, y la ministra de Medio Ambiente y Energía, Maria da Graça Carvalho, así como varios secretarios de Estado.

El ministro de Agricultura también se reunió con el Consejo de Administración de ACOS para conocer las principales

preocupaciones y expectativas de los agricultores del Alentejo. En este sentido, esta asociación se refirió a la gestión del agua -en zonas de regadío y de secano-, a la Política Agraria Común (PAC), al cambio climático y al apoyo imprescindible para la dinamización de las actividades económicas y sociales en el medio rural.

Concurso de AOVE

Entre otras muchas iniciativas, la 40ª Ovibeja celebró el XIII Concurso Internacional de Aceite de Oliva Virgen Extra-Premio CA|Ovibeja cuyos premios se entregaron en un acto que tuvo lugar durante el evento. La edición de este año del concurso recibió 113 muestras de aceite de oliva virgen extra de nueve países, aunque la mayoría de los AO-

VEs procedían de Portugal y España. El objetivo de este certamen es fomentar la apuesta por la calidad del AOVE, incrementar su consumo y conquistar mercados internacionales.

Los miembros del jurado, presidido por el catedrático José Gouveia, procedieron también de nueve países y se reunieron en Beja los días 11 y 12 de abril para evaluar los aceites participantes.

El incremento de la calidad de las muestras que compitieron en el concurso fue el principal plato fuerte de esta edición. Gouveia destacó que han sido AOVES excelentes "que consiguieron puntuaciones de más de 90 puntos, sobre un máximo de 100, lo que es realmente extraordinario".

En concreto, el XIII Concurso Internacional de Aceite de Oliva Virgen Ex-



Ovibeja acogió la entrega de premios del XIII Concurso Internacional de Aceite de Oliva Virgen Extra-Premio CA | Ovibeja.

tra-Premio CA|Ovibeja reconoció a varias empresas españolas en las categorías de Frutado Maduro, Frutado Verde Ligero, Frutado Verde Medio y Frutado Verde Intenso.

Así, en la categoría de Frutado Maduro destacó Pago de Peñarrubia, con una Mención de Honor; mientras que en la modalidad de Frutado Verde Ligero Goya en España se alzó con una Me-

dalla de Plata; y en la de Frutado Verde Medio Aceites Oro Bailén Galgón 99, S.L.U. y Muela-Olives obtuvieron sendas menciones de honor.

Asimismo, en la categoría de Frutado Verde Intenso Muela-Olives recibió dos menciones de honor.

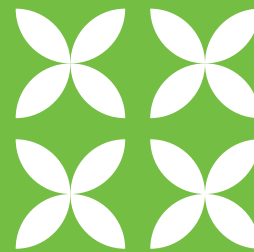
Además de AOVEs españoles, resultaron reconocidos en este concurso -organizado por ACOS, con el apoyo de

Casa do Azeite y el patrocinio exclusivo de Crédito Agrícola- zumos procedentes de Portugal, Italia, Grecia e Israel. A su vez, en la categoría de Hemisferio Sur fueron premiados varios vírgenes extra de Brasil.

Desde la organización avanzaron que la próxima edición de Ovibeja se celebrará del 30 de abril al 4 de mayo y que Azores será la región invitada en 2025. 🟡



Na natureza do seu negócio.



Projetos de Investimento



Projetos de Inovação



Gestão Industrial



Planeamento Estratégico



Gestão de Informação



Estudos Setoriais



Gestão da Sustentabilidade



Comunicação e Disseminação





La XXII Feria del Olivo de Montoro apuesta por un nuevo formato más profesionalizado



La XXII Feria del Olivo de Montoro, que tuvo lugar entre el 7 y el 9 de mayo en el recinto del Patrimonio Comunal Olivarero, volvió a recibir -como ya ocurrió en la edición anterior- reiteradas quejas por parte de los escasos expositores debido a la falta de público. Una edición en la que lo único destacable, a juicio de visitantes y expositores, fueron las Jornadas Técnicas celebradas bajo el lema "Olivicultura y Elaiotecnía 4.0".

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

Las instalaciones del Patrimonio Comunal Olivarero Montoro acogieron la principal muestra de la provincia de Córdoba en torno al olivar y al aceite de oliva que contó con más de medio centenar de expositores. En esta edición, las empresas presentes mostraron las nuevas técnicas aplicadas al olivo tales como drones, tratamiento de imágenes satélite, monitorización telemática de riegos y tratamientos fitosanitarios, nuevos sistemas de recolección, avances aplicados en las almazaras o la optimización automática del proceso de extracción.

Y es que la muestra identificó la transformación digital como "irreversible y transversal", aplicable tanto a los sistemas de cultivo -tradicional, intensivo o en

seto, de secano o regadío, de montaña o campiña- como a los procesos de transformación en la agroindustria, ya sea en las almazaras cooperativas, industriales y pequeñas o grandes fábricas.

La inauguración oficial de la XXII Feria del Olivo de Montoro contó con la participación de la alcaldesa de Montoro, Lola Amo; el vicepresidente de la Diputación de Córdoba, Félix Romero; el delegado territorial de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía en la provincia de Córdoba, Francisco Acosta; la subdelegada del Gobierno de España, Ana López Losilla; la vicerrectora de Innovación y Transferencia de la Universidad de Córdoba (UCO), Lourdes Arce; el presidente de Caja Rural de Jaén, Juan Núñez Pérez; el presidente de la Fun-

dación Patrimonio Comunal Olivarero, Rafael Sánchez de Puerta; y el director ejecutivo del Consejo Oleícola Internacional (COI), Jaime Lillo. No obstante, el corte de cinta de la feria fue realizado por los responsables de dos empresas que cuentan con sede en Montoro: Benito Castillo, director técnico de Centrifugación Alemana, y José Ramón de la Rosa, gerente de Industrias de la Rosa.

La alcaldesa de Montoro, Lola Amo, valoró "muy positivamente" esta edición renovada, en la cual se apostó "por un formato más profesionalizado respondiendo a las demandas de los expositores, poniendo en marcha un servicio de atención permanente para que la feria fuera provechosa para las empresas".

A la muestra también acudió el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación,



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



Autoridades en la inauguración de la XXII Feria del Olivo de Montoro.



Corte de cinta.

Luis Planas, quien subrayó que la innovación y la tecnología juegan un papel fundamental para el futuro del olivar, tanto para la competitividad del sector como para la protección del medio ambiente y el mantenimiento del tejido social y económico de amplias zonas rurales.

Durante su recorrido por la feria, Planas visitó el stand de Grupo Editorial Mercacei, donde su CEO, Juan A. Peñamil, le mostró el amplio portfolio de publicaciones desarrolladas por el Grupo.

Asimismo, durante las tres jornadas de la feria, los visitantes pudieron acudir al Salón del Aceite de Oliva Virgen Extra, en el que pudieron degustar los 100 mejores aceites de oliva vírgenes extra del mundo que han participado recientemente en los EVOOLEUM Awards, lo que supuso “una oportunidad única para

probar, catar y disfrutar de múltiples variedades de un importante número de países”, según resaltó el director de la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO), José María Penco. El salón contó con asistencia técnica por parte de catadores profesionales que explicaron al visitante los diferentes matices de los aceites presentes.

La feria, organizada por el Ayuntamiento de Montoro, en colaboración con la Universidad de Córdoba (UCO), la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO), el Club Recreativo Ilígora, el Consejo Oleícola Internacional (COI), la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero, contó con el patrocinio de Caja Rural de Jaén, la Junta de Andalucía -a través de los fondos FEADER de la Unión Europea- y la Diputación de Córdoba.

Jornadas técnicas

Como es habitual, la Feria del Olivo de Montoro acogió la celebración de sus tradicionales Jornadas Técnicas, que en esta edición se dedicaron a la “*Olivicultura y Elaiotecnía 4.0*” y donde se analizaron las principales novedades digitales del sector del olivar y el comportamiento

de los consumidores ante la evolución de los precios de los aceites de oliva.

Las jornadas -organizadas por el Ayuntamiento de Montoro y AEMO- fueron diseñadas en colaboración con la UCO, el IFAPA, el CSIC y el COI.

El miércoles 8 de mayo tuvo lugar el primer día de las jornadas dedicado a “La olivicultura 4.0”. En concreto, la primera mesa se centró en “Las plantaciones del futuro. Densidades óptimas y nuevas variedades” -moderada por Javier Hidalgo Moya, del Centro IFAPA Alameda del Obispo- y en ella participaron Teresa Carrillo, directora del Departamento de I+D+i de BALAM Agriculture; Felipe Oliva, director técnico de Todolivo; Manuel López, director de AGR España; y Cristóbal Sánchez, delegado de Andalucía de Agromillora. Los ponentes detallaron cuáles han sido las características históricamente fundamentales que se han seleccionado en la mejora genética. Explicaron que inicialmente se buscaron: reducido vigor, productividad y rendimiento graso, y precocidad en la maduración; si bien esos argumentos se completan en la actualidad con variedades que tengan características sensoriales diferenciales, resistencia a la sequía y crecimiento vegetativo, además de facilitar la poda automatizada. Por otra parte, cada productor indicó la variedad más adecuada y la densidad para secano y regadío.



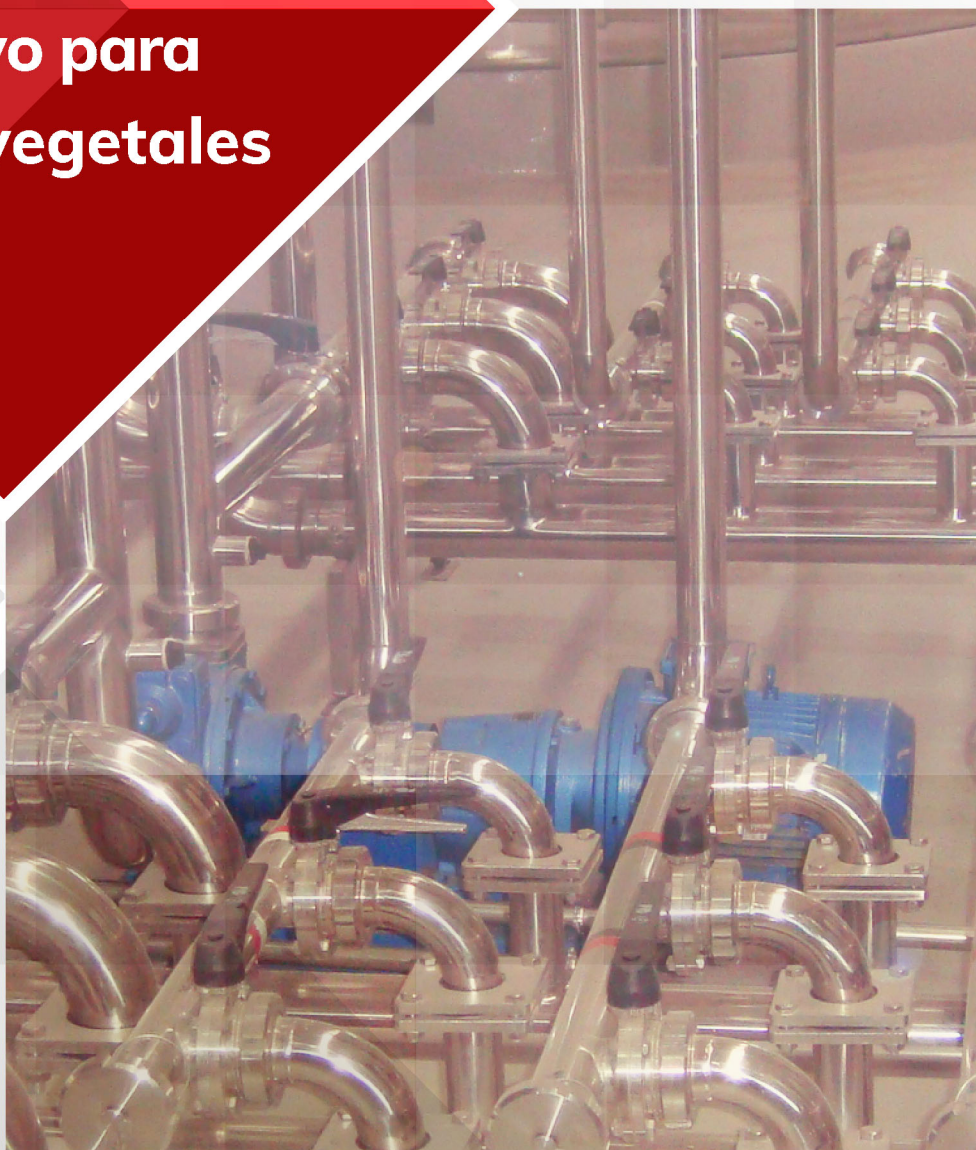
**Bombas de aletas
de desplazamiento
positivo para
aceites vegetales**



bombas

TRIEF

desde 1967



DESDE 1967

DISEÑO Y FABRICACIÓN DE BOMBAS



ventas@bombastrief.es
bombastrief.es



(+34) 944 416 238



Lutxana Asua Errepeidea, 26
48950 Erandio, Bizkaia



Visita del ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, a la feria, donde también conoció las publicaciones de Grupo Editorial Mercacei.

Posteriormente, tuvo lugar la mesa sobre “Apoyo de la digitalización en las técnicas de cultivo: poda, riego, manejo del suelo, fitosanitarios y abonado” –moderada por Juan Antonio Polo, jefe del Departamento de Tecnología del Aceite de Oliva y Medio Ambiente del COI- y que contó con las intervenciones de los investigadores Gregorio Blanco, de la UCO; José Antonio Jiménez Berni, del Instituto de Agricultura Sostenible (IAS-CSIC); y Daniel Pérez, del Centro IFAPA Alameda del Obispo. En ella se realizó una exposición de la evolución que ha tenido la mecanización en cosecha, desde la búsqueda de la mecanización del olivar intensivo en vaso e incluso tradicional, hasta las cosechadoras de seto, así como los distintos prototipos estudiados. También se habló de las características que deben tener los setos para realizar una correcta poda y sus posibilidades de mecanización.

La mesa relativa a las “Aplicaciones digitales para la toma de decisión del momento óptimo de recolección: NIRs, RGS” -moderada por Raúl de la Rosa Navarro, del IAS-CSIC- contó con la presencia de Carmen Capiscol, responsable de I+D+I de Citoliva-Proyecto Behtool; y Francisco Alcántara, gestor de proyectos de AEMO, que mostraron las evidencias empíricas en ensayos para la selección del momento óptimo de recolección en base al rendimiento graso sobre seco y la influencia de ese parámetro en la intensidad productiva en las almazaras y la calidad del aceite de oliva, así como la necesidad de su automatización. También se abordó la aplicación de la



Salón del Aceite de Oliva Virgen Extra.

Inteligencia Artificial para el modelado de un método predictivo que permite conocer el momento óptimo de la recolección y consideraron que la aplicación de la IA revolucionará la toma de decisiones en la recolección.

La última mesa desarrollada durante el 8 de mayo fue “Modelos de predicción de cosecha y de establecimiento del precio del aceite de oliva en los equilibrios del mercado” -moderada por José M^a Penco, director de AEMO-, en la que intervinieron los investigadores Raúl de la Rosa, del IAS-CSIC; Ignacio Lorite, del Centro IFAPA Alameda del Obispo; y Joaquín Olivares, de la UCO. En esta mesa se habló acerca de la inestabilidad que históricamente acompaña a las cotizaciones en origen del aceite de oliva, lo que crea graves distorsiones y dificulta las decisiones empresariales a corto y medio plazo. Basándose en factores climáticos, agronómicos, comerciales, de disponibilidad, reservas hídricas, etc. plantearon, con el uso de la IA y modelos matemáticos, la creación de un modelo predictivo que permita predecir el rango de precio más probable para el aceite de oliva.



Mesa sobre las plantaciones del futuro.

El jueves 9 de mayo se celebró el segundo día de las jornadas dedicado en este caso a “La elaiotecnía 4.0”. La primera de las mesas se centró en “Automatización y clasificación en la recepción de la aceituna. Patios inteligentes”. Moderada por Gabriel Beltrán, del Centro IFAPA Venta del Llano, en ella participaron Luis Manuel Barrera, responsable de Negocio de Aceituna de FOSS Iberia; Pedro Martínez, director gerente de IMS Control Industrial; y Francisco Hidalgo, del Instituto de la Grasa (IG-CSIC), quienes expusieron que el proceso de extracción hace décadas que se encuentran automatizado, sin embargo, la automatización en el patio se llevó a cabo con posterioridad. Explicaron que a través de tecnología NIR y visión artificial es posible clasificar lotes de aceituna atendiendo al rendimiento graso, al estado sanitario y a la acidez repercutiendo inmediatamente en la calidad del aceite extraído y en facilitar la extracción mediante la clasificación en lotes de molturación más homogéneos. A su vez, detallaron que se está trabajando en la monitorización, en el fruto de aceituna, de parámetros





Mesa sobre apoyo de la digitalización en las técnicas de cultivo.



Mesa sobre aplicaciones digitales para la toma de decisión del momento óptimo de recolección.

como MOSH-MOAH y polifenoles totales, lo que permitirá una clasificación en tolva que facilita la obtención de aceite de oliva con un amplio abanico de los requerimientos que el cliente solicite.

A continuación, la mesa "Automatización y optimización de la extractabilidad y la calidad en el proceso de molturación. Procesado inteligente" -moderada por Fernando Martínez (IG-CSIC)- con-

tó con la presencia de Ramón Gilabert, ingeniero de Gesca Automatismos; Antonio López, responsable de Automatización y Digitalización del Centro de Excelencia para Aceite de Oliva de GEA; y Juan Gómez, CO-CEO de ISR, quienes apuntaron que la optimización *on line* en la extracción de aceite de oliva virgen está consolidada desde el punto de maximizar la extracción. Según

pusieron de manifiesto, los sistemas de control automático de procesos están alimentándose de la toma de datos de contenido graso y humedad del analizador en continuo del orujo, humedad de la pasta, aportación de agua al decánter y otros datos de producción como temperaturas y caudal de producción del decánter. Con esta información y la aplicación de la IA junto con los valores

EFICIENCIA IE3



MÍNIMA HUMEDAD



PRODUCTIVAS



BAJO NIVEL ACÚSTICO



Separadoras Pulpa-Hueso MODELOS SPH SERIE X

PRODUCCIONES

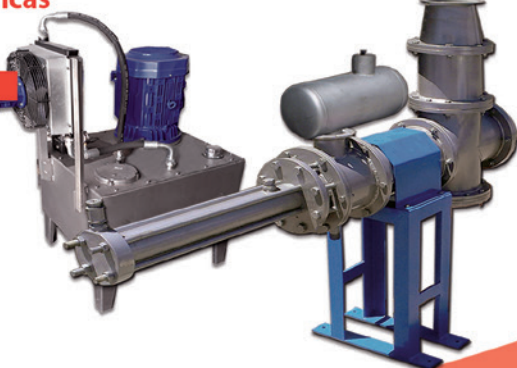
SPH25X	4.000 Kg/h
SPH30X	6.000 Kg/h
SPH40X	8.000 Kg/h
SPH50X	10.000 Kg/h
SPH75X	15.000 Kg/h
SPH100X	20.000 Kg/h



Bombas Hidráulicas MODELOS BH

PRODUCCIONES

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



Bombas Mecánicas MODELOS BM

PRODUCCIONES

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



MAQUINARIA OLEÍCOLA

40 AÑOS A TU SERVICIO.



RIVERO®

CALDERERÍA RIVERO, S.L.



Mesa sobre modelos de predicción de cosecha y de establecimiento del precio del aceite de oliva en los equilibrios del mercado.



Mesa sobre patios inteligentes.



Mesa sobre automatización y optimización de la extractabilidad y la calidad en el proceso de molturación.



Mesa sobre caracterización de la calidad del aceite antes de bodega a través de instrumentos y equipos rápidos.

de consigna seleccionados por el productor, apuntaron que se obtienen sistemas autónomos de producción autoajustable. A su juicio, queda pendiente la optimización *on line* en la extracción en base a la calidad de los aceites de oliva vírgenes extra, así como la mecanización completa de la limpieza en la línea de extracción.

La mesa sobre “Caracterización de la calidad del aceite antes de bodega a través de instrumentos y equipos rápidos. Clasificación inteligente” fue moderada por María Dolores Pérez, catedrática de la UCO, y en ella participaron Carmelo Sánchez, CEO de Terranovus; Cecilia Riccioli, Field Application Specialist-Food en PerkinElmer, Inc.; y Antonia Fernández, directora de Producción de Almazaras de Grupo Jaencoop. En esta mesa se puso de manifiesto que la versatilidad de la tecnología NIR permite aplicarla a gran variedad de industrias y etapas de los procesos. Según detallaron, en la extracción de aceites de oliva está muy extendido su uso, mientras que en bodega, desde el punto de vista de la clasificación, actualmente se mo-

nitorizan parámetros como la acidez y la humedad auxiliados por la cata para poder realizar una clasificación semi-automatizada, donde el cuello de botella de la automatización se encuentra en la cata de decantadores previo a su envío a bodega. El reto futuro, según indicaron, sería poder utilizar la tecnología NIR para automatizar completamente la clasificación de aceites.

Posteriormente, en la mesa “Uso de nuevas tecnologías en la comunicación y comercialización del aceite de oliva” -moderada por el consultor Cruz Guijarro- participaron Adrián Castro, CEO de Aceites Renacer; Juan Antonio Parrilla, asesor científico técnico de Picualia; y Alfonso J. Fernández, empresario, gastrónomo, experto catador y sumiller, que expusieron que la irrupción de la IA y la tecnología *blockchain* han provocado un cambio en la comercialización y gestión de la seguridad alimentaria y de trazabilidad en los productos agroalimentarios. Según afirmaron, la alimentación de la IA con datos sobre la segmentación de clientes, canales de comunicación, tendencias de hábitos de compra y de

vida, permiten personalizar la venta de aceite de oliva virgen extra como jamás se había hecho hasta ahora, y todo ello con una inversión razonable, tanto en formación como en tecnología.

La jornada del 9 de mayo finalizó con una mesa redonda moderada por el CEO de Grupo Editorial Mercacei, Juan A. Peñamil, en la que se analizó la “asombrosa reacción del consumidor en las campañas 2023 y 2024”. En ella participaron Francisco de Mora, presidente de la Cooperativa Luentina; Juan Carlos Marín, Responsable de Mercado en Alcampo; Fernando Pérez Tabernero, National Account Director en Deoleo; y José M^a Penco, director de AEMO. Todos ellos ofrecieron su opinión respecto a qué obedece la vertiginosa subida del precio del aceite de oliva; cómo definirían la respuesta y reacción del consumidor ante estos precios tan elevados; y qué hay de verdad en los constantes mensajes difundidos en los medios de comunicación acerca de que el aceite de oliva es caro y que los productores y envasadores se están aprovechando de esta situación



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.

Mesa sobre uso de nuevas tecnologías en la
comunicación y comercialización del aceite de oliva.



“para hacer caja”, entre otras cuestiones. Según remarcaron, las dos últimas campañas se han visto lastradas por dos de las tres menores producciones de aceite de oliva del siglo XXI. Esta situación, hasta ahora completamente anómala, ha venido acompañada por precios nunca vistos en todas las categorías de aceite de oliva. A su vez, afirmaron que la elasticidad necesaria del mercado en términos de precio/demanda se comportó de manera lógica hasta que, incluso con precios inimaginables, no se ha podido doblegar la demanda del consumidor. Según señalaron, la fidelidad del consumidor ha sido un hecho absolutamente inverosímil que ha sorprendido tanto a productores como *retailers*, ya que este producto históricamente ha sido considerado un *commodity* por parte

Mesa sobre la reacción del consumidor
en las campañas 2023 y 2024.



de la gran distribución. Además, se reflexionó sobre la lección del consumidor y si en escenarios de cosechas medias se podría dar un precio que permita que todos los eslabones de la cadena sean rentables.

Reconocimientos de la feria

La clausura de la XXII Feria del Olivo de Montoro tuvo lugar con la entrega de sus premios “Innovación Tecnológica”, “Trayectoria Empresarial” y a la Calidad de los Aceites de Oliva Vírgenes Extra, así como con el reconocimiento al Club Ilígora, fundador de la muestra hace 40 años.

En concreto, el ganador del “Concurso de Innovación y Transferencia Tecnológica” fue el sistema “Digitaliza-



Entrega de los Premios AEMO 2024 y los Premios VALÓVE



Galardonados en los Premios AEMO 2024.

Acula-Ventas de Huelma (Granada), municipio de la asociación. El jurado valoró “de manera extraordinaria las instalaciones de esta empresa familiar ubicada en pleno corazón de Sierra Nevada”. De este complejo agroindustrial, gastronómico y turístico se considera relevante “el manejo esmerado de la producción con especial cuidado en la calidad de la aceituna entrante, tiene especial importancia las bajas temperaturas utilizadas, así como la absoluta limpieza de todas las salas y muy especialmente, el escrupuloso sistema de selección y clasificación de sus aceites en bodega”. El premio fue recogido por Juan de Dios García Casas, propietario y co-fundador de O-Med.

El Premio al Mejor Maestro de Almazara de España 2024 recayó en Antonio Jesús Mérida Jiménez, jefe de producción de la SCA Olivarrera La Purísima, cuyo aceite se comercializa bajo la marca *El Empiedro*, perteneciente a la DOP Priego de Córdoba, municipio de AEMO. El jurado destacó su “escrupulosa labor y cómo su pasión se termina transmitiendo en el magnífico aceite virgen extra que obtiene la almazara en premios internacionales”. Se trata de la segunda vez que AEMO entrega este galardón a Antonio Jesús Mérida. Este premio cuenta con el patrocinio de Caja Rural de Jaén.

También se otorgó un accésit especial a Cuadrat Valley SLU, cuyo aceite se comercializa bajo la marca *Elixir*, de Juncosa (comarca de Les Garriges, Lleida), municipio de AEMO. El jurado resaltó la excepcionalidad arquitectónica de este moderno molino contemporáneo construido sobre terrazas apoyadas en muros de piedra seca de forma que se integra completamente, y de forma natural, en el paisaje original, perteneciente a la DOP Les Garriges.

Por su parte, el Premio AEMO al Mejor Olivo Monumental de España 2024 fue para el olivo recuperado de Cerverá del Maestre, propiedad de la Fundación Cayac-Maestrazgo, localizado en Baix Maestrat, en la provincia de Castellón. El olivo se encuentra en el paraje de la Laguna y su origen coincide plenamente con el siglo X, el periodo musulmán donde se cree que fue plantado. El jurado valoró “la majestuosidad de este ejemplar iconizada en su gran copa de gran diámetro y confirmada por un tronco de gran perímetro y belleza del cual surge una rama quebrada y antigua que escenifica el paso de los siglos por este árbol monumental”. Este olivo ha sido recuperado y puesto en valor por los dueños de la finca.

Finalmente, AEMO también entregó sus premios a la Difusión de la Cultura del Olivo 2024. En este caso, el primer premio fue para “*Botellas con alma*”, de Almazaras de la Subbética; el segundo premio fue para “*Oleotur Cazorla*”, de Aceites Cazorla SCA; y el tercer premio fue para la Asociación Española de Maestros de Almazaras (AEMODA), por sus actividades divulgativas desarrolladas en 2023.

Premios VALÓVE

Por su parte, los Premios VALÓVE -organizados por el Grupo de Desarrollo Rural del Medio Guadalquivir y la Asociación para la Promoción y Articulación del Sector del Aceite de Oliva del Valle del Guadalquivir- celebraron su duodécima edición y se otorgaron bajo esta denominación, que es el distintivo de calidad de esta entidad que aglutina a 16 almazaras del Valle del Guadalquivir.

Los aceites ganadores fueron los presentados por Aceites Prieto Reina-Almazara Pago Las Monjas, de Montoro, en la categoría Frutado Verde Intenso; Aceites Estrella del Guadalquivir, de Villa del Río, en la categoría Frutado Verde Medio; y Olepalma SAT, de Palma del Río, en la categoría Frutado Maduro.

También se reconoció la labor de José Correas Gallardo, maestro de almazara de Aceites Jesús Nazareno (Bujalance) durante más de 30 años, siendo esta su última campaña.



Premios VALÓVE.

El resto de aceites premiados en este concurso fueron los procedentes de Molino Las Tinajas, de Cañete de las Torres (segundo premio) y Aceites de Oliva del Sur, de Bujalance (accésit), en la categoría de Frutado Verde Intenso; de Aceites Virgen de la Torre, de La Victoria (segundo premio) y Aceites La Unión SCA, de Bujalance (accésit), en la categoría Frutado Verde Medio; y de la SCA Jesús Nazareno, de Bujalance (segundo premio), y Aceites de Oliva del Sur, de Bujalance (accésit), en la categoría Frutado Maduro.



Galardonados en los Premios de la XXII Feria del Olivo de Montoro.

tion & Management 5.0" de IMS Control Industrial, un galardón que recogió Pedro Martínez, director gerente de la compañía.

A su vez, Industrias Barraza S.L. fue reconocida con el premio a la trayectoria empresarial, un galardón que recogió Bernardino Sánchez Roper, gerente de la firma.

En cuanto al XIII Concurso Internacional de Calidad de Aceites de Oliva Virgen Extra "Pedro León Mellado", en la edición de este año fueron premiados los vírgenes extra *Oro Bailén Arbequina*, de Aceites Oro Bailén Galgón 99 (primer premio); *Lucentina*, de la Cooperativa Olivarera de Lucena (segundo premio); y *Vieiru*, de Almazara As Pontis

(tercer premio), en la categoría de Frutado Maduro.

En cuanto a la categoría Frutado Verde, el ganador fue el AOVE *Rincón de la Subbética*, de Almazaras de la Subbética; mientras que el segundo premio fue para *Oro Bailén Picual*, de Aceites Oro Bailén Galgón 99; y el tercer premio fue para *Knolive*, de Knolive Oils. 🟢

Magusa, tu mano derecha desde 1975



Con más de 45 años de experiencia en el sector oléícola, 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:

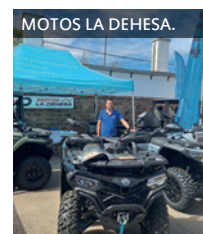
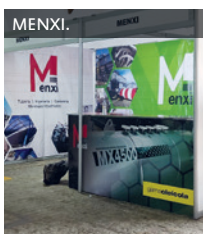
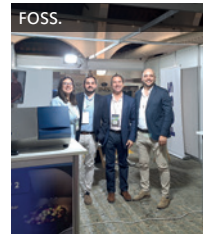
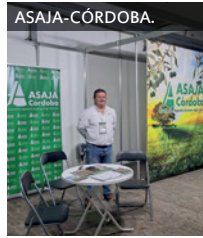
P.I. Domenys II. C/ Enología, 3-4.
08720 Vilafranca del Penedès. Barcelona. Spain
Apdo. correos 208 | Tel. (+34) 93 892 26 98 | magusa@magusa.es
www.magusa.es

MAGUSA
maquinaria oléicola





Galería de expositores





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





Oleoturismo, precios y cambio climático, a debate en el Congreso Nacional de Aceite de Oliva de Portugal



El Centro de Estudios y Promoción del Aceite de Oliva del Alentejo (CEPAAL) organizó el pasado 17 de mayo la 7ª edición del Congreso Nacional del Aceite de Oliva en colaboración con la Cámara Municipal de Valpaços, que se desarrolló en el marco de la Feria Nacional de Olivicultura-Olivalpaços. Se trata de un importante foro nacional de debate y un punto de encuentro entre profesionales que reunió a más de 200 representantes del sector, así como a más de 20 ponentes y expertos de reconocido prestigio nacional e internacional que abordaron tres grandes temas: oleoturismo, el precio del aceite de oliva y el cambio climático.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

El programa del congreso incluyó una sesión inaugural a cargo del presidente de CEPAAL, Gonçalo Morais Tristão, el presidente de la Cooperativa de Olivicultores de Valpaços, Paulo Ribeiro, y el presidente de la Cámara Municipal de Valpaços, Antonio Joaquim de Medeiros, varias mesas redondas, presentaciones y una conferencia magistral. Todo ello estructurado en torno a tres grandes paneles: "Oleoturismo, una realidad"; "Precio del aceite de oliva: mitos y tabúes"; y "Cambio climático, el futuro hoy".

En su intervención durante la inauguración, Gonçalo Morais Tristão reveló que a pesar del aumento exponencial del precio del aceite de oliva a lo largo de 2023, el consumo sólo registró una

caída del 11% en el mercado nacional, "lo que da fe de la resiliencia del consumidor portugués, que continúa prefiriendo la grasa más saludable para el ser humano". También subrayó la importancia del sector olivarero para la economía nacional, con una producción que se ha quintuplicado desde el año 2000 y unas exportaciones que se han multiplicado por 12, superando el umbral histórico de los 1.000 millones de euros en 2023.

En cuanto a las oportunidades y desafíos a los que tiene que hacer frente el sector, se refirió a la valorización del patrimonio olivícola a través del desarrollo del oleoturismo, dada la enorme riqueza y diversidad de paisajes que tiene Portugal; al equilibrio que es necesario encontrar en la ecuación del precio del aceite de oliva; y al cambio

climático. A su vez, Gonçalo Morais Tristão instó al Gobierno a reducir los obstáculos a la actividad y ayudar a promover una cultura de excelencia del aceite de oliva nacional.

El presidente de CEPAAL también hizo un llamamiento al Gobierno para desbloquear el papel de la Asociación Interprofesional de la Industria del Aceite de Oliva (AIFO) para que este organismo pueda obtener la financiación necesaria con el fin de impulsar y acelerar la valorización y promoción del aceite de oliva nacional en el mundo.

El oleoturismo, oportunidad para poner en valor la marca Portugal

El director gerente de la Fundación del Olivar, Javier Olmedo, inició el primer



Sesión inaugural del congreso.

trapanel, diversos congresos o acciones de formación y sensibilización.

Posteriormente, se celebró una mesa redonda -moderada por el presidente de CEPAL- que contó con la intervención de Agostinho Peixoto, de la Entidad Regional de Turismo de Oporto y Norte de Portugal (ERT); Ana Carrilho, de Esporão; Francisco Dias, del Instituto Politécnico de Leiria; Hugo Fonseca, de Quinta da Pacheca; Javier Olmedo, de la Fundación del Olivar; João Paulo Magalhães, de Quinta do Ventozelo; y José Santos, presidente de la Entidad Regional de Turismo del Alentejo y Ribatejo. Los distintos participantes elogiaron el papel del aceite de oliva en la dieta portuguesa, que combina una vertiente mediterránea y otra atlántica, y resaltaron la necesidad de crear una estructura en la que deben participar los distintos actores públicos y privados para destacar el olivar nacional en el contexto del turismo (el mayor sector económico del mundo). Este esfuerzo, a su juicio, debe

panel dedicado al oleoturismo con una presentación dando a conocer su proyecto construido en torno a la promoción del universo del aceite de oliva y sus diversas iniciativas, entre ellas la feria Expoliva, que tendrá una nueva edición en 2025; un espacio museístico

que forma parte de la red de museos de Andalucía y que resulta imprescindible para la promoción del aceite de oliva; y el impulso del oleoturismo, aportando conocimientos y experiencias sensoriales tales como el Premio Expoliva de Oleoturismo, el POOLred, el sistema In-

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





incluir también la modernización, preparación y adaptación del sector para esta nueva oportunidad de potenciar e internacionalizar la marca Portugal en este contexto. Así, abogaron por aprovechar e incrementar el conocimiento sobre el aceite de oliva, así como la riqueza y diversidad de su cultura y patrimonio olivícola nacional; crear rutas y un *marketplace* para el oleoturismo, como forma de rentabilizar el sector; invertir en turismo de calidad en territorios marcadamente rurales, así como en una matriz que interconecte servicios y regiones; y trabajar en red.

Precios del aceite de oliva: encontrar el equilibrio, informar y comunicar

El segundo panel dedicado al precio del aceite de oliva fue inaugurado por el director de la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO), José María Penco, que además de explicar los objetivos de la entidad, profundizó en los distintos aspectos a tener en cuenta en el proceso de formación de los precios. Penco -que desveló que en 2023 en España el 61% del olivar es de secano y el 39% de regadío- resaltó la importancia de contar con un estudio sobre los costes de cultivo que contribuya a determinar cuáles son los más adecuados para cada escenario y que, simultáneamente, permita evaluar la necesidad de cambiar el sistema de cultivo existente y determinar sus respectivos niveles de rentabilidad. Tras detallar los distintos componentes a tener en cuenta a la hora de contabilizar el coste total del aceite de oliva, José María Penco remarcó la importancia del valor del olivar de montaña y sostuvo que, a corto plazo, el aceite de oliva podría tener una valorización muy significativa en áreas de negocio relacionadas con la salud y la gastronomía. El responsable de AEMO también afirmó que es vital invertir en una comunicación que priorice la explicación de los precios y las diferencias entre los aceites de oliva.

Asimismo, tuvo lugar una mesa redonda moderada por João Luís Peixoto de Sousa, director del Jornal Vida Económica, en la que participaron Fernando



Panel dedicado al oleoturismo.



El presidente de CEPAAL, Gonçalo Morais Tristão.

Mourão Vieira, de la Cooperativa de Olivicultores de Valpaços; Francisco Ataíde Pavão, del CAP; Javier Olmedo, de la Fundación del Olivar; José Duarte, de la Cooperativa Agrícola de Moura y Barrancos; y Ondina Afonso, del Club de Productores Continente. Todos ellos explicaron que el aumento del precio del aceite de oliva que se ha registrado está relacionado con el incremento significativo de los costes de producción y el desequilibrio entre la oferta y la demanda, y añadieron que posiblemente el precio del aceite de oliva, aunque baje, no alcanzará valores similares a los de hace 3 ó 4 años, mientras que el precio justo debería situarse en torno a 6-7 euros por kilo. Tras abordar las diferencias



El director de AEMO, José María Penco.

entre las distintas regiones productoras de aceite de oliva, como el Alentejo -donde predomina el olivar intensivo de regadío- y Trás-os-Montes y Beira -donde abunda el olivar tradicional de montaña y de secano, no sujeto a mecanización-, los participantes analizaron las debilidades del olivar de montaña que se han visto agudizadas por la sequía de los últimos años y que han intensificado aún más su escasa o nula rentabilidad, por lo que es urgente decidir qué se va

a hacer con este patrimonio

y cómo ponerlo en valor

para que no desaparezca. En ese contexto, también se

concluyó que el gran desafío pasa por

construir una red nacional que aproveche el agua de

la lluvia que se pierde en el mar

y se redistribuya de manera justa y

equitativa. La respuesta

pasa también por la formación y educación sobre los precios y

los costes de producción, el oleoturismo, la comunicación del papel del olivar

en la sostenibilidad medioambiental y su inestimable contribución a la reducción de la huella de carbono, así como

su sostenibilidad social y económica, junto con la creación de mejores políticas dirigidas al sector y el fomento de la

economía circular.





Panel dedicado a los precios.

El aceite de oliva, historia de éxito empresarial de Portugal en el mundo

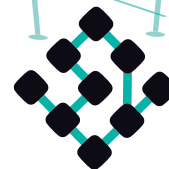
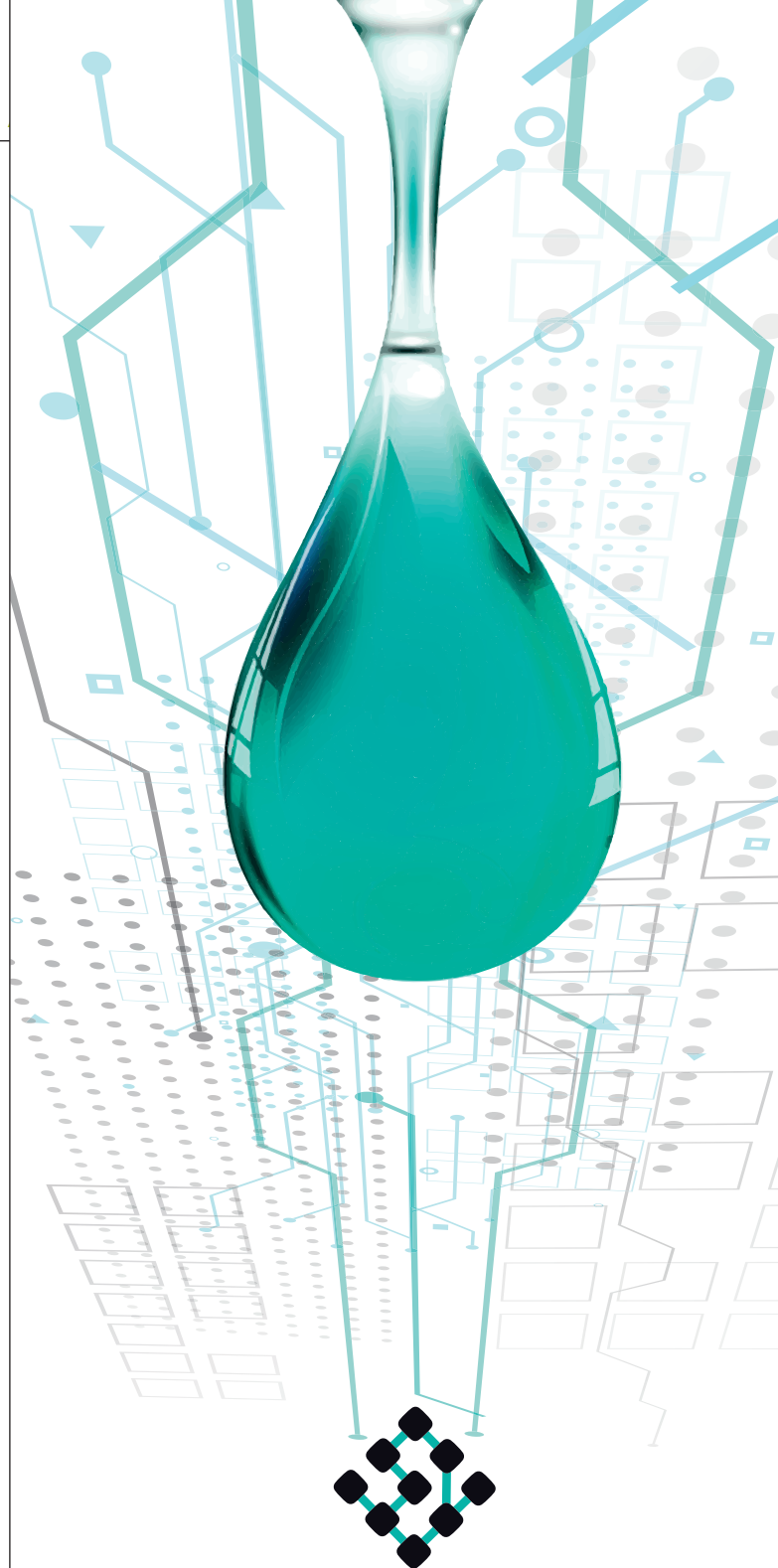
La conferencia magistral para cerrar los debates de la mañana corrió a cargo del que fuera vicepresidente económico de Portugal y ministro de Exteriores (2011-2015), además de periodista, político y académico, Paulo Portas, que destacó que el aceite de oliva es una de las mayores historias de éxito empresarial de Portugal en el mundo. Portas resaltó que la transformación del sector en los últimos años en términos de creación de valor es excepcional, lo que en gran parte se debe a Alqueva, “una obra paradigmática que protegió el país y la economía”. También recordó que Portugal ocupa el primer lugar en la lista de países con mayor producción de aceite de oliva del mundo, destacando por su calidad, y señaló la necesidad de abordar el cambio climático con realismo y teniendo en cuenta la economía.

A su vez, llamó la atención sobre la importancia de la Política Agraria Común (PAC) en el contexto europeo, y defendió que es vital desarrollar un mundo rural y un sector del aceite de oliva manteniendo una apertura en el mercado europeo y “evitando los proteccionismos para garantizar el futuro de esta región y asegurar nuestro papel en el mundo”.

Los olivares y su papel para garantizar la neutralidad de carbono

El panel dedicado al cambio climático fue inaugurado por Filipe Duarte Santos, del Consejo Nacional de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible, que realizó una presentación sobre el cambio climático y su impacto en el olivar. En su intervención, defendió que el futuro de la olivicultura en Portugal pasa por la implicación del poder político, alineado con los esfuerzos de los agricultores y apoyado en la capacidad científica que tiene Europa para mitigar la situación de emergencia climática. A su juicio, “es necesario trabajar en la adaptación al cambio climático, porque sus costes serán mucho menores que los de la inacción”.

A continuación tuvo lugar una mesa redonda moderada por Teresa Silveira, de Público/Vida Económica, en



Gesca

AUTOMATIZACIÓN INDUSTRIAL
INDUSTRIAL AUTOMATION



www.gesca.es

Úbeda - (Jaén) - España



Paulo Portas realizó la conferencia magistral del congreso.



Panel sobre cambio climático.

la que participaron Ignacio Lorite, del IFAPA; José Núncio, de FENAREG; José Rato Nunes, de la Escuela Superior de Biociencias de Elvas-Instituto Politécnico de Portalegre; Sandra Martinho, de Lasting Values; y Paula Batista, del Instituto Politécnico de Bragança. En esta mesa se abordó la importancia que puedan tener las direcciones regionales en este contexto medioambiental y la dificultad de transmitir el mensaje del papel de la economía circular en el olivar, siendo imprescindible que académicos, asociaciones, empresas y agricultores se unan y trabajen en red. La promoción de la biodiversidad en los suelos, los incentivos al pastoreo, la agricultura de precisión o la caracterización de la diversidad adaptada a los recursos hídricos se destacaron como algunos de los aspectos determinantes en este contexto. Apuntaron que el olivar tiene un papel importante en la reducción de gases de efecto invernadero, ya que ayuda a reducirlos, y como tal, este aspecto debe ser reconocido y valorado. También se remarcó que hay un largo camino por recorrer en materia de mitigación y que esto implica la adopción de instrumentos financieros y la transformación del modelo económico, así como una mejor información y un trabajo conjunto entre los distintos actores, incluidos los sectores financieros y de seguros. Tras



El ministro de Agricultura y Pesca, José Manuel Fernandes, durante su discurso.

remarcar la importancia de valorar la biomasa residual y el impacto positivo de la reducción de las emisiones de carbono en el aumento de la eficiencia de la producción, este panel concluyó que “el cambio climático es más que una cuestión de sostenibilidad, es una cuestión empresarial”.

Finalmente, la sesión de clausura estuvo presidida por el ministro de Agricultura y Pesca, José Manuel Fernandes, y contó con la presencia del presidente de la Cámara Municipal de Valpaços, António Joaquim de Medeiros; y el presidente de la CAP, Álvaro Mendoça e Moura.

Fernandes, que felicitó al CEPAAL por la iniciativa que consideró decisiva para la unión de los distintos territorios en un sólo objetivo y demandas comunes, reveló que el Gobierno anunciará un plan para el almacenamiento y suministro eficiente de agua, “una medida decisiva para el sector que viene luchando estos últimos años contra la sequía”.

Tras señalar que Portugal es autosuficiente en la producción de aceite de oliva, un hecho que consideró muy relevante en el contexto del objetivo de reducir el déficit agroalimentario nacional, José Manuel Fernandes aseguró que Portugal dispone de muchos recursos que le permitirán acelerar el desarrollo rural, al tiempo que afirmó que el Gobierno apuesta por impulsar la producción nacional de aceite de oliva y promover la diversificación de la comercialización hacia más y nuevos mercados.

Además, el titular de Agricultura portugués garantizó el apoyo de su Ministerio a la actuación de las organizaciones interprofesionales en el contexto de la internacionalización y consideró que es necesario aprovechar y valorar la rica diversidad del territorio nacional y el valor añadido que ofrece el medio rural. 🍷



weberfloor PAICRETE 3C

Suelos que pisan fuerte

Poliuretano-cemento para pavimentos de alta exigencia en industria agroalimentaria



Máximas resistencias mecánicas y químicas



Propiedad antimicrobiana



Para aplicaciones de máxima exigencia higiénica



Resistencia choques térmicos



Nos comprometemos a construir mejor para las personas y el planeta





Divulgación científica, negocio y gastronomía, platos fuertes de Futuroлива 2024



La decimotercera edición de Futuroлива cerró sus puertas en Baeza (Jaén) con un balance “muy positivo que la consolida como una de las ferias más importantes de Andalucía”, según destacaron sus organizadores, que apuntaron que la muestra recibió la visita de miles de visitantes. En la feria -que se llevó a cabo del 23 al 25 de mayo- hubo espacio para la divulgación científica sobre el olivar, a través de las diferentes jornadas celebradas; para los negocios, de la mano de las empresas participantes; y para la gastronomía, con la organización de catas, degustaciones, *showcooking*s y la final del concurso FuturoChef.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

La 13ª edición de Futuroлива se celebró 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.

Sebastián Moreno, gerente de Pópulo Servicios Turísticos -entidad organizadora-, precisó que ha sido “una gran edición de Futuroлива por la trascendencia que ha tenido, así como por el número de visitantes y el volumen de negocio que se ha generado”. Además, Moreno agradeció el apoyo recibido por las instituciones, así como la apuesta de los expositores por esta nueva edi-

ción de la feria bienal del olivar que superó “los límites de nuestras fronteras, ya que este año, conocedoras del gran potencial que tiene nuestra comarca como máxima productora de AOVE, contamos con una empresa de EEUU y otra de Polonia”.

Durante los tres días que duró la muestra, numerosas autoridades visitaron el recinto ferial de Baeza para mostrar su apoyo al sector oleícola tales como la consejera de Salud de la Junta de Andalucía, Catalina García; el presidente de la Diputación Provincial de Jaén, Francisco Reyes; la delegada territorial de Agricultura, Ganadería y Alimentación, Soledad Aranda; el delegado territorial de Economía, Javier Calvente; el delegado territorial de Fomento, Miguel Contreras; el diputado

de Promoción y Turismo, Francisco Lozano; el alcalde de Baeza, Pedro Javier Cabrera; y los concejales del equipo de gobierno, entre otros. Además, durante el acto de inauguración participaron también Cristóbal Cano, secretario general de UPA-Andalucía; Esteban Momblán, gerente de Grupo Interóleo; Antonio Molina, director del Área de Negocio de CaixaBank; y Alberto del Real, vicerrector de Comunicación y Desarrollo Territorial de la Universidad de Jaén (UJA).

En el espacio expositivo -que combinó maquinaria y empresas de servicios del sector- fueron protagonistas el negocio; la divulgación científica sobre el olivar, a través de las jornadas técnicas que contaron con una gran afluencia de público; y la apuesta



ferencias “Jaén Paraíso Interior” donde se celebraron las jornadas técnicas que abordaron diversos temas de actualidad e interés para los profesionales del sector. Las jornadas se iniciaron con una conferencia sobre “El riego y la nutrición del futuro del olivar”, de la mano de Francisco Romero, director comercial de Fertinagro Agrovip, y Antonio Reyes, gerente de Suroлива 2000.

Posteriormente, ya por la tarde, tuvieron lugar las Jornadas de UPA sobre la “Valorización del AOVE de olivar tradicional”, donde también se explicaron las 43 medidas de respuesta del Gobierno a las inquietudes de los agricultores. En ellas participaron Cristóbal Cano, secretario general de UPA-Andalucía; David Erice, del Departamento Técnico de UPA Federal; y Manuel Parras, catedrático de la UJA y presidente de la IGP Aceite de Jaén. La jornada del día 23 se cerró con las intervenciones de Rafael López Uceda, director técnico de IADA Ingenieros; Francisco Carmona, CEO

por la gastronomía y el aceite de oliva. Así, la feria cerró con una participación de más de 150 expositores de maquinaria y material agrícola, institu-

ciones, empresas de servicios y marcas de AOVE.

La feria del olivar tuvo varios espacios diferenciados como la sala de con-

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





de Carmonagro; y Mercedes Uceda, bióloga y directora de Calidad y Subproductos de IADA Ingenieros, que hablaron sobre “Los nuevos retos del olivar, la nueva olivicultura”.

La jornada del 24 de mayo comenzó con la mesa redonda “Proyecto Almazara, Digitalización y Management 5.0”, moderada por el consultor Juan Vilar y en la que intervinieron José Zambraña, responsable del Departamento de Ingeniería de IMS Control Industrial; Pedro Martínez, director general de IMS Control Industrial; y Luis Manuel Barrera, responsable del segmento aceite de FOSS en Andalucía. Posteriormente, se llevaron a cabo las Tertulias del Olivar donde se habló sobre “Precio, producción y promoción, el ser o no ser de nuestro aceite de oliva”. En este debate -moderado por el periodista Manuel Expósito- participaron Lucía Serrano, presidenta nacional de Infaoliva; Rafael Sánchez de Puerta, director general de Dcoop; Carlos Jiménez, director de operaciones de Acesur; y Esteban Momblán, gerente de Grupo Interóleo.

Durante la tarde tuvo lugar la X Jornada de Difusión Tecnológica de la mano de la UJA y Nutesca bajo el título “Prototipo de sistema para la predicción temprana de la cosecha de olivar (PREDIC I)”, a cargo de Francisco Feito Higuera, catedrático del Área de Lenguajes y Sistemas Informáticos de la Universidad de Jaén, y María Isabel Ramos Galán, profesora de Ingeniería Cartográfica, Geodésica y Fotogrametría de este centro docente. Por su parte, Antonio Estévez Alcalde, ingeniero técnico agrícola y CEO de Nutesca habló sobre “¿Qué tiempo tendremos este próximo otoño, lloverá o será seco?”.

Al finalizar la jornada, los asistentes pudieron conocer las ayudas a la actividad agrícola en Andalucía, de la mano de María Rocío Moreno, ingeniera técnico agrícola por la Universidad de Córdoba (UCO) y secretaria general de PAG (Profesionales de la Agricultura y la Ganadería de Jaén).

El agua se convirtió en la protagonista de la última mesa redonda -organizada por la Asociación de Regantes de Andalucía AREDA y Banco Santander

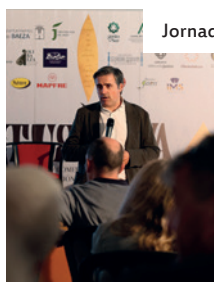
Jornadas técnicas



Conferencia sobre riego y nutrición del olivar.



Mesa sobre los nuevos retos del olivar.



Jornadas de UPA.



Mesa redonda “Proyecto Almazara, Digitalización y Management 5.0”.



Tertulias del Olivar.



Intervención de María Rocío Moreno, secretaria general de PAG.



X Jornada de Difusión Tecnológica de la mano de la UJA y Nutesca.



Mesa redonda sobre agua.

y moderada por el consultor Juan Vilar bajo el título “El agua como catalizador de innovación en la agricultura de Jaén. Gestión, optimización y reparto”. En ella participaron José Antonio Lara, director de Zona del Banco Santander en Jaén; Rafael López Uceda, director técnico de IADA Ingenieros; y Agustín Rodríguez, secretario general de AREDA.

Actividades

Los organizadores subrayaron que la apuesta por el aceite de oliva virgen ex-

tra quedó patente tanto por la presencia de más de 50 AOVEs como por las actividades celebradas en torno a este producto tales como catas y *showcookings* en los que varios cocineros de la provincia elaboraron diversos platos con el aceite de oliva como protagonista; o el concurso FuturoChef, que supuso “el broche de oro a este maridaje perfecto entre AOVE y gastronomía”.

Y es que en el espacio Gastrofuturo, ubicado en el centro del pabellón interior de la feria, se desarrollaron





En el espacio Gastrofuturoliva se desarrollaron *showcooking*s a cargo de prestigiosos cocineros.

*showcooking*s a cargo de prestigiosos cocineros que utilizaron los AOVEs presentes en la muestra para elaborar deliciosas recetas. Entre los cocineros participantes destacaron Juan Carlos García, chef con estrella Michelin del restaurante Vandelvira, de la mano de la IGP Aceite de Jaén; Alejandro Bohórquez, de Taberna La Barbería, que cocinó con productos *Degusta Jaén*; y Miguel Ángel Bueno, del restaurante La

Clave, con el AOVE *Campos de Biatia*, de la SCA Oleícola Baeza.

En este espacio gastronómico, Cristina Garrido, directora de Escuela de Cata de Aceites Los Quinientos, realizó también una cata de aceite dedicada a los escolares bajo el título "Los aromas del picual", donde detalló a los más pequeños las peculiaridades del AOVE picual y cómo distinguir sus características.

Asimismo, Futuroliva acogió la final de FuturoChef, el Concurso de Cocina Joven con AOVE que busca a futuras promesas que destaquen por el empleo del oro líquido en sus platos. Un total de seis jóvenes cocineros participaron en la final de este certamen que contó con 10 aspirantes procedentes de lugares como Taiwán, Honduras o Abu Dabi y que en la actualidad viven y trabajan en nuestro país.



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)

info@debujalance.es

www.debujalance.es



Concurso Nacional de Fotografía “La Cultura del Olivo”

En el marco de FuturoLiva también se celebró la entrega de premios del IX Concurso Nacional de Fotografía “La Cultura del Olivo”, cuyas obras estuvieron expuestas durante la feria. En total, se presentaron 136 obras fotográficas inéditas de 31 artistas de diferentes puntos de España. La obra en blanco y negro de Ángel Atanasio Rincón, de Alcázar de San Juan, titulada “In Memoriam”, se alzó con el primer premio. El segundo premio recayó en el baezano Floren Fernández Parra, con su obra “Amanecer”; mientras que el tercer premio fue otorgado a José Ramón Luna de la Ossa, de Tarancón (Cuenca), con su obra “Raíces”.

Además, este IX Premio Nacional de Fotografía “La Cultura del Olivo” contó con siete menciones especiales para José Luis Méndez Fernández, de Santa Cruz de Tenerife; Floren Fernández Parra, de Baeza (Jaén); Antonio Atanasio Rincón, de Villarubia de los Ojos (Ciudad Real); Pablo Pérez Herrero, de Urretxu (Gipuzkoa); Manuel Ortiga Castillo, de Zaragoza; Rafael Egido de la Torre, de Villanueva de Alcardete (Toledo); y Carlos Bravo Paredes, de Castellón (Comunidad Valenciana).



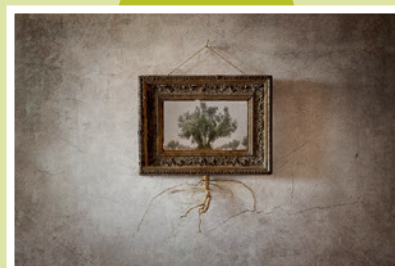
1º PREMIO



2º PREMIO



3º PREMIO



Cata impartida por Cristina Garrido, directora de Escuela de Cata de Aceites Los Quinientos.

Finalmente, se alzó como ganadora Lucía Gómez, con su plato “Crema de espárrago blanco y almendras con tartar de gamba blanca y texturas de aceite”. El segundo premio fue para Aimar Córcoles, con “Trucha de Cazorra con pipirrana de Jaén, cremoso de aceitunas y espuma de naranja cítrica”; y el tercer premio recayó en Raúl Lopera, con “Migas con coulant nixtamalizado de crema de setas a la brasa y trufa con holandesa de AOVE y uvas encurtidas”.

Por otro lado, Kalderas Cómico regaló a los asistentes un buen rato de risas



FuturoLiva acogió la final de FuturoChef, el Concurso de Cocina Joven con AOVE.

con su espectáculo “Humor entre fogones”, una actividad que contó con gran afluencia de público.

Entre las actividades paralelas, los asistentes pudieron visitar AOVELand, la innovadora almazara de Grupo Oleícola Jaén, donde también se llevó a cabo una cata de tres variedades de AOVE Premium y la degustación de productos locales.

En definitiva, “esta decimotercera edición de FuturoLiva ha cumplido las expectativas y objetivos planteados y ha conseguido posicionarse como un punto de encuentro de referencia del sector, destacando la innovación, el intercambio de experiencias y la formación, lo que supone la transferencia del conocimiento entre el sector y el mundo de la investigación”, remarcó Sebastián Moreno. 🍯



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





La Olive Oil Tasting Gallery regresa a Organic Food Iberia 2024



Organic Food & Eco Living Iberia cerró el pasado 5 de junio su edición más internacional que contó con la asistencia de alrededor de 4.500 profesionales procedentes de 56 países, así como de expositores de 28 nacionalidades, “consolidándose como el punto de encuentro profesional por excelencia del sector ecológico celebrado en la Península Ibérica”, según destacaron sus organizadores -Diversified Communications e IFEMA-. Grupo Editorial Mercacei volvió a coordinar la Olive Oil Tasting Gallery, el espacio dedicado al AOVE en el marco de la feria.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

a lo largo de los días 4 y 5 de junio, el Pabellón 4 de IFEMA Madrid se llenó con las propuestas, productos y servicios de más de 350 expositores provenientes de más de 28 países, entre los que cabe destacar la participación de embajadores y consejeros de Argentina, Nicaragua, Ecuador, El Salvador, Brasil, Honduras, Costa Rica, República Dominicana, Panamá, Reino Unido, Austria, Hungría, Túnez y EEUU.

La organización subrayó también la importante representación española, donde Comunidades Autónomas como Andalucía, Comunidad Valenciana, Castilla-La Mancha, Región de Murcia, Madrid, Navarra, Castilla y León, Galicia o Cataluña mostraron su apuesta por el segmento orgánico.

Los productos ecológicos, naturales y sostenibles en los sectores de agroalimentación, vinos, bebidas, belleza, textil, eco-packaging, salud y bienestar llenaron los pasillos de las áreas expositivas Organic Food Iberia, Eco Living Iberia, Organic Wine Iberia, Organic Fresh Iberia y Olive Oil Tasting Gallery, el área coordinada por Grupo Editorial Mercacei. Se trata de un espacio de degustación donde se pudieron catar los mejores AOVEs ecológicos de la mano de Maribel Simón, colaboradora del Grupo y catadora.

Asimismo, destacó la acogida de Bio Tech Iberia, una nueva sección dedicada a los bioinsumos e industrias auxiliares, fundamentales para avanzar en una agricultura sostenible y la mejora de la calidad de los suelos.

Los organizadores también se refirieron a la gran afluencia de empresarios,

compradores, *retailers* y profesionales a conferencias y mesas redondas de primer nivel que se ofrecieron en los auditorios Organic Talks by Bio Eco Actual y Eco Talks. El programa abordó temáticas transversales y de especial importancia para el sector, como la situación del canal especializado, las claves y estrategias para la exportación y las propuestas políticas para la sostenibilidad de cara a las elecciones europeas, así como las limitaciones en el uso de tóxicos en agricultura. Con salas llenas de público, las sesiones se convirtieron en un hervidero de intercambio de ideas y creación de sinergias entre ponentes y asistentes.

En el B2B lounge, el programa de Hosted Buyers, perteneciente a la feria y organizado por la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), promovió un total de 260 reunio-



En la Olive Oil Tasting Gallery se pudieron catar los mejores AOVEs ecológicos de la mano de Maribel Simón, colaboradora del Grupo Editorial Mercacei y catadora.

galardonados. Cabe recordar que en EcoTrama - organizado por Ecovalia y la Diputación de Córdoba, con la dirección técnica de la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO)- el Premio Especial Diputación de Córdoba, máximo galardón, fue concedido al AOVE *MO1*, de Al Alma del Olivo. Respecto al resto de categorías, *Rincón de la Subbética*, de Almazaras de la Subbética, obtuvo el premio al Mejor Frutado Verde; y Pago Francisco Gómez, de Hacienda La Serrata, se alzó o con el Premio al Mejor Frutado Maduro. Además, *Tropicual*, de Mangrove Studios, fue galardonado con el Premio "Juan Antonio Caballero" al pequeño productor al conseguir la máxima nota en su categoría.

También tuvieron lugar los premios Eco & Organic RETAIL Awards que, co-organizados con *Bio Eco Actual*, reconocen la labor de personalidades y empresas del sector retail en España y Portugal. Por primera vez, los ganadores fueron escogidos por la votación popular

nes de negocios entre las 66 empresas expositoras y los 50 compradores internacionales participantes. Así, de media, se realizaron cuatro reuniones por empresa expositora. Además, junto con las reuniones organizadas en la feria por Organic Food Iberia en colaboración con la FIAB, se llevaron a cabo 600 reuniones adicionales a través de la plataforma LIVE Connect y 60 bajo el paraguas

de la actividad Meet The Buyer, con la participación de las cadenas *bio Veritas*, Herbolario Navarro y NaturaSi.

Un año más, la Zona de Innovación fue el escaparate de las últimas tendencias, dándose a conocer el primer día los premios Eco & Organic Awards Iberia. También se entregaron los premios EcoTrama y EcoRacimo, tras los que hubo una degustación de los AOVEs y vinos

CDROxiTester

Sistema de análisis
para el control de calidad del aceite



Análisis

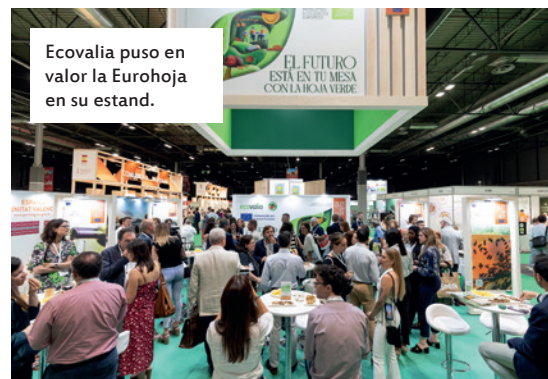
Azúcares en las Aceitunas
Índice de Acidez
Índice de Peróxidos
Polifenoles totales/índice de estabilidad
K270

 **tecnilab**[®]
tecnología analítica

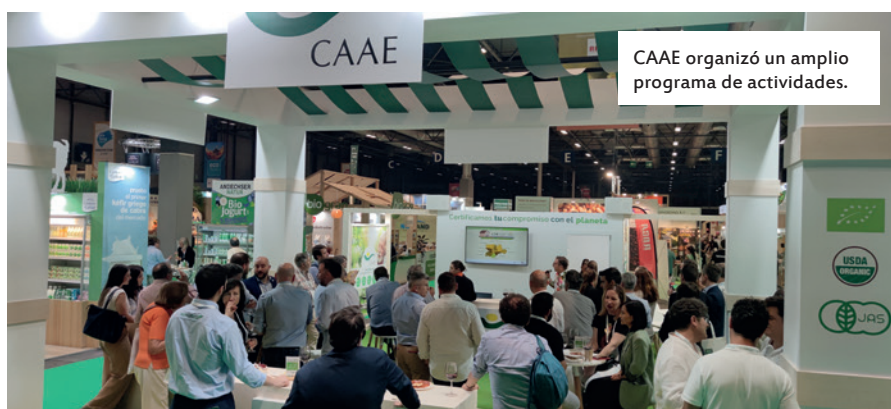
Tecnilab[®] (Soluciones integrales de laboratorio sl)
P. Ind. La Llave, C/ Cereal 34-36, Nave 1.
19170 El Casar (Guadalajara)
Email: info@tecnilab.es
Tel: +34 949 33 54 60



Organic Food Iberia acogió la entrega de los premios EcoTrama.



Ecovalia puso en valor la Eurohoja en su stand.



CAAE organizó un amplio programa de actividades.

de más de 3.000 personas: Biomarket (Mejor Tienda Independiente), Veritas (Mejor Cadena Especializada), Carrefour Alcobendas (Mejor Área Bio en Gran Consumo), Meet bio (Mejor Tienda *On line* Bio), Consejo de Agricultura Ecológica de la Región de Murcia (Caerm) (Mejor Campaña de Marketing) y Francisco Casero (Personalidad del Año).

Presencia de Ecovalia

Una edición más, Ecovalia -patrocinador principal del evento- estuvo presente en Organic Food Iberia, donde puso en valor la Eurohoja como garante de sostenibilidad económica y ambiental del medio rural, de lucha contra el cambio climático y de la producción de alimentos de calidad.

La asociación asistió a la feria con un stand propio -junto con Agrobio- vestido con "El futuro está en tu mesa con la hoja verde", la campaña conjunta que llevan a cabo ambas entidades, que estuvieron acompañadas por miembros colaboradores tanto de España -Bodegas Palomillos, Vegavilanos, Los Remedios Picasat, Bealar Azufrán, Salud e Imagen y

Miel de León- como por empresas lusas -Vira Lobos/D'Eyras, Desidrata, Banana Biológica Desidrata y Biobarroso-.

En el stand de Ecovalia se dieron cita los principales agentes del sector para hablar de las oportunidades y retos que se presentan, además de problemas como el *greenwashing*.

Durante la feria, la asociación llevó a cabo actividades, encuentros y reuniones estratégicas para los profesionales del sector, así como diferentes ponencias tales como la "Nueva normativa sobre el etiquetado, una oportunidad para luchar contra el *greenwashing*", en la que se planteó la creación de una plataforma sectorial abierta para trabajar de forma conjunta en acciones para el fomento del consumo y el desarrollo del sector, entre ellas la simplificación administrativa o las compras públicas; o "Medidas de control y adaptación al reglamento orgánico europeo". Asimismo, celebró una recepción para promocionar los productos ecológicos, que reunió en el stand a actores de toda la cadena alimentaria, representantes políticos y medios de comunicación.

El presidente de Ecovalia, Álvaro Barrera, subrayó que esta cita "reúne a todos los agentes del sector ecológico para seguir impulsando la producción ecológica. Hay que lograr alcanzar, entre todos, el objetivo de impulsar el consumo ecológico y hacer llegar a más ciudadanos los valores de los productos ecológicos".

Exportación a EEUU

Por su parte, CAAE también estuvo presente en la feria donde organizó un amplio programa de actividades en torno a un punto central: la exportación de productos ecológicos a EEUU, así como a China, Japón, Brasil o Taiwán.

La entidad de certificación contó con la colaboración de la Cámara de Comercio de España en EEUU para dar a conocer a los principales agentes del sector ecológico las oportunidades que tienen en el país norteamericano. De esta manera, las empresas contaron con un espacio propio en el que mantuvieron reuniones B2B con el representante de la Cámara de Comercio para una atención más personalizada. "Son mercados que están acogiendo de forma muy positiva los productos ecológicos españoles: vinos, aceites... EEUU, China, Japón, Brasil y Taiwán son economías con un crecimiento acelerado que las convierten en grandes potencias industriales con mucho interés en nuestros productos. Se trata de una oportunidad que nuestros clientes no pueden desaprovechar", recalcó José Manuel Adame Sánchez, director gerente de CAAE.

Asimismo, CAAE ofreció una degustación en su stand con productos ecológicos de Castilla y León que reunió a un gran número de agentes del sector, autoridades y medios de comunicación. 🍯





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



Almazara Maitino, en el nombre del padre



Almazara Maitino es mucho más que una empresa: es la materialización de un legado familiar arraigado en la pasión por la tierra y el amor por el aceite de oliva de máxima calidad. Fundada en 1996 por Ramón Agulló Bonet, un visionario dedicado en cuerpo y alma a la búsqueda de la excelencia, la historia de esta ejemplar almazara habla de esfuerzo, tradición y compromiso a lo largo de varias generaciones, con una filosofía que se mantiene inalterable: honrar la tierra, cuidar los olivos y producir aceites que reflejen la esencia del Mediterráneo.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

Ramón Agulló Bonet (Elche, 1946) nació y creció en Maitino, una de las numerosas pedanías de Elche -algo menos de un millar de habitantes-, localidad que presume de una arraigada tradición oleícola. Con tan sólo seis años, el fundador de Almazara Maitino, biznieto, nieto e hijo de agricultores, empezó a trabajar la tierra de la que nunca se separó y a la que dedicó su vida. Entre cítricos y olivos, Ramón siempre albergó la ilusión de elaborar y comercializar su propio AOVE de calidad, además de trabajar a maquila

para que los olivicultores de la zona pudiesen convertir sus cosechas en oro líquido. En 1996 nacía Almazara Maitino, fusionando tradición con innovación para crear una experiencia 100% mediterránea.

Desde sus inicios, Ramón Agulló inculcó a su familia -su esposa Lola y sus hijas Lola y Belén- y a todo el equipo de Almazara Maitino una filosofía basada en el respeto por la naturaleza, la búsqueda de la excelencia y la autenticidad. Su visión iba mucho más allá de la mera producción de aceite; para él, cada botella representaba un poderoso vínculo con la tierra, un valioso legado

transmitido durante generaciones de agricultores y expertos en el arte de la elaboración de aceite de oliva; además de una expresión de su inequívoco compromiso con la calidad.

Tras ser intervenido para extirpar un tumor cerebral en octubre de 2018, Belén Agulló, la pequeña de sus hijas, hasta entonces dedicada al mundo de la moda -la familia es propietaria de dos tiendas de ropa-, decidió coger las riendas de la almazara a pesar de no tener ningún conocimiento del sector. "La evolución de nuestra empresa se ha guiado por estos valores fundamentales, siempre con la figura de nuestro





Belén Agulló, gerente y propietaria de Almazara Maitino, en su olivar y catando AOVE.

[Almazara Maitino es el feliz resultado de una tradición familiar de pasión y dedicación plena a la tierra y sus frutos, enraizada en los valores de respeto, calidad y autenticidad, siempre bajo la figura inspiradora de su fundador, Ramón Agulló Bonet]

padre presente en cada paso que damos -afirma Belén-. Su dedicación incansable a la búsqueda de la excelencia y su compromiso con la calidad han sido la fuerza impulsora detrás de cada logro alcanzado por Almazara Maitino”.

Hoy en día, Almazara Maitino se enorgullece por mantener viva la visión y legado de su fundador, combinando la tradición familiar con la innovación tecnológica para ofrecer aceites de oliva vírgenes extra de máxima calidad. Con una filosofía que se mantiene inalterable -honrar la tierra, cuidar los olivos y producir aceites que reflejen la esencia del Mediterráneo-, la empresa es el feliz resultado de una tradición familiar de pasión y dedicación plena a la tierra y sus frutos, enraizada en los valores de respeto, calidad y autenticidad, “siempre bajo la figura inspiradora de nuestro padre, guiándonos en todo momento hacia la excelencia y el compromiso con nuestros clientes y con la naturaleza”, apunta Belén.

Más de 650 hectáreas de olivar en un entorno privilegiado

Almazara Maitino cuenta con una superficie olivarera de más de 650 hectáreas -parte de ellas de cultivo ecológico- en el municipio de Barrax, en la sierra de Albacete, en un entorno natural único, distribuidas en parcelas



Laura Gómez, encargada de ventas, y Lionel Ibáñez, técnico de producción, forman parte del equipo humano de Almazara Maitino.

que se extienden a lo largo de un paisaje pintoresco y montañoso. El clima mediterráneo de la región, junto con la composición del suelo, proporciona las condiciones ideales para el cultivo del olivo y la producción de aceite de oliva de alta calidad.

Las variedades cultivadas en la finca, denominada “Cuarto de San Antonio”, son arbequina, picual y hojiblanca. Asimismo, la empresa cuenta con otra pequeña finca de producción convencional en Elche, “Partida de Maitino”, donde se cultiva la variedad changlot real y crecen seis olivos centenarios de la variedad picual; y compra aceituna cornicabra ecológica a otra finca en Pinoso (Alicante).

El compromiso de Almazara Maitino con la excelencia y el respeto por

el medio ambiente se refleja en cada paso del proceso productivo, que controla en su totalidad, adoptando las directrices de la agricultura ecológica y elevados estándares de calidad en todas las etapas, desde la recolección temprana de las aceitunas -a comienzos de octubre- hasta el envasado y comercialización de los zumos obtenidos, que destacan por su intenso aroma y sabor equilibrado.

La producción media anual de aceitunas -tanto propias como ajenas- oscila entre 3.100.000 y 5.600.000 kilos en función de la campaña, de las que se obtienen entre 527.000 y 952.000 kilos de aceite de oliva, aproximadamente el 70% virgen extra y un 30% de aceite de oliva virgen. La empresa no vende a granel, sino que envasa toda su producción y también trabaja a maquila, molturando los frutos de los agricultores de la zona.

Tradición y tecnología de vanguardia

Las instalaciones de Almazara Maitino están equipadas con tecnología de vanguardia suministrada por algunas de las principales firmas del sector. El patio de recepción está equipado con seis tolvas de recepción de acero al carbono -cuatro de ellas con una capacidad de 20.000 kilos cada una-, cuatro cintas transportadoras con bandas alimenta-



Finca "Cuarto de San Antonio" de Almazara Maitino en Barrax (Albacete) a vista de dron.



Finca "Partida de Maitino" de Almazara Maitino en Elche (Alicante).



rias y sinfines (modelo *SFCI*) para el transporte de las aceitunas, todo ello de la firma TREiCO; una tolva de almacenamiento de alpeorujos de acero al carbono con capacidad para 80.000 kilos; y tres equipos de Remasa (despalilladora, lavadora y pesadora en continuo con software y hardware de IMS Pesaje). En la zona de recepción también encontramos un molino con rejilla contrarrotante de Peralisi para 4.000 kg./hora y dos bombas impulsoras de Talleres Espi (modelo *MI-100*).

La sala de extracción cuenta con dos decánters, uno de Amenduni (modelo *Taurus Uno*) con capacidad de 3.400 kg./hora, y otro de Peralisi (modelo *Espi 7*), con capacidad de 3.800 kg./hora; dos centrifugas verticales, una de Alfa Laval (modelo *UVPX510*) con capacidad máxima de 2.000 kg./hora, y otra de Peralisi (modelo *P6000*) para 800 kg./hora; así como una batidora de Peralisi (modelo *J*) de tres cuerpos de 2.000 kilos cada uno.

Por su parte, la bodega dispone de ocho depósitos de acero inoxidable de

[El compromiso de Almazara Maitino con la excelencia y el respeto por el medio ambiente se refleja en cada paso del proceso productivo, que controla en su totalidad]

Herpasur con capacidad para 45.000 l. cada uno y otro de la misma marca con capacidad para 11.900 l.; dos depósitos de acero inoxidable de Toscana Inox con una capacidad de 4.000 litros/unidad; y otro de la firma Secovisa con capacidad para 1.600 l. En cuanto a la maquinaria de filtración, cuenta con un filtro de tierras diatomeas de Zenitram (modelo *MAH2*) con una bomba de caudal máximo de 2.000 l./hora y otra de filtración de 1.000 l./hora; y un filtro de

placas de la misma marca de 1.000 l./hora (modelo *Abril-40*).

La sala de envasado está compuesta por una envasadora para botellas PET de cuatro brazos de la marca Ausere (modelo *HAM-4.4.5*) y otra de AUTELEC Tecnología de dos brazos (modelo *DL-290*) destinada al envasado más artesano de los AOVEs ecológicos y Premium; así como por una etiquetadora de Didac Mendez, S.L. incorporada a la envasadora Ausere.

El laboratorio, donde se llevan a cabo rigurosos controles para asegurar que cada lote de aceite cumpla con los más altos estándares de calidad, está equipado con instrumentación de alta precisión y tecnología de análisis de última generación de la firma FOSS, en concreto el analizador de aceitunas *Oli-via™*. Por último, el software de gestión, proporcionado por SB Software (Subbética de Informática y Sistemas), permite llevar un control exhaustivo de todo el proceso productivo, desde la recepción de la materia prima hasta la distribución del producto final.



Olivo centenario de la variedad picual en la finca "Partida de Maitino", en Elche.



no cuenta con una amplia gama de aceites de oliva vírgenes y vírgenes extra, comercializados en botellas de vidrio y otros formatos como latas y PET. Sus AOVes son el resultado de un proceso de elaboración artesanal arraigado en una rica tradición familiar que se remonta décadas atrás.

Comenzando por los aceites de oliva vírgenes, *Tierras de Maitino* es un zumo procedente de una selección de aceitunas maduras recolectadas en las fincas de Elche, Albacete y Pinoso, presentado en vidrio oscuro de 250 y 500 ml., y PET de 1, 2 y 5 l.; mientras que *Esencia* se obtiene de una mezcla de aceitunas verdes y maduras recolectadas a finales de octubre y principios de noviem-

"En nuestra almazara -sostiene Belén Agulló-, cada paso del proceso de producción se lleva a cabo de forma metódica, siguiendo los métodos tradicionales transmitidos de padres a hijos a lo largo de los años. Desde la recolección manual de las aceitunas hasta la extracción en frío y el envasado, cada etapa

se realiza con el amor y respeto que merece este preciado fruto de la tierra".

Amplia gama de AOVes

En su afán por trasladar a sus clientes una experiencia completa que refleje su pasión por el aceite de oliva y el estilo de vida mediterráneo, Almazara Maitino



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 Ausere S.L.

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

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

ausere@ausere.es
www.ausere.es



Instalaciones de Almazara Maitino en Elche. De izqda. a dcha., y de arriba a abajo, patio de recepción (1 y 2); zona de extracción (3, 4 y 5); y bodega (6).

bre, disponible en los mismos formatos que el anterior.

La gama de AOVEs incluye *Esencia*, un equilibrado coupage -las variedades cambian en función de cada cosecha- obtenido a partir de una selección de las mejores aceitunas verdes que es toda una invitación a descubrir los matices más sutiles del Mediterráneo, presentado en botella de cristal oscuro de 500 ml., frasca de 1 l., lata de 2,5 l. y garrafa PET de 2 y 5 l.; y *Esencia Premium*, otro intenso *blend* de picual y changlot real de singular personalidad disponible en vidrio oscuro lacado y serigrafiado en blanco de 500 ml. y 1 l., y lata de 2,5 l., que también cuenta con una versión sin filtrar (*Esencia Premium Rama*) en los mismos formatos.

Por su parte, *Esencia Ecológico* comprende monovarietales orgánicos de picual, arbequina y cornicabra certificados con el sello de calidad del Comité de Aceituna Ecológica de la Comunidad Valenciana (CAECV) que se presentan en botella de vidrio de 500 ml. y lata de 2,5 l.

Finalmente, *Sentidos Ramón Agulló* es un virgen extra ecológico 100% ho-

[“Mi padre siempre me decía que cuando vendes una botella de AOVE no sólo vendes aceite, sino cambio climático, renovación del CO₂, fauna, gastronomía, cultura, paisaje y mil cosas más”, afirma Belén Agulló]

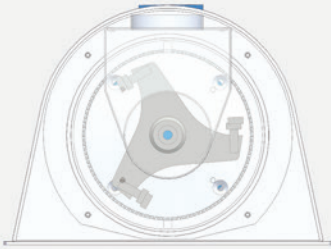
jiblanca de edición limitada y cosecha temprana que expresa lo mejor de esta tierra homenajeando la figura del fundador de Almazara Maitino -“porque el sentido de la almazara eres tú”, reza su eslogan-. Intenso y complejo, este AOVE Premium que encarna el alma y valores de esta almazara familiar se presenta en botella de vidrio transparente de 500 ml. acompañada de un elegante estuche.

Entre los premios más recientes obtenidos por sus AOVEs destacan la Medalla de Oro en el Concurso Internacional de AOVEs Ecológicos Ecotrama 2021 y 2022, Great Gold en International Awards VIRTUS Lisboa 2022 y Gran Prestigio Oro en Olivinus 2021 y 2022 (Mendoza, Argentina), por *Esencia Ecológico Picual*; Great Gold en International Awards VIRTUS Lisboa 2023 por *Esencia Ecológico Arbequina* y *Esencia Premium*; y Gran Oro en Ecotrama 2022, Prestigio Oro en Olivinus 2022, Great Gold en International Awards VIRTUS Lisboa 2022 y 2024, así como la Mención Especial al Mejor AOVE Ecológico de Pequeños Productores en Ecotrama 2022, por *Sentidos Ramón Agulló*.

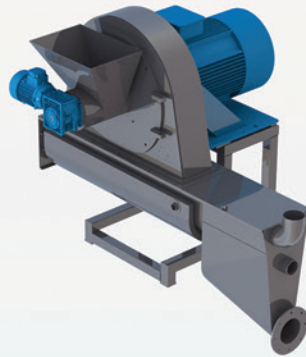
Mucho más que un envase bonito

En Almazara Maitino el diseño de los envases de sus AOVEs trasciende la simple cuestión estética para convertirse en una expresión emocional de su pasión por el arte de producir aceites de oliva excepcionales. Como señala

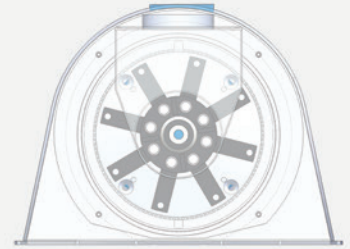
AMENDUNI



MARTILLOS



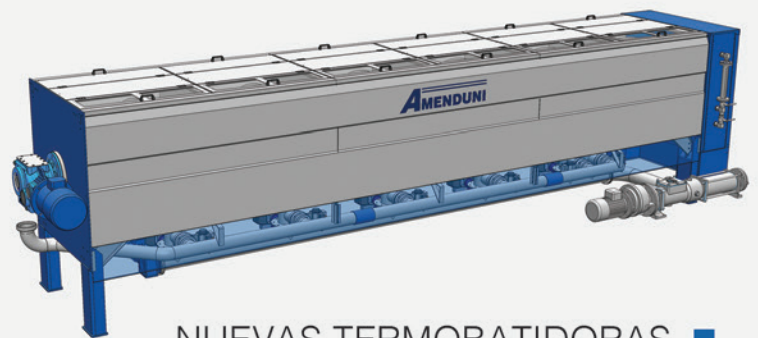
■ NUEVOS MOLINOS



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   [amenduninicolaspaspa](https://www.facebook.com/amenduninicolaspaspa) • [amenduniberica](https://www.instagram.com/amenduniberica)



[Almazara Maitino desarrolla programas de apoyo a agricultores locales que promueven la sostenibilidad, la educación y el desarrollo económico en las áreas donde opera]

Belén Agulló, “nuestros envases están diseñados para transmitir una conexión emocional con nuestros consumidores, evocando los aromas y sabores del Mediterráneo, así como la historia y el patrimonio de nuestra empresa. Cada detalle, desde el diseño gráfico hasta la elección de los materiales, se ha cuidado con esmero para crear una experiencia sensorial completa que comienza en el momento en que el consumidor contempla nuestra botella. Creemos que el diseño de nuestros envases no sólo debe destacar en el lineal, sino también tocar el corazón de quienes lo ven. Es una invitación a descubrir la riqueza y el sabor de nuestros AOVEs, y a formar parte de una historia y tradición familiar transmitida de generación en generación”.

Su asociación con la agencia de publicidad y marketing quimicreativa ha sido fundamental para llevar su *branding & packaging* a un nivel superior. Desde la agencia alicantina indican que “el objetivo principal que se nos planteó era posicionar la marca en el puesto que le corresponde en el mercado. Para ello se creó una identidad visual corporativa completamente nueva, seguida de una tienda *on line*, posicionamiento en redes sociales y contenido audiovisual propio”.

El monograma de la marca está formado por una hoja de olivo -origen de todos sus productos- seguido de dos líneas verticales que, junto con ésta, configuran la “A” y “M” de Almazara Maitino. El monograma aporta una imagen mucho más limpia y minimalista representando la esencia corporativa de la marca de forma dinámica, al



Instalaciones y tecnología de Almazara Maitino en Elche. De izqda. a dcha., y de arriba a abajo, envasadora (1 y 2); tienda (3 y 4); y analizador de aceitunas *Olivia™* de FOSS (5).



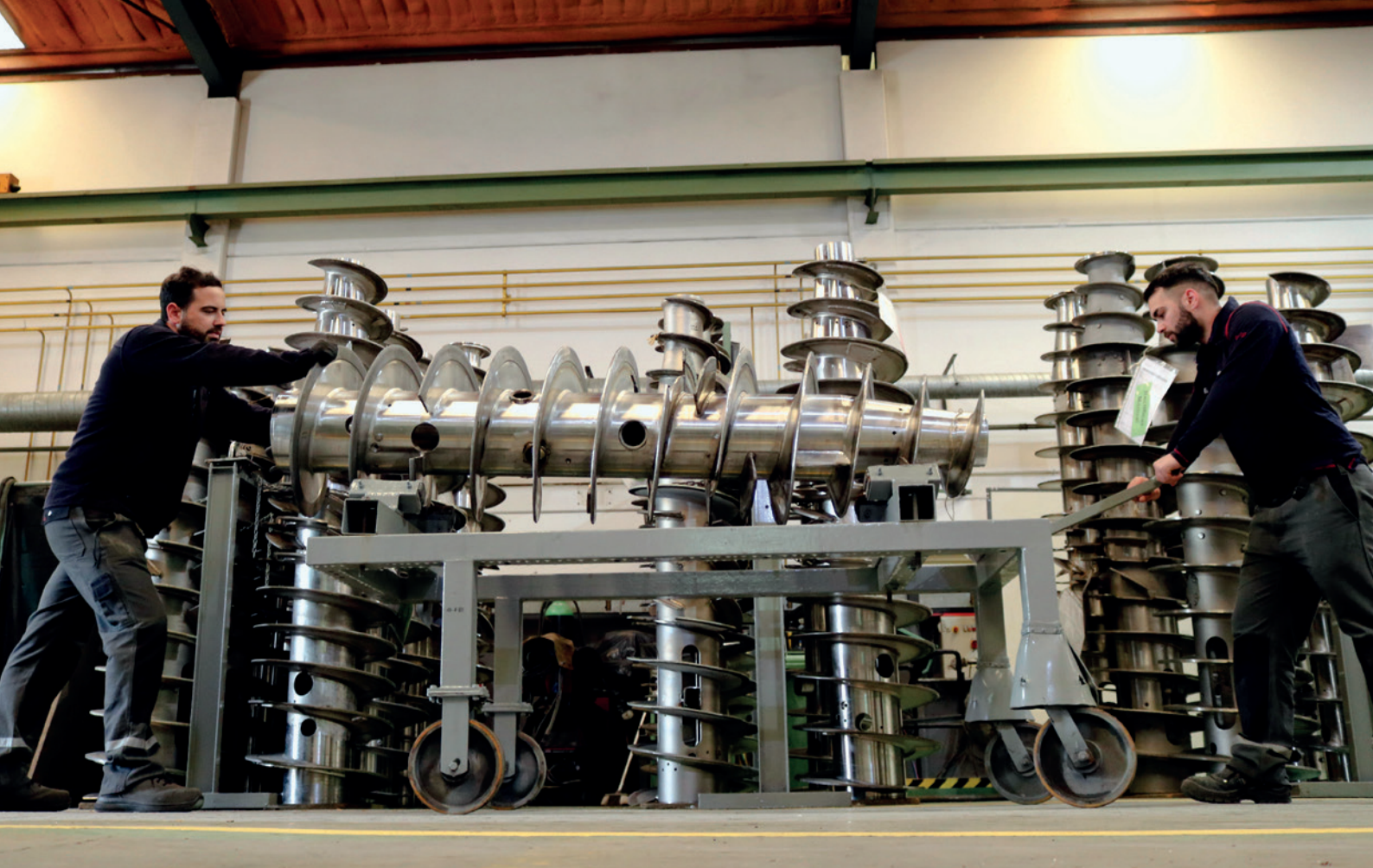
Gama de AOVs *Tierras de Maitino* y *Esencia*.

poder adaptarse de manera flexible a cualquier packaging o elemento. Además de la creación del manual visual corporativo de la marca, se creó una web corporativa para posicionarla en medios digitales -y en la que se pueden adquirir sus productos-, al tiempo que sus redes sociales se han adaptado a esta nueva identidad visual corporativa. Los resultados son palpables: el tráfico a la nueva tienda *on line* ha

aumentado de manera exponencial (+300%) y la presencia de la marca en medios digitales se ha incrementado en un 40% en los primeros seis meses.

“quimicreativa no es sólo una agencia de publicidad -asegura Belén-, son verdaderos artesanos de la creatividad, expertos en capturar la esencia de nuestra marca y plasmarla de forma única en cada etiqueta. Su enfoque mediterráneo y pensamiento creativo han resultado





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.



Gama de AOVEs *Esencia* de Almazara Maitino.



Sentidos Ramón Agulló de Almazara Maitino es un AOVE ecológico de edición limitada que homenajea la figura y legado de su fundador.



Belén Agulló -en la segunda imagen, junto a su hermana Lola; y en la primera y tercera, junto a su compañero Lionel- recogiendo los premios Great Gold en International Awards VIRTUS Lisboa concedidos a *Esencia Ecológico Picual*, *Esencia Ecológico Arbequina*, *Esencia Premium* y *Sentidos Ramón Agulló* en 2022 y 2023; y la Mención Especial al Mejor AOVE Ecológico de Pequeños Productores en Ecotrama 2021.

claves para crear envases que no sólo destacan visualmente, sino que también transmiten la pasión y la dedicación que ponemos en cada gota de nuestro virgen extra”.

“Trabajar con quimi-creativa es más que una colaboración -añade-. Es una asociación basada en la confianza mutua y el compromiso compartido de llevar nuestro producto al siguiente nivel. Su obsesión por la creatividad y su capacidad para contar historias han sido elementos diferenciadores en nuestro mercado, permitiéndonos conectar emocionalmente con nuestros clientes y destacar entre la multitud”.



Diversidad de clientes y sólida presencia internacional

Los productos de Almazara Maitino no sólo están destinados al consumidor final, sino que también llegan al canal Horeca, tiendas gourmet y delicatessen y hoteles de alta gama. Esta diversificación permite a la empresa llegar a diferentes perfiles de clientes que valoran la excelencia y la diferenciación sin renunciar a la accesibilidad. “Con *Tierras de Maitino*, *Esencia* y *Sentidos* ofrecemos una experiencia única para cada tipo de cliente, donde la calidad y la pasión se fusionan para crear momentos inolvidables alrededor de la mesa”, afirma la gerente de Almazara Maitino. “Mi padre siempre

me decía que cuando vendes una botella de AOVE no sólo vendes aceite, sino cambio climático, renovación del CO₂, fauna, gastronomía, cultura, paisaje y mil cosas más. Que detrás de cada botella hay un gran esfuerzo humano y que nuestro trabajo no termina en la venta, sino en la mesa de cada uno de nuestros clientes, rodeados de su familia, amigos y seres queridos”.

La empresa no se limita al mercado nacional, sino que también cuenta con una creciente presencia en el ámbito internacional: los AOVEs de Almazara Maitino han llegado a países europeos como Francia -que aglutina el 80% de las ventas internacionales-, Bélgica o Alemania, lo que demuestra el reconocimiento y demanda de sus productos más allá de nuestras fronteras. La tienda *on line* alojada en su web, por su parte, representa un





En *La Tienda del Aceite Gourmet*, inaugurada el pasado mes de junio, se pueden encontrar productos delicatessen como cervezas con AOVE y miel.

importante canal de ventas -aproximadamente un 10-15% del total- y recibe pedidos tanto de clientes nacionales como internacionales. Como parte integral de su estrategia comercial, Almazara Maitino está comprometida a seguir ampliando su presencia en España y en los mercados internacionales, con la vista puesta en EEUU y Asia.

La tienda física ubicada en la propia almazara, *La Tienda del Aceite* -el

pasado mes de junio se inauguró un segundo establecimiento más amplio, *La Tienda del Aceite Gourmet*, ofrece una amplia gama de productos. Además de aceites de oliva vírgenes y vírgenes extra, los clientes pueden encontrar, disfrutando de una atención altamente profesional y personalizada, las deliciosas mandarinas Premium de variedades protegidas procedentes de las fincas de Ramón Agulló en Elche

-también se comercializan en la tienda *on line*-, cervezas con AOVE y miel o chocolates artesanales elaborados con sus vírgenes extra ecológicos.

Estrategia de marketing y redes sociales

La estrategia de marketing y publicidad de Almazara Maitino está enfocada a su presencia en ferias y eventos a nivel nacional e internacional para presentar



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



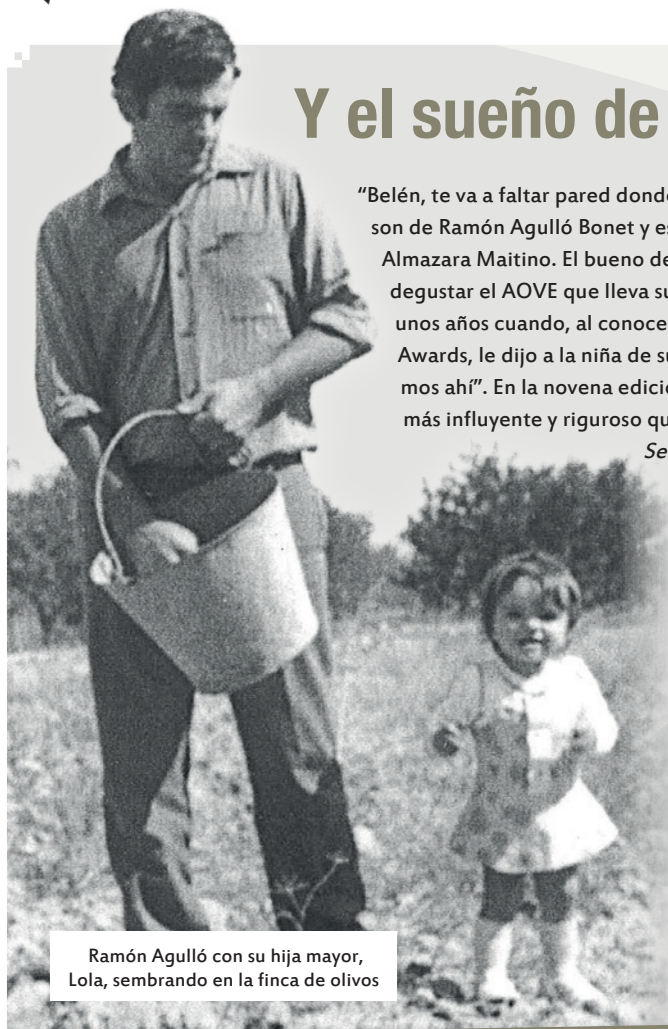
www.tallerespsi.com
Tlf: 926 510 102
España | Tomelloso



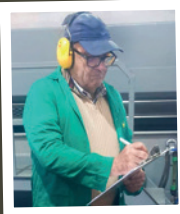
Y el sueño de Ramón se hizo realidad

“Belén, te va a faltar pared donde colocar todos los reconocimientos que te van a dar”. Las palabras son de Ramón Agulló Bonet y están dirigidas a su hija pequeña, actual propietaria y gerente de Almazara Maitino. El bueno de Ramón, que antes de fallecer -el 20 de diciembre de 2021- pudo degustar el AOVE que lleva su nombre, *Sentidos Ramón Agulló*, también resultó premonitorio hace unos años cuando, al conocer la existencia de *Olivatessen by Mercacei* y el concurso EVOOLEUM Awards, le dijo a la niña de sus ojos: “Yo no se si lo veré, pero lo que sí se es que algún día estaremos ahí”. En la novena edición de EVOOLEUM, el Concurso Internacional a la Calidad del AOVE más influyente y riguroso que existe en la actualidad, Almazara Maitino, con su zumo ecológico *Sentidos Ramón Agulló Hojiblanca*, forma parte del TOP20 de los Mejores AOVEs del Mundo de Producción Limitada -inferior a 2.500 litros-, una categoría estrenada hace dos años para reconocer el esfuerzo de los pequeños productores en aras de alcanzar la excelencia.

“Como dice la letra de aquella canción que tanto te gustaba, me diste alma para conquistarte, corazón para quererte y vida para vivirla junto a ti. Querido papá, cuánta razón tenías”.



Ramón Agulló con su hija mayor, Lola, sembrando en la finca de olivos



De izqda. a dcha., la familia Agulló (Dolores Antón, Belén Agulló, Lola Agulló y Ramón Agulló); Ramón Agulló en la sala de extracción de Almazara Maitino; Ramón Agulló y su nieto, Javier Sempere Agulló, en el olivar familiar; Ramón Agulló y su mujer, Dolores Antón, en la feria Alicante Gastronómica 2019; y la familia Agulló en la Nochevieja de 2019.

sus productos y transmitir sus valores. En ellos, la empresa también organiza actividades como catas de AOVE -que ya se pueden realizar en su nueva tienda-, *showcookings* y charlas informativas sobre el proceso de producción para involucrar a los asistentes y reforzar su imagen de marca. A nivel publicitario, la firma se anuncia en diferentes soportes informativos y revistas especializadas

enfocadas a los vírgenes extra de alta gama como *Olivatessen by Mercacei*.

Su estrategia en redes sociales supone un pilar fundamental de su política de comunicación y marketing, con perfiles activos en Facebook, Instagram, TikTok y LinkedIn donde se comparte contenido variado y atractivo relacionado con el mundo del virgen extra y la propia almazara. En Facebook, la empresa

mantiene una presencia dinámica con publicaciones regulares que van desde recetas y consejos culinarios hasta noticias sobre la empresa y el sector del aceite de oliva, respondiendo preguntas y comentarios en aras de fomentar la interacción con sus seguidores.

En Instagram, Almazara Maitino se esfuerza por ofrecer contenido visualmente atractivo, destacando la belleza





CERRAMOS DE
LA MANERA MÁS
SOSTENIBLE Y
SEGURA LO QUE
MÁS IMPORTA:
TU AOVE



+100 años
innovando

torrentclosures.com



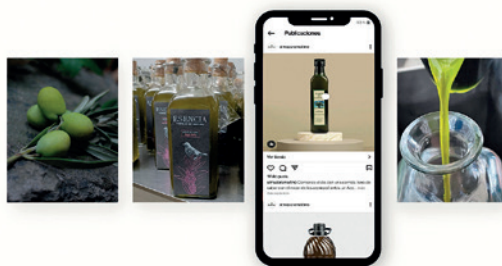
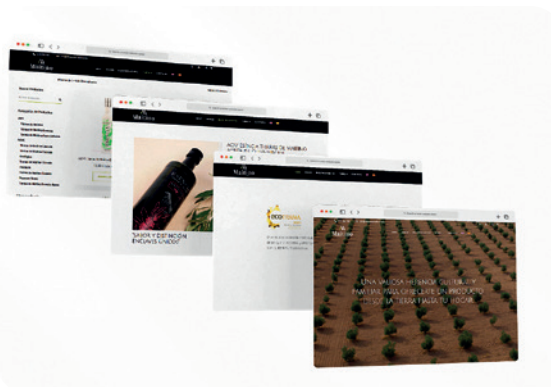
Estand de Almazara Maitino en la feria Alicante Gastronómica 2019 (izqda.) y showcooking con el Chef del AOVE, Daniel García Peinado (dcha.).

de sus olivares, el proceso de elaboración de sus aceites y la experiencia mediterránea que representa; y compartiendo imágenes y vídeos que muestran la calidad y el cuidado con el que elabora sus productos para captar la atención de su audiencia. En TikTok, la empresa encuentra una plataforma que le permite conectar con un público más joven al que mostrar el lado más emocionante y auténtico de su actividad, adoptando un enfoque más creativo y dinámico y creando vídeos cortos que capturan momentos únicos en la almazara, desde la cosecha de las aceitunas hasta el embotellado del aceite.

Por último, en LinkedIn se dirige a un público profesional, compartiendo actualizaciones sobre su participación en ferias, eventos del sector y colaboraciones con otras empresas; aprovechando esta plataforma para promover oportunidades de empleo y destacar sus logros y reconocimientos en el ámbito empresarial.

Proyectos futuros y responsabilidad social

Los proyectos futuros de Almazara Maitino se centran en continuar fortaleciendo su presencia en el mercado nacional e internacional, reafirmando su posicionamiento en el segmento de AOVEs de alta gama. Para ello, la empresa está



explorando nuevas oportunidades de expansión en mercados emergentes y consolidando sus relaciones con distribuidores y clientes.

“Nuestros proyectos futuros y política de expansión están intrínsecamente ligados a nuestra misión de ofrecer productos de alta calidad y contribuir al desarrollo sostenible de nuestra comunidad y nuestro entorno”, asegura Belén Agulló. “Estamos comprometidos con un crecimiento responsable

que beneficie a todas las partes interesadas, desde nuestros clientes y empleados hasta el medio ambiente y la sociedad en general”, concluye.

En efecto, la empresa está muy comprometida con todo lo relativo a la responsabilidad social corporativa, buscando contribuir positivamente al bienestar de la comunidad y al cuidado del medio ambiente, y promoviendo la igualdad de género en la industria. Almazara Maitino desarrolla programas de apoyo a agricultores locales que promueven la sostenibilidad, la educación y el desarrollo económico en las áreas donde opera, al tiempo que se esfuerza por implementar prácticas sostenibles en su cadena de suministro y operaciones, minimizando el impacto ambiental y promoviendo el uso responsable de los recursos naturales; además

de explorar formas de reducir la huella de carbono -“queremos dejar huella con lo que hacemos, pero no en el planeta”, proclamaba Ramón Agulló- y mejorar la eficiencia energética en sus instalaciones, contribuyendo así a la lucha contra el cambio climático y la protección del medio ambiente. 💧

Almazara Maitino, S.L.
info@almazaramaitino.com
www.almazaramaitino.com



Apoyamos el sector agroalimentario con oficinas en más de 2.000 municipios

Conoce nuestro Hub de Innovación



Lo bueno de tener a alguien cerca es que te escucha

Descubre AgroBank en CaixaBank.es

Tú y yo.

Nosotros.

paralímpicos



AgroBank

**INDUSTRIAS
DE LA ROSA**

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

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

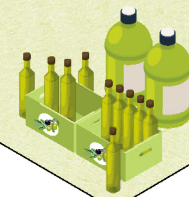


Ctra. Madrid-Cádiz, Km. 358
Apdo. de Correos 17
14600 MONTORO (Córdoba)
Tlfs.: 957 160 034 · 957 160 450

industriasdelarosa@industriasdelarosa.com



WWW.INDUSTRIASDELAROSA.COM



El packaging en España, una industria que apuesta por la sostenibilidad

Con el título *“El packaging en España, la potencia de una industria que apuesta por la sostenibilidad”*, el informe Hispack 2024 -elaborado por la consultora marketAAD- actualiza su última edición, publicada en 2022, en una completa radiografía del sector que apunta las grandes magnitudes y líneas de desarrollo en las que trabajan sus empresas. El informe muestra la solidez de esta industria en un complejo contexto geopolítico y económico marcado por las restricciones a determinadas materias primas, los precios de la energía, la fuerte inflación y los últimos cambios normativos para impulsar la contribución del packaging al desarrollo sostenible.



La industria del envase y embalaje española ha aumentado un 8,3% el número de empresas, llegando a las 3.447, de las cuales un 90% son pymes. Asimismo, ocupa a 118.500 personas, un 5,12% del empleo del sector industrial.

Por subsectores de actividad, el mayor número de firmas corresponde a fabricantes de envases y materiales de plástico (900), seguido de papel y cartón (710), maquinaria de envase y embalaje (615), envases de madera (702) y fabricantes de equipos de etiquetaje, codificación y marcaje (301). Completan la lista los fabricantes de envases metálicos (165); vidrio (40); tapones de corcho (12); y otros materiales (2).

En cuanto a distribución geográfica, el litoral mediterráneo y la Comunidad de Madrid concentran geográficamente el mayor número de empresas del sector del packaging en España. Cataluña ha reducido ligeramente su peso sectorial pasando del 30% en 2020 al 27% actual. Madrid y Comunidad Valenciana

mantienen sus porcentajes de forma prácticamente invariable, con el 10,21% y el 18,22%, respectivamente. Sin embargo, Andalucía parece haber recogido la caída catalana y ha pasado del 5,16% de 2022 al 9,7% de 2023 superando a Murcia, que mantiene su cuota (6,3%).

Las pymes representan más del 90% del sector del packaging. Concretamente, un 78% de las empresas del sector tiene menos de 50 empleados, y de ellas un 35% tiene entre 10 y 50 trabajadores. Un 12% tiene entre 50 y 250 empleados. Por otro lado, hay más de 700 empresas que superan los 250 empleados.

Negocio de récord

El estudio de Hispack también analiza la distribución de este crecimiento del negocio del sector. En concreto, la cifra de negocio de la industria del packaging española alcanzó los 40.409,80 millones de euros en 2023. La mayor demanda del mercado de envases sostenibles ha ayudado a incrementar un 24,4% la facturación de las empresas de papel

y cartón, que lideran esta industria con 13.441 millones de euros. Le siguen las de envases de plástico, cuya facturación se mantiene estable en torno a los 9.592 millones de euros; y la de maquinaria de packaging, que aumenta un 12,32% su cifra de negocio y alcanza los 4.629 millones de euros, motivada por la apuesta por la transformación y digitalización de estas empresas.

El resto de las especialidades también registraron incrementos notables en su volumen de negocio: el sector de etiquetaje, codificación y marcaje alcanzó los 3.395 millones de euros, un 11,6% más; el de envases de madera 3.292 millones (+24,7%); el de envases metálicos 3.259 millones de euros (+27,9%); y el de vidrio 2.478 millones de euros (+25,7%).

Las Comunidades Autónomas con mayor volumen de negocio en el sector del envase y embalaje son Cataluña (10.216 millones de euros), Comunidad de Madrid (6.635 millones de euros), Comunidad Valenciana (5.337 millones de euros), Aragón (3.286 millones de euros) y País Vasco (3.105 millones de euros).

AUREA Dop. Para los grandes aceites de oliva virgen extra



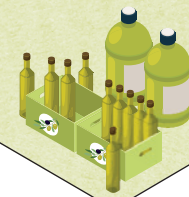
La proporción áurea, base de la colección **AUREA DOP**,
es el alma de muchas de las formas más armoniosas de la naturaleza.
Rigor estilístico y esencia de las formas caracterizan a **AUREA DOP**,
donde la búsqueda meticulosa de la proporción áurea desemboca en una botella de carácter y gran estilo.
AUREA DOP está disponible en tres capacidades, con tapón irrellenable para proteger
la inviolabilidad del contenido y en el característico color Verdetrusco®.

*The golden ratio, at the heart of the **AUREA DOP** collection,
is the soul of many of nature's most harmonious forms.
The calculated search for the golden ratio in the **AUREA DOP**
leads to a stylistic rigor and simplicity of form which defines a bottle of character and great style.
The **AUREA DOP** is available in three capacities, with a neck finish for a non-refillable cap to protect
the inviolability of the contents, made in our characteristic Verdetrusco® colour.*



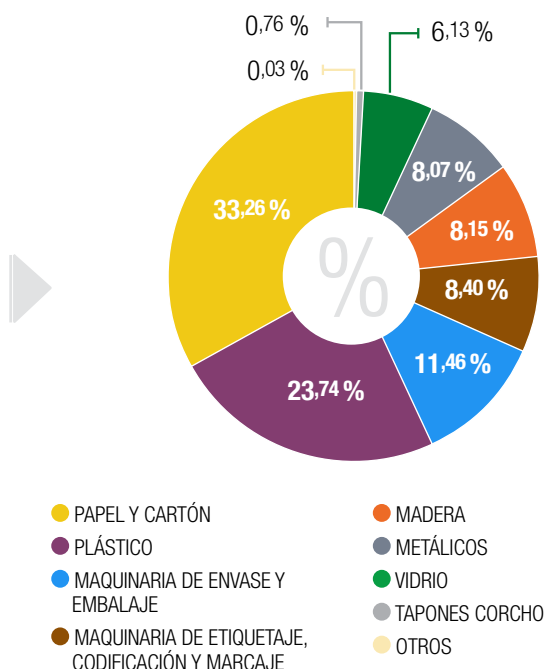
VETRERIA ETRUSCA S.p.A. Montelupo Fiorentino (Firenze - Italia) Tel. (+39) 0571 7551
www.vetrieriaetrusca.it info@vetrieriaetrusca.it





VOLUMEN DE NEGOCIO POR SUBSECTOR DE ACTIVIDAD

TIPOLOGÍA	VOLUMEN DE NEGOCIO (MILLONES €)
PAPEL Y CARTÓN	13.441,75 €
PLÁSTICO	9.592,70 €
MAQUINARIA DE ENVASE Y EMBALAJE	4.629,07 €
MAQUINARIA DE ETIQUETAJE, CODIFICACIÓN Y MARCAJE	3.394,99 €
MADERA	3.292,51 €
METÁLICOS	3.259,17 €
VIDRIO	2.478,54 €
TAPONES CORCHO	307,60 €
OTROS	13,48 €
TOTAL EMPRESAS	40.409,80 €



Maquinaria de envase y embalaje

El informe indica que el ritmo de actividad de las empresas de este subsector ha sido muy positivo en los ejercicios 2022 y 2023. Este aumento de la demanda se ha encontrado con algunas dificultades que han impactado en los tiempos de fabricación, como es el caso de los retrasos en el suministro de componentes.

En 2023 el sector de la maquinaria de envase y embalaje se enfrentó a un escenario protagonizado por las “3 i’s” en el ámbito macroeconómico: incertidumbre, inestabilidad e inflación, lo que ha provocado la ralentización e incluso la pausa de algunos planes de inversión de empresas de sectores de demanda clave para la adquisición de nueva maquinaria y equipos de packaging.

La respuesta de las empresas del sector pasa por una estrategia fundamentada en la mejora de la competitividad y el impulso de la innovación. En este sentido, las firmas del sector invierten un 3,7% de su facturación en I+D principalmente para impulsar la digitalización y la sostenibilidad. Las mejoras, según recoge el estudio, pasan por maximizar la eficiencia del proceso productivo a través de soluciones de automatización, la reducción y el control del consumo energético, la reducción del uso de materias primas y la versatilidad de los equipos para materiales reciclables, biodegradables y compostables.

Etiquetaje, codificación y marcaje

Según recoge el informe, el crecimiento en facturación del sector del etiquetaje en 2022 ha ido acompañado de una reducción de márgenes y de un ligero aumento de los metros cuadrados de





© 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

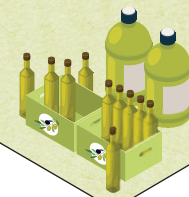
e-mail: coreti@coreti.com Teléfono: +34 981 795 622

ASTERIA

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

BRCS
Packaging Materials
CERTIFICATED

IFS
SECURE



material procesado. Concretamente, se incrementó un 1,6% el procesamiento de metros cuadrados de papeles térmicos y film hasta los 556 millones de metros cuadrados en comparación con los 548 millones de metros cuadrados del año anterior.

En cuanto a los equipos de impresión para etiquetas, codificación y marcaje destaca la penetración y aplicación cada vez mayor de tecnologías digitales y de nuevos procesos de automatización y digitalización de la producción a escala global. Aun así, el contexto internacional de incertidumbre en 2023 ha provocado que buena parte de estas nuevas inversiones de equipos digitales hayan sido pospuestas para 2024 en adelante.

A nivel regulatorio, el sector de las etiquetas autoadhesivas ha quedado excluido de algunas de las últimas novedades normativas como es la aplicación de impuesto al plástico de un sólo uso. No obstante, esto no impide que la sostenibilidad también haya impactado de forma destacada en los procesos de innovación del sector de las etiquetas. El estudio precisa que el uso de nuevos materiales que reducen la huella de carbono, la mejora de la reciclabilidad, la aplicación de films 100% biodegradables, la reducción de espesor o el uso de monomateriales son algunos de los principios de ecodiseño que están teniendo más recorrido en este ámbito.

Madera

El sector de los envases de madera en 2023 se mantuvo estable gracias a movimientos estratégicos con los que consiguió paliar algunos de los efectos del auge de precios de la materia prima y los escenarios de escasez de material agravados por el escenario de la guerra en Ucrania. El informe subraya que el reacondicionamiento de embalajes para el control de costes de material y la apuesta por la transición energética y autoconsumo de energía solar fotovoltaica surtieron efecto.

El valor de la producción del sector también presenta crecimientos destacados en la última serie histórica de datos.



En 2022 la producción de palets simple y palets-caja se incrementó un 42% y un 41,7%, respectivamente, llegando a los 1.100 millones de euros para los primeros, y 180 millones de euros para los segundos.

En lo que respecta a otros formatos de envases de madera, el comportamiento ha sido más irregular en el mismo periodo 2021-2022. Como ejemplo, el valor de la producción de barriles, toneles y tinas descendió un 22% (de 136 a 106 millones de euros); los cajones, cajas, jaulas y tambores se redujo un 7,1% (de 362 a 336 millones de euros); y el de los tambores de madera para cables aumentó un 104% (de 24 a 49 millones de euros).

Papel y cartón

Los fabricantes de envases y embalajes de cartón en 2022 experimentaron un crecimiento sostenido de la producción dejando atrás las cifras de inicios de la pandemia e incluso de los años anteriores. El sector pasó de producir 382.800 toneladas de envases de cartón en 2021 (cifra muy similar a las cotas de 2019, con 383.000 t.) a rozar las 400.000 toneladas en 2022 (397.966 t.), lo que supone un crecimiento de la producción de un 3,95%.

En 2023 el sector de los envases y embalajes de cartón cerró de forma estable respecto a 2022 con un crecimiento

del 2,5% en términos de valor y del 1% en términos de volumen. Este segmento aborda 2024 con desafíos relativos a sostenibilidad (mejora de la huella ambiental, gestión responsable de los recursos forestales o la reducción de químicos en la fabricación), inversiones en automatización y digitalización del proceso productivo, y adaptación a las preferencias del consumidor -aumenta la demanda de soluciones de envase de cartón para nuevos formatos y el auge del canal de compra *on line* imprime una lógica específica de diseño y uso de materiales-.

Desde la edición del último estudio sectorial de Hispack 2022 se ha disparado el auge de soluciones de packaging a base de papel y cartón alternativas al plástico, y el mercado ha sido testigo de la proliferación de propuestas de este tipo implementadas tanto por la gran distribución como por marcas de gran consumo.

Las tasas de reciclaje de papel y cartón (consumo de material reciclado respecto al consumo total de papel y cartón) se mantienen en el 79,9%, con un consumo de 5.058 millones de toneladas de material reciclado. Esto sitúa al sector ya por encima de los objetivos marcados en el Real Decreto 1055/2022 de envases y residuos de envases, que establece para 2025 el 75% de material reciclado, y en vías de consecución el de 2030 que se fija en el 85%.

Soluciones con total precisión y seguridad



ENVASADO



ETIQUETADO



CIERRE



ENVASADORA MULTIFORMATO



LLENADORA POR PESO



ifamensa

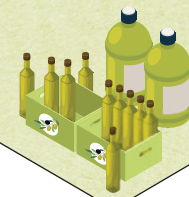
INDUSTRIAS DE FABRICACIÓN DE MÁQUINAS ENVASADORAS, S.L.

¡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 GALLEGRO
(ZARAGOZA) • ESPAÑA / SPAIN

www.ifamensa.com



Plásticos

El valor de la producción para envases ha pasado de 5.365 millones de euros en 2020, a crecer un 21,3% hasta los 6.513 millones de euros en 2021 y un 18,9% hasta la histórica cifra de 7.744 millones de euros en 2022.

En cuanto a producción según formatos de envase y embalaje, este incremento tan acusado en valor ha tenido crecimiento similar en producción para la mayoría de los formatos. Todos ellos registran cifras positivas en 2022 respecto al año anterior marcando valores máximos de la serie histórica (2012-2022): sacos y bolsas: +4% (t.), cajas y bandejas: +29,6% (t.), botellas y frascos: +20,2% (uds), bobinas y carretas: +10,48% (t.) y tapones y cierres: +16,58% (t.).

El nuevo marco regulador a partir de la entrada en vigor de la Ley de Residuos y Suelos Contaminados para una economía circular (Ley 7/2022), el Real Decreto 1055/2022 de envases y residuos de envases y en especial la aplicación del impuesto especial sobre envases de plástico no reutilizables ha provocado nuevos requerimientos que han impactado en los procesos de los fabricantes de envases, en la cadena de valor del packaging y en las industrias envasadoras finales. Son ejemplos de ellos la prohibición de introducir determinados formatos de envases en el mercado, la fabricación de productos con plásticos oxodegradables o la adición intencionada de microesferas de plástico (art. 56). Tam-

bién figura el ecodiseño de botellas y tapones unidos entre sí para facilitar su reciclaje; el objetivo de introducir un 25% de PET de origen reciclado en botellas de plástico para 2025 (art. 57); y la aplicación de un impuesto (IPNR) de 0,45 euros/kg. para envases plásticos no reutilizables (art.67-83).

Las medidas que pretende fomentar el marco regulador vigente en criterios de prevención de residuos, reducción de materiales, reutilización y reciclaje son ámbitos de trabajo donde el sector del plástico, su cadena de valor y el mercado final tienen sólidas líneas de actividad contrastadas en los últimos años: reintroducción de materiales reciclados; reciclabilidad, en este ámbito el sector de los plásticos está implementando nuevos desarrollos como envases monomateriales que mantengan las propiedades barrera y de protección de producto; bioplásticos: el campo de desarrollo de los polímeros biobasados está encontrando nuevas alternativas no fósiles para el desarrollo de materiales de envases reutilizables de PHB, adhesivos compostables o propuestas biodegradables con propiedades de alta barrera en condiciones industriales para el sector alimentario; reciclaje químico; y ecodiseño, por lo que fabricantes de envases e industrias envasadoras usuarias de envases de plástico repensan sus envases desde la óptica

de las 3 R's -reducción de materiales no imprescindibles, reutilización de aquellos formatos que puedan tener una segunda vida y un diseño pensado para facilitar el reciclaje-.

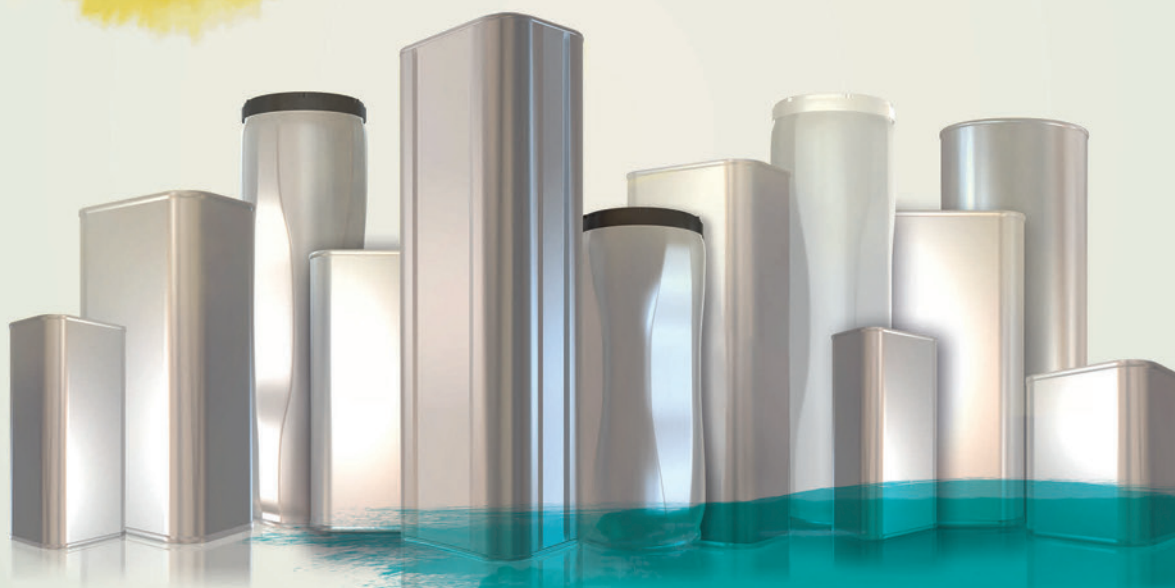
Metal

Las 165 compañías que conforman el subsector de los envases metálicos facturaron 3.260 millones de euros, con un promedio de 19,75 millones de euros por empresa, según el estudio.

El sector conservero, uno de los sectores de demanda destacados del envase metálico, está experimentando una situación de decrecimiento desde 2023 que aparentemente va a extenderse durante 2024. La producción de la industria decreció en 2023 un 5% en términos de volumen y procesó un total de 290.000 toneladas de producto, una cifra que no se había dado en el sector desde 2004.

El consumo de productos envasados en aerosol es otro de los segmentos relevantes de la industria de los envases metálicos. En este caso, su evolución a nivel de volúmenes de producción para productos de cuidado personal, hogar y otras categorías ha arrojado valores negativos para el período 2022 respecto a 2021, en total 326 millones de unidades (2022), lo que representa un -1,21% que el año anterior. Los productos de higiene mantuvieron los niveles

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



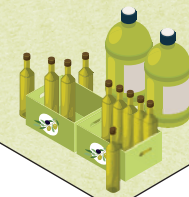
METALGRÁFICA DEL SUR

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



METAL
se recicla
para siempre

www.grupoauximara.com



este estudio se encuentran, precisamente, la necesaria transformación hacia la sostenibilidad del packaging, la automatización y digitalización de la industria, la recuperación económica pospandémica de los diferentes sectores productivos que ha aumentado la demanda de envases y embalajes, y el imparable crecimiento del comercio electrónico que lleva asociado nuevas necesidades de packaging y logística.

El trabajo destaca que el sector está preparado para dar respuesta a todas las industrias que demandan soluciones con menor impacto ambiental para adaptarse rápidamente a los últimos cambios normativos que, entre otras medidas, fomentan el reciclaje y la reutilización en el marco de la economía circular, aplican un impuesto especial sobre envases de plástico no reutilizable o prevén la creación de nuevos sistemas colectivos de responsabilidad ampliada para envases comerciales e industriales.

Por ello, las empresas siguen innovando tanto en materiales como en soluciones de circularidad, y, en este sentido, las principales tendencias son el uso de monomateriales, más plástico reciclado y materias primas biodegradables, así como el fomento de la reciclabilidad y la reutilización de los envases y la aplicación de fórmulas de análisis del ciclo de vida de cada producto para adecuar la solución con el menor impacto ambiental posible.

La transformación digital también se plasma como uno de los grandes retos del sector en el que están trabajando la mayoría de las compañías. En esta línea, las empresas del sector de maquinaria de envase y embalaje invierten un 3,7% de su facturación en I+D principalmente para impulsar la digitalización en aras de aumentar la sostenibilidad con equipos automatizados y energéticamente más eficientes y capaces de trabajar con nuevos materiales.

El sector está incorporando y ofreciendo tecnologías de la industria 4.0 para vincular el packaging y sus procesos asociados con toda la cadena de suministro, información a tiempo real de procesos de fabricación y logística, trazabilidad del producto o soluciones de packaging inteligente y conectadas. 🟩

de producción en 149 millones de unidades (+0,34%); y los productos del hogar -105 millones de unidades- marcaron un decrecimiento algo más notable (-3,58%). El resto de productos de aerosol (72 millones de unidades) decrecieron ligeramente (-0,83%).

Respecto a las tasas conjunta de reciclaje de acero y aluminio en España, el sector recicla un 85,5% de los envases, una cifra más elevada que la media del sector a nivel europeo (70%).

A su vez, el informe remarca que el sector se encuentra en una buena posición para mantener los objetivos europeos de reciclaje del marco regulador vigente que establece objetivos del 70% y el 50% para envases de metales ferrosos y aluminio respectivamente (en 2025); y del 80% y el 60% para el 2030 (Real Decreto 1055/2022).

Vidrio

Por su parte, el mercado total del vidrio en España sigue creciendo a buen ritmo después de la breve reducción de las ventas en 2020. Para los años 2021 y 2022 el total del mercado en España superó los 4 millones de toneladas vendidas al año. Para 2022, las ventas de la producción en el mercado interior supusieron un 80% del total, con más de 3,4 millones de toneladas (un +5,3% respecto a 2021) y el 20% restante, con 848.000 toneladas se dedicó a la exportación (-7,5% respecto a 2021).

En cuanto a la producción anual de vidrio para envases en toneladas, en 2022 se mantuvo prácticamente idéntica al año anterior, con un total 2,79 millones de toneladas (-0,04%) y una incorporación de casco de vidrio del 46%.

Durante los últimos años, el sector del vidrio ha desarrollado estrategias de innovación fundamentadas en la reducción del impacto ambiental y de los costes energéticos asociados a su proceso de fabricación, que representan entre un 20 y un 30% del total de los costes de producción.

En los últimos años, de 2018 a 2022 el sector ha reducido su intensidad energética (MWh por tonelada de producto producido un 26,9% pasando de 1,79 a 1,25 MWh/t.). A nivel de proceso de recogida selectiva y reciclaje, las cifras se quedan cerca del millón de toneladas (998.338 t.) para 2023, hito que sí se superó el año anterior con 1,012 millones de envases de vidrio reciclados.

Con los nuevos métodos de cálculo, la tasa de reciclaje de vidrio estimada se sitúa en torno al 72,5%, cifra por encima de los objetivos estipulados en el marco regulador vigente para 2025, que son del 70%.

Más packaging, más sostenible

En conclusión, el informe Hispack apunta que, aunque el reto de la sostenibilidad no es nuevo, sí es más prioritario para las empresas debido a los últimos cambios legislativos y a la mayor concienciación de los consumidores que demandan envases más respetuosos con el medio ambiente.

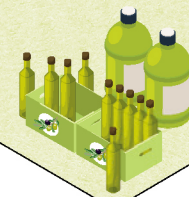
Así, entre las principales causas que motivan el auge del sector recogido en



vidrala

GLASS
MADE
GOOD





SCRAPs, impulsores de la economía circular del envase



Los nuevos objetivos de reutilización y reciclado que han fijado la Unión Europea (UE) y sus Estados Miembro para los residuos de envases hacen de los Sistemas Colectivos de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAPs) la principal plataforma aceleradora de su circularidad, conectando a toda la cadena de valor del envase para alcanzar la sostenibilidad. Por su volumen de envases, el sector oleícola es un claro ejemplo de los beneficios de los SCRAPs.



*Por Laura Sanz de Siria,
Coordinadora general de IMPLICA*

¿Por qué es necesario y urgente alcanzar una sostenibilidad en los envases y cuáles serán las tendencias para conseguirla? La respuesta a la primera pregunta es fácil de ilustrar con cifras y datos. Según la Comisión Europea (CE), los residuos de envases en la UE pasaron de 66 millones de toneladas en 2009 a 84 millones de toneladas en 2021. Cada europeo generó 188,7 kg. de residuos de envases en 2021, una cifra que se espera que aumente a 209 kg. en 2030 si no se adoptan medidas adicionales.

Las tendencias para alcanzar esa sostenibilidad en los envases se centran o están dirigidas a reducir considerablemente los residuos de envases y, a su vez, a incrementar las tasas de reutilización y reciclado.

Para ello, la principal herramienta en la consecución de la sostenibilidad de los envases nos remite a la normativa vigente y futura, aquella que nos indica cuáles son las reglas bajo las que fabricantes, distribuidores, envasadores, poseedores y gestores deben gestionar los residuos. Es lo que conocemos como la Responsabilidad Ampliada del Productor (RAP), un concepto que traslada el prin-



cipio de “quien contamina, paga” de los gobiernos, las autoridades locales y los consumidores finales a los productores que comercializan los productos.

Para hacer cumplir este principio surgen los Sistemas Colectivos de Responsabilidad Ampliada (SCRAP), a los que, en ese modelo de transición hacia una economía circular y un continente climáticamente neutro, la Unión Europea y sus Estados Miembro les han conferido el papel de aceleradores del cambio.

Así lo establecen el Real Decreto 1055/2022, de envases y residuos de envases, y el Reglamento de envases y residuos de envases -aprobado el pasado mes de abril por el Parlamento Eu-

ropeo y pendiente de su ratificación por el Consejo para su entrada en vigor- y la Ley 7/2022 de residuos y suelos contaminados para una economía circular.

Nuevos objetivos de reciclado

La nueva normativa comunitaria fija ambiciosos objetivos para la reducción de los residuos de envases y su reciclado. Para ello, establece requisitos para la totalidad del ciclo de vida de los envases en lo referente a la sostenibilidad y el etiquetado medioambientales, con el fin de permitir su introducción en el mercado. Además, detalla los requisitos relativos a la responsabilidad ampliada del productor; a la prevención de los residuos de envase como, por ejemplo, mediante la reducción de los envases innecesarios y su reutilización o su recarga; y a la recogida y el tratamiento, con la inclusión del reciclaje, de los residuos de envases.

Su ámbito de aplicación llega a todo tipo de envases, independientemente del material utilizado, y a todos sus residuos, además de comprender todo su ciclo de vida.

Con la entrada en vigor del reglamento, se pone fecha para la reciclabilidad de los envases y su recogida separada.

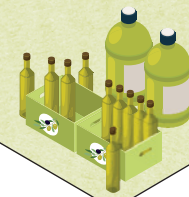
Fabricantes de maquinaria de envasado

¡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



Así, a partir del 1 de enero 2030, todos los envases deberán tener un diseño que facilite el reciclado de materiales, de modo que permita que las materias primas secundarias que se obtengan de ellos sean, al compararlas con el material original, de una calidad suficiente para usarse en sustitución de las materias primas primarias. Además, a partir del 1 de enero 2035, cuando los envases se conviertan en residuos, deberán poder recogerse por separado, ser clasificados en flujos de residuos específicos, sin que ello afecte a la reciclabilidad de otros flujos de residuos, y reciclarse a gran escala.

Las medidas también incluyen objetivos mínimos de contenido reciclado para los envases de plástico y objetivos mínimos de reciclado por peso de los residuos de envases.

Por último, antes de 2029, el 90% de los envases de bebidas de plástico y metal de un sólo uso (hasta tres litros) tendrán que recogerse por separado, mediante sistemas de depósito y devolución u otras soluciones que garanticen el cumplimiento del objetivo de recogida.

Normativa estatal

En relación al Real Decreto 1055/2022 de envases y residuos de envases, además de actualizar el anterior, que data de 1997, articula una serie de herramientas y objetivos para reducir los residuos de envases generados en nuestro país, cuyas cifras son bastante elocuentes: 8 millones de toneladas de residuos de envases generados, que equivalen a 170 kg. por habitante al año o 0,5 kg. diarios.

Además de una serie de objetivos de prevención, reutilización y reciclaje -que

ahora deberán actualizarse o adecuarse a lo establecido en el Reglamento europeo-, para dar cumplimiento a lo estipulado, las empresas que ponen envases y embalajes industriales y comerciales en el mercado español deben financiar y organizar la gestión de los residuos generados.

Para ello, pueden cumplir con la RAP de manera colectiva mediante la adhesión a un SCRAP como IMPLICA, que debe recopilar la información sobre los envases de todos los productores de producto, poseedores finales y gestores y transmitirla al Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) con el fin de poder cumplir con los objetivos de prevención, reutilización y reciclado de la UE y traspuestos al sistema español.

Otra novedad importante de esta normativa es la obligación, para los productores de productos que pongan en el mercado envases reutilizables, de implantar un Sistema de Depósito, Devolución y Retorno (SDDR). El Real Decreto da la opción de que este sistema pueda ser con o sin depósito. Por tanto, en el caso de no cobrar una fianza, por ejemplo, puede ser un alquiler.

En el caso del sistema con depósito, los productores deberán cobrar una determinada cantidad a sus clientes en concepto de depósito, y aceptar la devolución de dichos envases, retornando la fianza siempre y cuando se encuentren en las condiciones de conservación y limpieza definidas por los productores.

En ambos casos, este sistema es clave en el Real Decreto, al estar directamente relacionado con los objetivos de reutilización porque, de hecho, para que

un envase sea reutilizable es obligatorio que tenga un SDDR implantado.

Regresando al papel crucial que esta normativa le otorga, el SCRAP será, por tanto, el nexo de toda la cadena de valor del envase y precisará de la colaboración de todos sus actores, que deberán preparar sus programas informáticos para suministrar la información de las tipologías de envases que pone en el mercado al SCRAP; modificar sus facturas para incorporar la contribución al SCRAP y los sistemas de depósito, devolución y retorno (SDDR); informar a sus proveedores y clientes de cómo va a cumplir con la RAP, sobre todo como poseedor final de residuos de envases; formar a sus comerciales para explicar a sus clientes el nuevo Real Decreto y cómo su empresa cumplirá con la RAP; y analizar cómo mantener la trazabilidad de sus envases.

Tendencias

Para ilustrar las tendencias en envases alimentarios, especialmente los relacionados con el aceite de oliva, nada mejor que dirigirnos al plástico, el material más usado para este fin y que tiene un gran reto por delante en cuanto a los objetivos de contenido reciclado y eco-diseño que establece la Unión Europea.

Este desafío viene marcado por datos como que, actualmente, sólo el 15% del plástico se recicla y en 2030 ya se ha fijado un objetivo de reciclaje del 30%, u otros más específicos para los envases, como el que establece que en 2030 todos deberán ser reciclables e incluir material reciclado.

En este sentido, España cuenta con la gran oportunidad que le proporciona encabezar el ratio per cápita en reciclado de plásticos en Europa.

Además, no conviene olvidar que al tradicional reciclado mecánico de este material se une el impulso que desde Bruselas se le está dando al reciclado químico. IMPLICA, que cuenta actualmente 350 adheridos, ofrece un triple servicio a las empresas: el cumplimiento legal de la RAP al menor coste posible; contar con toda la cadena de valor empresarial, respetando la gestión ya existente; y formar parte de un proyecto sin ánimo de lucro que es pionero en la reutilización y el reciclado de los envases. ♠



MÁS CERCA DE LO QUE TE IMAGINAS

**Tu envase para el
aceite de oliva virgen
extra a un solo click.**

Mantenemos intactos en el
tiempo el aroma y el sabor
de este Oro Líquido.



**Accede desde
cualquier
dispositivo**

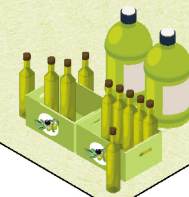


Centro especializado en envases para aceite de oliva: Mairena del Alcor (Sevilla) Spain
T: +34 955 94 35 94 / sevilla@auxiliarconservera.es



Sede Central: Auxiliar Conservera S.A.
Ctra. Torrealta, 30500 Molina de Segura (Murcia) Spain

**Visita nuestro punto de venta on-line en
tienda.auxiliarconservera.es**



Aceite de oliva, los envases y residuos de envases: ¿qué escenario se presenta?



La conexión del sector oleícola con los envases y los residuos de envases se realiza mediante la legislación general. Cuando se ha regulado sobre la producción y comercialización de aceite de oliva de ámbito nacional y comunitario no se han incorporado elementos específicos vinculados con los aspectos medioambientales asociados a los envases y los residuos de envases. No obstante, esto no quiere decir que estas cuestiones no se hayan considerado en el momento de legislar sobre el aceite de oliva.

Por José María Ferrer,

Responsable del Departamento de Derecho Alimentario de AINIA

El Real Decreto 760/2021, de 31 de agosto, por el que se aprueba la norma de calidad de los aceites de oliva y de orujo de oliva se centra en los aspectos asociados a la calidad, aunque se tienen en cuenta las cuestiones medioambientales para asegurar que la norma no tiene disposiciones que provoquen un impacto

medioambiental negativo y se elaboró en línea con la legislación de envases y residuos de envases vigente en ese momento y el Plan de Acción de Economía Circular.

En este contexto, es necesario considerar tanto la legislación vigente como la que está en proceso de elaboración. Si nos aproximamos a esta última para ver la situación actual

sobre la propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo sobre los envases y residuos de envases, por el que se modifican el Reglamento (UE) 2019/1020 y la Directiva (UE) 2019/904, y se deroga la Directiva 94/62/CE, observamos que se trata de una propuesta de carácter horizontal que afectará a todos los envases y residuos de envases en la que



ACEITE ES PATRIMONIO

D.O.P. ANTEQUERA ES SABOR

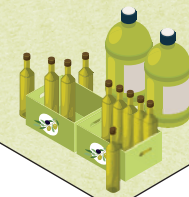


WWW.DOANTEQUERA.ORG



DÓLMENES DE ANTEQUERA, PEÑA DE LOS ENAMORADOS Y TORCAL DE ANTEQUERA.
DECLARADOS PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD POR LA UNESCO.





es fundamental el punto de equilibrio entre la reducción y la prevención en la generación de residuos de envases, sin olvidar la necesaria flexibilidad para lograr la mejor aplicación de las medidas propuestas.

Sostenibilidad y envases reciclables

La sostenibilidad de los envases es un elemento primordial para la futura regulación, tal y como se enuncia en el Artículo 1 de la propuesta “El presente Reglamento establece requisitos para la totalidad del ciclo de vida de los envases en lo tocante a la sostenibilidad y el etiquetado medioambientales, a fin de permitir su introducción en el mercado”, una declaración de intenciones que se traduce en diversas medidas a partir de lo previsto en el Capítulo II “Requisitos de sostenibilidad”.

Se abordan cuestiones tales como:

- Envases reciclables
- Contenido reciclado mínimo en los envases de plástico
- Materias primas de origen biológico en los envases de plástico

- Envases compostables
- Reducción al mínimo de los envases
- Envases reutilizables

En el caso de los envases reciclables, el requisito propuesto por la Comisión es que todos los envases introducidos en el mercado sean reciclables, llegando a una recogida que permita su separación, clasificación y reciclado a escala (la última condición prevista para 2035).

Respecto al contenido reciclado mínimo en los envases de plástico, se marcan una serie de objetivos para

2030 y 2040. Los datos de 2030 se analizarán en función de la evolución de los últimos avances tecnológicos y la experiencia de la aplicación de estas medidas darán lugar a una revisión en cuanto a los porcentajes mínimos de contenido reciclado y la viabilidad de los objetivos para 2040.

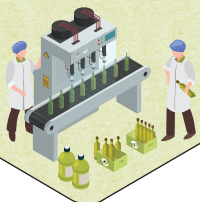
Sobre la reducción de los residuos de envases, se establecen unos objetivos principales generales de reducción de los residuos de envases, tomando como punto de partida los datos de 2018 y proponiendo el 5%



La experiencia nos distingue



A la vanguardia en tecnología y servicios



para 2030, el 10% para 2035 y el 15% para 2040. Al igual que con la incorporación de material reciclado, aquí la Comisión tiene prevista la revisión de los objetivos cuando hayan transcurrido ocho años de la entrada en vigor del Reglamento.

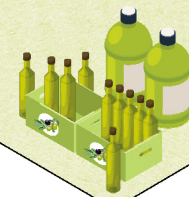
En cuanto a los envases reutilizables y reutilización, la propuesta trabaja sobre la definición de los envases reutilizables y plantea un número mínimo de circuitos o rotaciones en su uso en función de las características específicas de cada material. Los envases reutilizables se asocian con los objetivos de reutilización y recarga previsto para 2030 y 2040 que diferirán en función del tipo de productos.

Además, la Comisión antes del 1 de enero de 2034 emitirá un informe de situación. Se valorará la evolución tecnológica y la experiencia adquirida analizando la situación en 2030 y ratificando o modificando los planteamientos para 2040, incluso podrían establecerse nuevos objetivos de reutilización y recarga para otras categorías de envases.

Restricciones relativas a determinados formatos de envase

Las restricciones se aplican sobre formatos de envases de plástico de un sólo uso para frutas y hortalizas, alimentos y bebidas, condimentos, salsas y aliños en el sector de la hostelería entre otros productos (Anexo V). En este caso habrá que prestar atención a la interpretación sobre los aliños y hasta qué punto puede afectar a las monodosis de aceite de oliva que se emplean en hostelería.

Como hemos visto, la legislación específica sobre el aceite de oliva, deja estas cuestiones en manos de la regulación general sobre envases y residuos de envases, tras observar lo que nos espera con la propuesta de Reglamento, no debemos perder de vista el actual marco regulatorio establecido por la Ley 7/2022 y el Real Decreto 1055/2022. La legislación vigente en estos momentos se enfoca en la prevención y reducción del impacto ambiental de los envases a lo largo de todo su ciclo de vida, dando prioridad a la prevención de residuos, la reutilización de envases, el reciclado y otras formas de valorización. Por el momento y hasta que se produzca la aprobación del futuro Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo sobre los envases y residuos de envases, por el que se modifican el Reglamento (UE) 2019/1020 y la Directiva (UE) 2019/904, y se deroga la Directiva 94/62/CE, es necesario cumplir con lo previsto en el marco regulatorio nacional y contar con la alineación de las políticas nacionales en la materia con los nuevos objetivos que plantea la UE para reforzar las políticas en materia de economía circular y sostenibilidad ambiental. 🍯



Diseño para el decrecimiento: ecosistemas de packaging eficientes y circulares



Este artículo supone una introducción al concepto de *decrecimiento* aplicado al packaging, un tema áspero que genera miedo y rechazo por una parte de la sociedad y de la industria, pero que inevitablemente tendrá que abordar el sector del packaging.



Por Francisco Tornos

Diseño Circular. IPACKLAB - Packaging Innovation Laboratory
(www.medoilpro.com)

El enfoque holístico de “*Diseño para el decrecimiento: ecosistemas de packaging eficientes y circulares*” se considera desde una perspectiva pasada, presente y futura de forma transversal. Toda actividad humana genera un impacto sobre los ecosistemas y las personas, por lo tanto existe cierta responsabilidad compartida por todos. Siendo el ser humano el origen del problema, tendrá que ser también la solución al mismo.

Deberíamos interiorizar el significado de las palabras *límite* y *crecimiento*, entendiendo que la primera condiciona irremediablemente a la segunda. El olivar y, por ende, el aceite de oliva, cuentan con el privilegio de formar parte de uno de los sectores más sostenibles del planeta. El primero retiene CO₂ y tiene una huella hídrica y ambiental baja. Además, acoge una biodiversidad de ecosistemas de gran importancia. En cuanto al aceite de oliva, cabe destacar que posee numerosas propiedades sa-

ludables y, a nivel gastronómico, supone un alimento extraordinario que genera experiencias memorables. Por ello, es necesario actuar en consecuencia y alinearnos en esta cadena de valor a la hora de diseñar los ecosistemas de packaging del aceite con la finalidad de minimizar sus impactos, considerando que hasta el 80% de éstos se definen en la fase de diseño.

El Factor 4

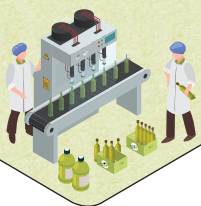
En la década de 1970, el Club de Roma, un laboratorio de ideas formado por un grupo de científicos, economistas e industriales, lanzó un reto a la comunidad internacional con la siguiente consigna: conseguir lo que se conoce como el “Factor 4”, es decir, que la humanidad pudiese duplicar su bienestar creciendo el doble pero utilizando la mitad de recursos, mediante estrategias de eficiencia científica, tecnológica e industrial. En la naturaleza ya se da este factor, fruto de millones de años de evolución, consiguiendo

perfeccionar los procesos de diseño, materiales, estructuras y formas y obteniendo resultados excepcionales en todos sus entornos, algo que siempre ha aprovechado el ser humano en beneficio propio.

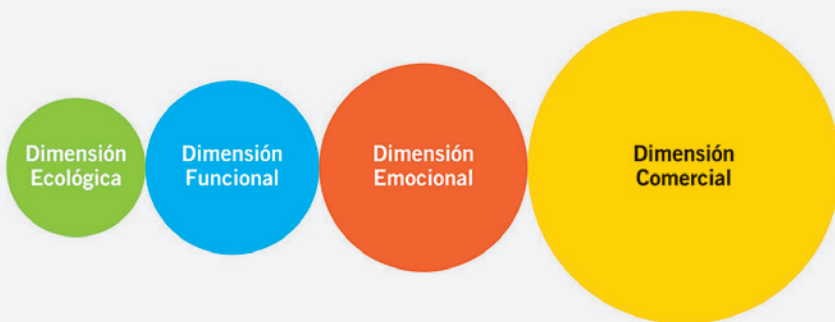
Desde esta perspectiva, el consumo de recursos por parte del ser humano desde la Revolución Industrial ha crecido exponencialmente. Su desarrollo se ha basado en una economía lineal “extraer, fabricar, consumir y tirar”- con el consiguiente impacto de generar ingentes cantidades de residuos al no contemplar el diseño desde la visión de la naturaleza y la economía circular.

Los límites del crecimiento

El Club de Roma encargó al MIT (Instituto Tecnológico de Massachusetts) que investigase hasta dónde se podía crecer sin poner en riesgo al planeta. El centro elaboró un informe denominado “*Los límites del crecimiento*”, donde se analizaba el límite de carga del planeta. Este texto se basaba en el programa



Diseño del packaging en la economía lineal



World3 creado por los propios autores del trabajo, que simulaba informáticamente las condiciones de crecimiento en los próximos 100 años según las fuentes de información disponibles en aquel momento. Llegaron a una conclusión clara: en un planeta con recursos limitados, las dinámicas de crecimiento exponencial no son sostenibles.

La era del Antropoceno

El término *Antropoceno*, acuñado por el biólogo estadounidense Eugene F. Stoermer, fue popularizado a principios del año 2000 por el químico holandés Paul Crutzen, Premio Nobel de Química en 1995. Este concepto explica el impacto que tiene la actividad humana sobre el clima y el planeta y los daños

irreversibles que se ciernen sobre él. El vocablo define una nueva era geológica que arranca en el año 1784, dando paso a la Revolución Industrial basada en una mentalidad económica consumista de crecimiento exponencial en la que se comienzan a utilizar las energías fósiles para su industrialización, desarrollo y progreso.

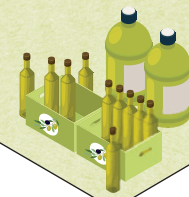
Desde ese periodo hasta la actualidad, el ser humano ha ido dejando una huella ecológica cada vez más profunda y, probablemente, irreversible. Si no cambiamos la actitud y el rumbo de la economía lineal a la circular y a una forma de consumo responsable, el planeta colapsará, ya que crecimiento y sostenibilidad son incompatibles.

Hay numerosas evidencias que inducen a pensar que el decrecimiento puede ser una de las vías que consigan frenar el deterioro planetario, como consecuencia de una mentalidad extractiva e ilimitada de recursos naturales. El Pacto Verde Europeo reconoce que el 40% del

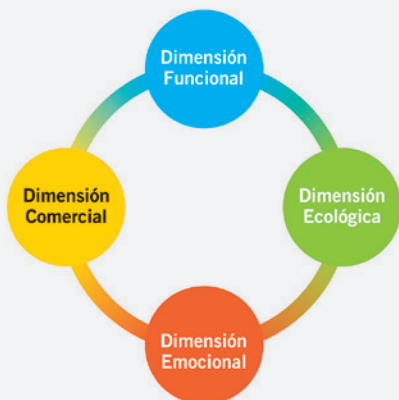
CIERRES A LA ALTURA DE SU AOVE

fourfam.





Diseño del packaging en la economía circular



Diseño sostenible a nivel económico, ambiental y social



plástico y el 50% del papel empleados en Europa se destinan a fabricar envases, lo que nos lleva claramente a pensar que debemos cuestionarnos y rediseñar el mundo del packaging.

Economía del deseo

El ser humano se mueve motivado por necesidades y, cada vez más, por deseos emocionales. A medida que tiene cubiertas las necesidades básicas, aspira a buscar formas de realización que le llevan a ascender en la pirámide de Maslow. Esto nos encamina a enfocar el desarrollo y el consumo de productos desde una perspectiva donde adquiere más importancia el continente que el contenido.

Con una globalización de la economía y una competencia feroz en el mercado, las marcas tienen que cambiar las reglas del juego para satisfacer deseos en vez de necesidades, condicionados por las nuevas tendencias de consumo y presionados por las cuentas de resultados. ¿Un envase de 5 l. es menos glamoroso que un envase de 0,5 l.? ¿Son ambos igual de sostenibles? Este enfoque nos ha inducido a consumir envases más pequeños, percibiéndolos como más seductores, incitándonos a un hiperconsumo de materiales y recursos para satisfacer nuestros deseos a costa de ser menos sostenibles.

En los últimos años se ha establecido un mayor uso de envases pequeños. Además, se empiezan a manifestar tendencias encaminadas hacia nuevas

formas de consumo más responsable. Esto implica diseñar sistemas de envases más eficientes, circulares y de mayor formato. Si se realizaran las métricas del impacto ambiental que tienen los formatos pequeños respecto a los grandes, cambiaría la visión romántica que se tiene actualmente de los envases pequeños. Si los consumidores demandan un packaging más sostenible, las marcas deberán adaptarse al cambio para sobrevivir, ya que el poder de decisión está en manos de los consumidores.

Obsolescencia programada

El packaging probablemente sea uno de los mejores exponentes de la obsolescencia programada, un término que se utiliza para designar los productos que se diseñan para un periodo de tiempo determinado, quedando desfasados anticipadamente por encontrarse fuera de una tendencia, moda o corriente estética, pese a ser envases que funcionan perfectamente a nivel de usabilidad, protección y conservación.

Las marcas comerciales desarrollan estrategias que inducen a un consumo constante de productos. En este escenario, el packaging juega un papel fundamental como activador de deseos, aun cuando los productos son los mismos. Sin embargo, la imagen del envase se renueva con la finalidad de ganar cuota de mercado. Deberíamos, por ello, reflexionar acerca de si los cambios son convenientes y necesarios porque se realizan mejoras sustanciales

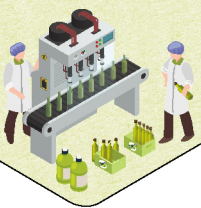
en el packaging o, por el contrario, se trata de un mero maquillaje. En algunos casos, estos cambios no han aportado mejoras, sino todo lo contrario.

Con la caducidad programada, la renovación de millones de envases genera un problema descomunal. La gestión de tal volumen genera un gran impacto ambiental en el proceso de reciclado. Asimismo, se produce una disfunción entre lo que se fabrica y lo que se recicla, dejando fuera de la cadena de reciclado un porcentaje importante de algunos materiales. Esto se manifiesta, en parte, por una mala praxis de diseño, no enfocado a la circularidad.

Greenwashing

Conocemos el *greenwashing* como la verdad oculta, el decir o aparentar lo que no es, el ecoblanqueo de marcas que comunican a través del packaging aspectos o características que no tiene en realidad el envase, sus materiales o procesos, empleando términos como *sostenible*, *ecológico*, *biodegradable*, *compostable*, etc. Esta lista interminable de adjetivos que confunden al consumidor, y que muchas veces no se pueden demostrar, se utiliza constantemente a través de la narrativa como estrategia de marketing para potenciar la marca y atraer comercialmente a un segmento del mercado que demanda esos atributos.

Podemos ver ejemplos de este *greenwashing* en envases de productos certificados ecológicos que sus etique-



tas o estuches utilizan tintas metalizadas, algo antagónico al propio producto. También en estuches que utilizan monomateriales pero que están laminados con un polímero, invalidando su circularidad para fabricar uno nuevo al aplicar este segundo material.

También se da el paradigma mediante la utilización de materiales que son subproductos derivados de una actividad agrícola y que su primer fin es la obtención de alimentos, cuyas materias primas se utilizan en la fabricación de materiales de packaging. Estos materiales generan un alto impacto ambiental al tener que transportarlos desde largas distancias, transmitiendo una imagen de sostenibilidad que no es real.

Podemos afirmar que el mejor packaging es el que no existe, pero a la hora de diseñar envases, debemos hacerlo desde los términos *reducir, reutilizar, rellenar, formatos grandes, monomateriales, energías renovables, proximidad, tintas sostenibles, materiales reciclados, desmaterializar* y todo aquello que pueda ayudar a reducir el consumo y el impacto ambiental.

Diseño para el decrecimiento

El packaging se ha convertido en un catalizador de las estrategias de venta y comercialización de las marcas, el eje sobre el que pivota su comunicación y narrativa, porque conecta directamente con el consumidor, sin filtros. Esto ha generado un hiperdesarrollo de envases y embalajes, hasta tal punto de llegar a la sobredimensión de un sector excesivamente materializado y sobrediseñado. Se consumen cantidades ingentes de recursos y energía, generando un volumen excesivo de emisiones y residuos que no siempre se pueden reciclar. Sin embargo, a día de hoy el packaging sigue siendo necesario para almacenar, conservar, transportar y consumir los productos.

El sector del aceite de oliva no es ajeno a este fenómeno, acrecentándose en los últimos años como consecuencia de la internacionalización y la globalización de los mercados. Se ha pasado del granel al envasado atomizado y, como consecuencia, hemos generado un ecosistema descomunal de residuos, formatos, materiales, etc., de compleja gestión para el ser humano. Se atisba un problema difícil de resolver si no se buscan soluciones que aporten racionalidad al diseño, la producción y la gestión de los envases, a través de estrategias de reducción, rellenado y circularidad.

Cabe destacar que la utilización de vidrio reciclado en la fabricación de nuevos envases reduce un 53% las emisiones de CO₂, logrando un ahorro de energía del 38% en su producción, según datos de Ecovidrio.

El diseño debe marcar el camino para desmaterializar este sector, un camino que pasa por el decrecimiento. Esto no implica que volvamos a épocas preindustriales, ya que algunos aspectos como la eficiencia, la calidad, la excelencia o la innovación tendrán que seguir creciendo. Sin embargo, recursos materiales como la energía, el agua o las emisiones deberán decrecer, permitiendo aportar mejoras sustanciales al planeta y el ser humano, una combinación indisoluble.

Canals

EXPERIENCIA E INNOVACIÓN



**Cápsulas y Precintos para
Envases de Aceite**
Capsules and Quality Seals for
Oil Bottles



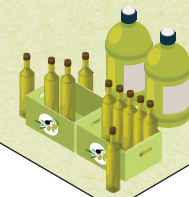
**Av. Pau Claris, 36-38 08760 Martorell
(Barcelona) SPAIN**

Tel. +34 93 775 04 62

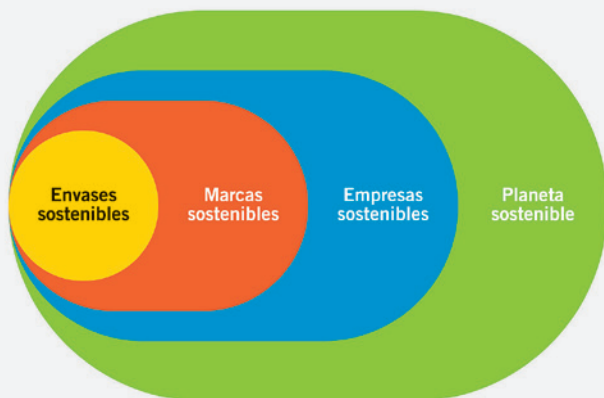
ventas@mmcanals.com

Fax: +34 93 775 55 54

www.mmcanals.com



De lo micro a lo macro: pequeñas acciones eficientes y circulares



Economía del espacio vacío en el packaging



Este enfoque plantea una visión fundamental, la de rediseñar el diseño de packaging basado en una economía lineal, extractiva y de sobreconsumo. ¿Son necesarios tantos tipos y formatos de envases? ¿Aportan una mejor usabilidad? ¿Reducen las emisiones? ¿Consumen menos materias primas? ¿Generan menos residuos? ¿Qué tipo de envases, formatos y materiales conservan mejor el aceite? ¿Una experiencia de marca y de producto justifica un nivel más alto de emisiones? Son preguntas que tendremos que ir resolviendo.

La economía del espacio vacío

En los últimos años se ha producido una explosión del comercio electrónico con la compra *on line* de todo tipo de productos desde nuestras casas. Millones de paquetes circulan cada día por carretera, tren, barco o avión, lo que representa un alto coste ambiental que ha llegado también al sector oleícola.

Esta cultura de compra ya está implantada en todos los países desarrollados y se prevé que su crecimiento sea exponencial, por lo que debemos interiorizar esta realidad. Este arquetipo, denominado “*La economía del espacio vacío*”, surgió hace unos años de la investigación conjunta realizada entre DS Smith y Forbes Insights, que concluía que el espacio vacío en los diferentes tipos de embalajes y contenedores que llegan a puerto es del 24%, algo que implica importantes consecuencias medioambientales y económicas.

Eficiencia de forma, altura y peso del packaging



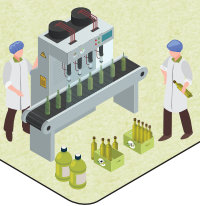
La citada problemática también se manifiesta en los diferentes envases de botellas y bidones. Las formas cilíndricas son menos eficientes que las cuadradas en lo que se refiere al espacio vacío, y también depende de si el envase es de cuello largo o corto, del espesor de las paredes, o de si la base es plana o cóncava. Todo ello tiene repercusiones sobre las dimensiones del embalaje, generando un volumen mayor y un consumo más elevado de cartón y de energía en su fabricación, lo que ocasiona un considerable impacto también en la logística.

Por lo tanto, debemos tener en cuenta todas estas variables a la hora de diseñar los sistemas de packaging, teniendo en cuenta que hasta el 80% de los im-

pactos ambientales se definen en la fase de diseño de los envases y embalajes.

Geosostenibilidad

Tal y como he mencionado anteriormente, la globalización de la economía y el comercio tiene como consecuencia una mayor movilidad geográfica en la circulación de materias primas, materiales y productos a nivel de fabricación y comercialización. Una medida eficiente para hacer frente a esta problemática es que los materiales y la fabricación de los envases y embalajes tengan un enfoque local, es decir, que sean de proximidad al entorno de las empresas que los consumen, con la finalidad de reducir los impactos que generan las cadenas de suministro medias y largas en el transporte y, por consiguiente,



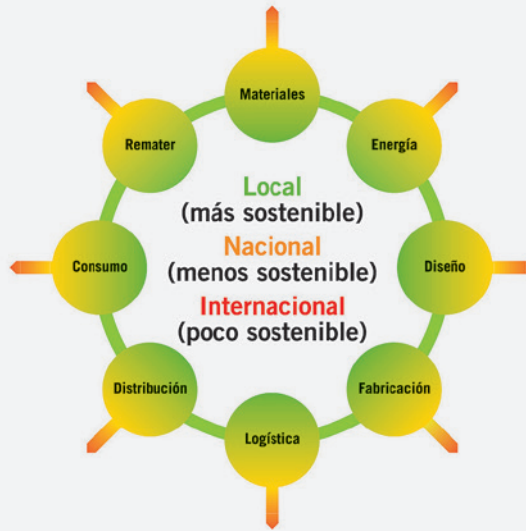
compensar las emisiones de su comercialización.

La geosostenibilidad es, por tanto, un factor importante a tener en cuenta en el diseño, ya que la distancia geográfica juega a favor o en contra de los impactos ambientales que genera el sistema de packaging. En este contexto, el decrecimiento de la distancia es también fundamental para aumentar la eficiencia de los envases.

Conclusiones

El concepto de *decrecimiento* se debe considerar como una vía para solucionar los acuciantes problemas que tiene el planeta. Decrecer no implica una menor calidad de vida, sino una mayor eficiencia. En este caso hay que priorizar calidad sobre cantidad, entender y comprender el alcance y lo que

Geosostenibilidad en el ecosistema del packaging



Nos encontramos ante uno de los mayores retos que se le plantea al ser humano, la supervivencia de su propia especie y la del resto de especies. La huella que está dejando no es la de su propio pie, sino una huella cuya forma está a su vez compuesta por millones de envases abandonados por el planeta en todo tipo de ecosistemas.

Si continuamos así, el sector del packaging contribuirá de forma determinante a la contaminación del planeta. En este sentido, ¿se encaminará nuestra civilización hacia el colapso? O, por el contrario, ¿repensaremos nuestro estilo de vida para ser más eficientes, sostenibles y circulares y poder así dejar un planeta habitable a las siguientes generaciones? 🍀

significa contar con recursos finitos, o que crecimiento y la sostenibilidad son incompatibles en un contexto de dinámicas de crecimiento exponenciales.

GALLARDO

INGENIERÍA Y MAQUINARIA PARA EL EMBOTELLADO

EMBOTELLADORAS GALLARDO PARA ACEITES

Desarrollamos soluciones tecnológicas innovadoras para mejorar el día a día productivo de nuestros clientes del sector de aceites.



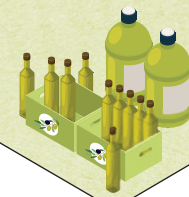
EMBOTELLADORA ELECTRÓNICA
CON CAUDALÍMETRO MÁSIICO.

EMBOTELLADORA ELECTRÓNICA
PONDERAL CON BÁSCULA DE PESO.









SinglePack: desarrollo de nuevos envases monodosis biodegradables-compostables para el envasado de salsas y aceites

Consciente de la necesidad de buscar materiales más sostenibles y respetuosos con el medio ambiente, Acesur ha puesto en marcha el proyecto SINGLE-PACK, cuyo objetivo es eliminar el plástico y crear un envase monodosis de papel -manejable, sencillo, seguro y 100% compostable y circular- que resulte adecuado para el envasado de aceite de oliva virgen extra y salsas, mediante la investigación y desarrollo de nuevos y revolucionarios tratamientos superficiales con materiales naturales (*multi-coatings*) que confieran al papel unas excelentes propiedades barrera y permitan una mejor conservación del producto.



Cada año se generan sólo en Europa 25 millones de toneladas de residuos plásticos, de las cuales más del 60% se corresponden con residuos de envases. Únicamente un 30% de dichos residuos es reciclado, mientras que el resto son incinerados (39%) o acaban en vertederos (31%). Además, se estima que entre el 1,5 y el 4% de la producción global de plásticos acaba anualmente en los océanos.

Como respuesta a este problema medioambiental, la Comisión Europea publicó a principios de 2018 la primera estrategia europea para los plásticos en la economía circular, en la cual se establecen unos objetivos muy ambiciosos en esta materia. Entre dichos objetivos destaca el hecho de que para 2030 todos los envases de plástico comercializados en la UE deberán ser reutilizables o reciclarse de manera óptima y rentable.

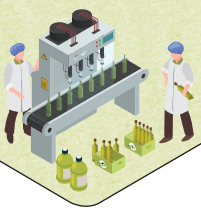
Una de las primeras medidas derivadas de esta estrategia fue la aprobación, en



mayo de 2019, de la Directiva 904/2019, centrada especialmente en ciertos plásticos de un solo uso, y conocida por sus singlas en inglés como la Directiva SUP ("Single Use Plastics"). La Directiva SUP establece diferentes medidas que se aplican a determinadas categorías de productos dependiendo, entre otros factores, de la disponibilidad de alternativas a dichos productos. Las medidas incluyen prohibiciones absolutas para reducir el consumo de artículos clave de plástico de un solo uso, así como priorizar los envases reutilizables y los sistemas de reutilización frente a los productos de un solo uso.

Dicha Directiva ha sido recientemente transpuesta a nivel nacional en la Ley 7/2022, de residuos y suelos contaminados para una economía circular, aprobada en abril de 2022 y en la cual se nombra explícitamente a los envases monodosis en su artículo 55:

"4. En relación con las bandejas de plástico que sean envases y no estén afectadas por el Anexo IV y con productos monodosis de plástico, anillas de plástico que permiten agrupar varios envases individuales y palos de plástico usados en el sector alimentario como soportes de productos (palos de caramelos, de helados y de otros productos), todos ellos fabricados con plástico no compostable, los agentes implicados en su comercialización avanzarán en una reducción de su consumo mediante la sustitución de estos productos de plástico preferentemente por alternativas reutilizables y de otros materiales tales como plástico compostable, madera, papel o cartón, entre otros."



[Se pretende conseguir un envase monodosis manejable, sencillo, seguro y 100% sostenible y circular que tras su reciclado permita su utilización para la fabricación de compost que pueda devolverse al campo en forma de fertilizante orgánico]

Por tanto, desde hace años los envases plásticos están en el punto de mira de la sociedad y la administración nacional y europea, que está vetando su utilización a nivel legislativo para evitar el volumen de plástico desechado tras su uso que termina en nuestros océanos. Esto es especialmente relevante en los envases monodosis, debido a su pequeño tamaño, su dificultad para ser identificados por sistemas de clasificación disponibles en las plantas de reciclado y por el hecho de que suelen desecharse con un alto contenido en materia orgánica (alimento), dificultando más si cabe su aptitud para reciclarse.

Por otro lado, los envases alimentarios han cobrado una especial relevancia en los últimos años durante la pandemia del COVID-19, al representar una vía directa para proteger los alimentos y consumidores. En este sentido, el envase monodosis ha constituido la tendencia clara a la hora de proporcionar alimentos como salsas, aceites de oliva y aliños en el canal Horeca, ya que se logra una mayor seguridad higiénica para los consumidores.

Monodosis, un formato que ha llegado para quedarse

Este hecho ha supuesto un cambio en la dinámica de mercado del formato

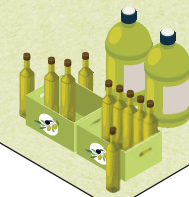
monodosis, experimentando un aumento exponencial de su venta y consumo, especialmente durante la pandemia debido a la limitación del uso de condimentos compartidos en el canal Horeca

quatro®

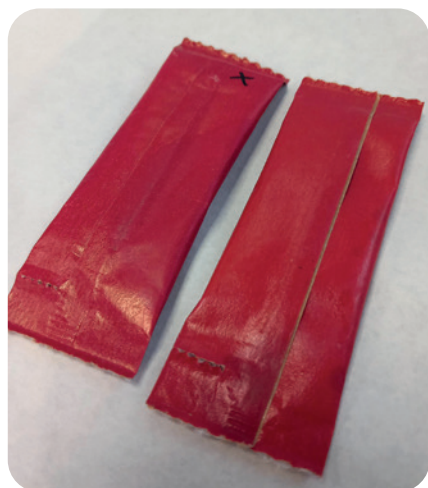
ETIQUETAS



Sleeves · Etiquetas adhesivas · Precintos garantía
Maquinaria reimpresión y packaging



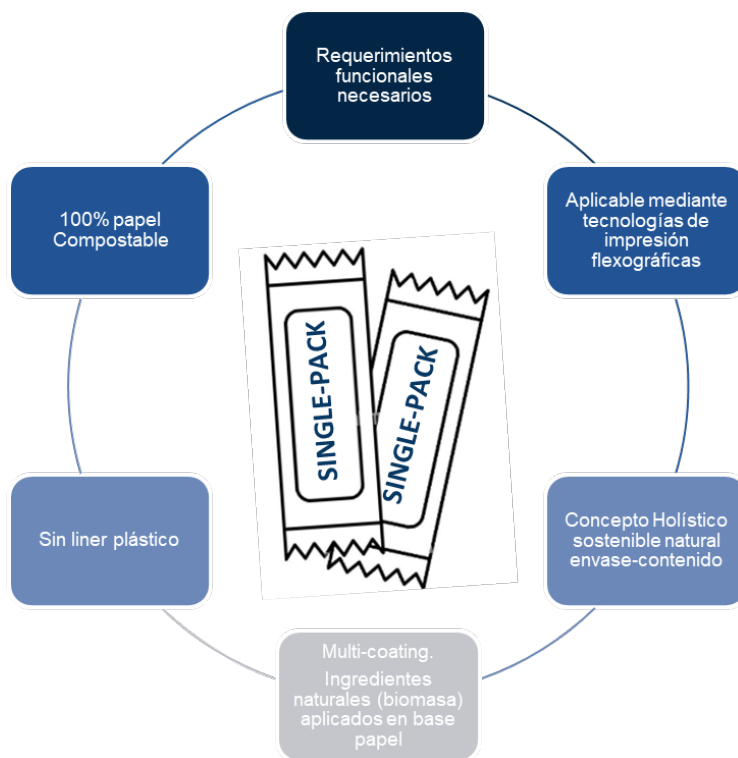
[Otra de las innovaciones que plantea el proyecto es desarrollar salsas sostenibles, saludables y 100% naturales, sin aditivos artificiales en su formulación, de manera que se obtengan fórmulas *clean label* para un envase 100% biodegradable]



instaurada por las diferentes Administraciones a nivel autonómico y nacional.

Además, cabe destacar otras tendencias como el aumento de la demanda de alimentos fáciles de preparar y de productos listos para consumir (*Ready-To-Eat*), que acompañan habitualmente envases monodosis de ingredientes y/o salsas, para los que también se antoja necesario buscar soluciones sostenibles. Así, la tendencia es clara: el uso de monodosis ha llegado para quedarse.

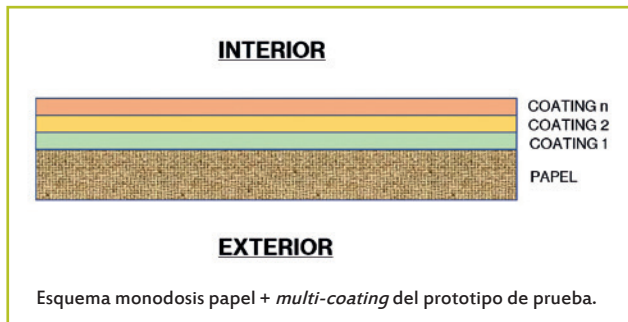
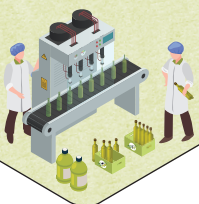
En este contexto dual, de aumento sostenido de la venta y consumo de monodosis y necesidad de buscar materiales más sostenibles y respetuosos con el medio ambiente -como, por ejemplo, los procedentes de fuentes renovables o biodegradables-, Acesur, consciente de su entorno y de estas necesidades del



sector alimentario, ha puesto en marcha el proyecto SINGLE-PACK, cuyo objetivo es crear un envase monodosis 100% de papel (compostable), sin plástico y adecuado para el envasado de aceite de oliva virgen extra y salsas, mediante la investigación y desarrollo de nuevos y revolucionarios tratamientos superficiales con materiales naturales (*multi-coatings*) que confieran al papel unas excelentes propiedades barrera y permitan una mejor conservación del producto.

Así, se pretende conseguir un envase monodosis manejable, sencillo, seguro y 100% sostenible y circular que tras su reciclado permita su utilización para la fabricación de compost que pueda devolverse al campo en forma de fertilizante orgánico, para el comienzo del ciclo de producción de papel.

En el mercado ya existen algunos envases monodosis que representan un avance con respecto a los de plástico al estar formulados en papel, con la im-



portante característica de que llevan laminada o adherida en su cara interna un film plástico muy delgado y multicapa que es el que aporta las propiedades barrera requeridas para que los alimentos contenidos en ellos disfruten de una correcta conservación (aceites y salsas). Su presencia reduce en cierta manera la utilización de plástico pero no soluciona el problema, ya que sigue existiendo dicho film que afecta tanto a la capacidad de reciclarse como de comportarse de estos envases.

Clean label

En paralelo -pero alineado con el objetivo fundamental-, otra de las innovaciones importantes que plantea el proyecto es desarrollar salsas sostenibles, saludables y 100% naturales, sin aditivos artificiales en su formulación, de manera que se obtengan fórmulas *clean label* para un envase 100% biodegradable.

En España aún no está generalizado el concepto de *clean label*, de manera que es una práctica habitual utilizar ciertos aditivos de origen artificial para una conservación eficiente de alimentos. La creciente demanda de productos *clean label* está llevando a explorar esta línea de trabajo abordándola desde un punto de vista global, incluyendo el envase. Así, también se está trabajando dentro del proyecto en la creación de nuevas formulaciones de salsas -tipo mayonesa, ketchup, mostaza, alioli y otras- que impliquen una etiqueta *clean label* y que sean 100% compatibles con los nuevos envases.

En este sentido, las especificaciones de partida para las nuevas salsas serán:

- Producto 100% natural: todos los ingredientes deben ser de origen natural, lo que significa que los aditivos sintéticos deben quedarse fuera de la formulación.
- Listas de ingredientes cortas y simples: los ingredientes presentes necesitan tener nombres comunes, fácilmente identificables por el público en general.
- Mínimamente procesados: la fabricación implicará una mínima cantidad de tratamientos.

Aunque la exigencia del *clean label* representa un desafío importante para Acesur, actualmente se está trabajando en el desarrollo de nuevas formulaciones con nuevos ingredientes naturales que sigan manteniendo las mismas características sensoriales -o mejores- del producto final, contribuyendo a que éste sea seguro, duradero, saludable y sostenible. 🍀



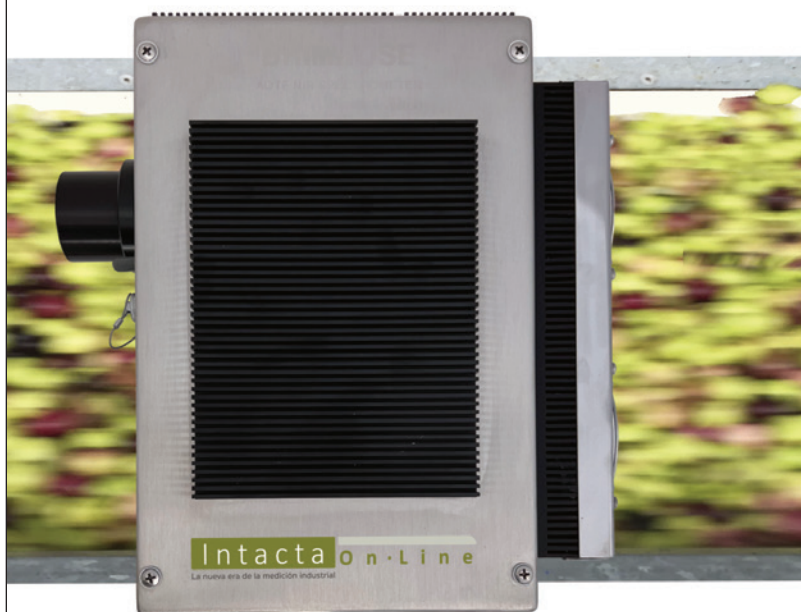
Intacta On-Line
La nueva era de la medición industrial

MEDICION EN CONTINUO

Aceituna entera sobre Cinta Transportadora

GRASA, HUMEDAD Y ACIDEZ

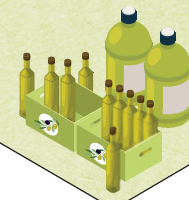
- ✓ Análisis completamente automático
- ✓ Sin necesidad de tomar muestras
- ✓ Sin necesidad de molturación
- ✓ Sin atención humana
- ✓ Analiza la descarga completa



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



Hispack celebra su 19ª edición: la industria del packaging entra de lleno en la economía circular



Así se constató en Hispack, la feria del envase y embalaje de España, celebrada del 7 al 10 de mayo en el recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona y que contó con más de 26.000 visitantes, el 11% internacional. La sostenibilidad fue la gran protagonista en las innovaciones presentadas y en las actividades de una edición que ayudó a fabricantes y marcas de diferentes sectores a adaptar el packaging y sus procesos asociados de producción y logística al nuevo marco normativo.

Respondiendo a las expectativas generadas, Hispack se erigió nuevamente en el punto de encuentro del sector para mostrar la innovación en packaging y su impacto positivo en numerosas industrias usuarias, en los consumidores y en el planeta. El salón recibió un 8% más de visitantes que en la pasada edición celebrada en 2022, cuando registró 24.287 asistentes, sin contar los que aportó el salón de la industria gráfica, Graphispag, con el que se celebró simultáneamente. En su 19ª edición, Hispack reunió a un total de 819 expositores de 28 países.

Durante cuatro días, el salón de Fira de Barcelona fue un escaparate de tendencias y soluciones para dar respuesta a los requerimientos de los cambios legislativos orientados a implantar la economía circular a partir de la reducción, el reciclaje y la reutilización de materiales,



envases y embalajes. En líneas generales, los expositores se mostraron satisfechos de los contactos comerciales realizados, destacando la calidad del visitante que acudió a la cita sectorial y su interés por resolver retos concretos

vinculados a la sostenibilidad tanto del propio packaging como de la tecnología de producción asociada.

El presidente del salón, Jordi Bernabeu, realizó un buen balance de la feria “que ha atraído a visitantes con poder

YOUR PARTNER IN OIL & VINEGAR PACKAGING SOLUTIONS

DESIGN &
INNOVATION

MANUFACTURING
SERVICES

CUSTOMER
SOLUTIONS



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

berlinpackaging.eu



Hybrid Packaging Supplier



El ministro de Industria y Turismo, Jordi Hereu, visitó Hispack para tomar contacto personal con la industria del packaging.

de decisión gracias a una potente oferta comercial representativa de todo el ciclo de vida del packaging y a un programa de actividades que ha promovido la interacción y el debate sectorial en un momento de transformación como el actual". Bernabeu también destacó el objetivo cumplido de crecimiento a nivel internacional, atrayendo visitantes y compradores de mercados de interés para las exportaciones de la industria española del packaging.

Y es que este año creció la oferta internacional, con casi la tercera parte del total de expositores de fuera de España. Turquía fue el país extranjero que más empresas aportó, seguido de Italia, China, Alemania, Francia Países Bajos, Portugal y Reino Unido.

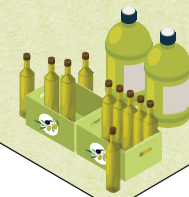
Por su parte, el director de Hispack, Xavier Pascual, subrayó "el carácter generalista de la feria como uno de sus puntos fuertes a la hora de reunir a profesionales de diferentes industrias, así como su papel para facilitar la permeabilidad de la innovación y el conocimiento cruzado en torno al packaging entre varios sectores".

Además, el ministro de Industria y Turismo, Jordi Hereu, visitó Hispack para conocer de primera mano las innovaciones en clave de sostenibilidad presentadas por los expositores. Hereu remarcó "el magnífico termómetro del clima industrial que supone la feria, ya que si al packaging le va bien, significa que las industrias usuarias aumentan la demanda".

El 60% de la oferta comercial de Hispack -cuya próxima edición tendrá lugar del 4 al 7 de mayo de 2027- correspondió a equipos y maquinaria de packaging, embotellado, etiquetado, codificación, trazabilidad, proceso, automatización, robótica y logística. Mientras, el 40% de expositores restante presentó materiales, PLV y elementos de envase y embalaje específicos para diferentes sectores industriales y de consumo, así como para la distribución, el *e-commerce* y el retail.

Tendencias en la feria

Los envases sostenibles buscan minimizar el impacto ambiental mediante el ecodiseño enfocado a la reducción de los materiales, al reciclaje y a la reutilización, así como a través del análisis del ciclo de vida del packaging desde su producción hasta su eliminación. También con un mayor



uso de materiales reciclados o biodegradables, con el despliegue de envases inteligentes que mejoran la eficiencia de la cadena de suministro, la trazabilidad y la experiencia del consumidor, y con una renovación de los procesos de producción para reducir la huella de carbono. En este sentido, la automatización, la robótica y la Inteligencia Artificial se alían para impulsar la transformación digital y la sostenibilidad del packaging.

Todo ello se constató tanto en la oferta comercial de Hispack como en las más de 80 actividades de conocimiento y *networking* que incluyó la feria y en las que participaron más de 150 ponentes. Sobresalió el espacio “Hispack Unboxing”, con un programa de conferencias, mesas redondas y presentaciones, en las que participaron representantes de empresas de alimentación y bebidas, cosmética, farmacia, textil o construcción para explicar sus experiencias en relación con el packaging sostenible, además de entidades, centros tecnológicos, clústeres y suministradores de tecnología y materiales. Entre los ponentes, destacaron los responsables de packaging y/o de sostenibilidad de marcas como Almirall, Calidad Pascual, García Carrión, El Corte Inglés, Nauteerra o Shiseido.

Nuevas iniciativas

A su vez, Hispack estrenó el “Engineers Day”, una iniciativa de la mano de Engineers Industrials de Catalunya (EIC)



dirigida a profesionales con perfil técnico y de ingeniería que intervienen en los procesos de producción, I+D, operaciones y cadena de suministro con ponencias sobre automatización y robótica aplicada a la intralogística y otras actividades de *networking*.

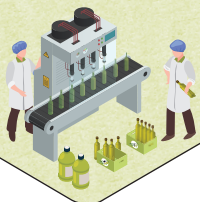
También fue una novedad la decena de rutas temáticas por la feria, abiertas a los visitantes, para descubrir materiales y envases creativos e innovadores, cómo hacer el envase circular, o lo último en intralogística, la sostenibilidad de las tecnologías de packaging o de los envases plásticos, la industria 4.0 en el sector del envase y embalaje y el *smart packaging*.

Paralelamente, bajo la denominación “Best in class”, Hispack explicó y reco-

noció tres casos de éxito internacionales con la sostenibilidad del packaging como protagonista. Se trata de la ciudad danesa de Aarhus, que ha creado un sistema circular municipal de recogida, lavado y reutilización de envases de bebidas y comida para llevar; de la firma japonesa Kao Corporation, con un innovador sistema para reciclar envases plásticos de recarga con los que fabricar de nuevo envases del mismo tipo; y del proyecto de AMITA Corporation, que utiliza tecnología *blockchain* para la trazabilidad del reciclaje de los tapones de botellas de plástico.

Por otro lado, Hispack contribuyó a proyectar internacionalmente la tecnología y soluciones de packaging español.





Ella L'Ariadna.



OliverOnda.

lógicos. Los trabajos de PLV apostaron por soluciones automontables principalmente de cartón, de gran visibilidad, resistencia y durabilidad, y con menor impacto medioambiental.

En concreto, *OliverOnda*, presentado por Coreti, fue reconocido en la modalidad de packaging, por su etiqueta aterciopelada impresa digitalmente y con estampaciones oro y barnices serigráficos que consiguen un espectacular resultado táctil y visual para que esta botella de aceite de oliva Premium destaque en el lineal.

En esta modalidad también fue premiado el diseño del AOVE *Ella L'Ariadna*, presentado por DeBonaTinta Estudi Gràfic. En este caso, la botella de color azul se presenta dentro de una caja de madera para ser reutilizada como casa-nido para pájaros pequeños. La etiqueta es una alegoría a la familia con la ilustración de unas carboneras que vuelan entre los olivos.

Este acto en Hispack sirvió también para el lanzamiento de la convocatoria de los Premios Liderpack 2024, por lo que fabricantes, agencias de publicidad y branding, diseñadores y marcas pueden presentar hasta el 20 de septiembre sus mejores envases, embalajes y soluciones de Publicidad en el Lugar de Venta (PLV) a este concurso. Todos los proyectos presentados deben haberse fabricado en España en 2023 y el primer semestre de 2024. 🍷

las para favorecer las exportaciones. En este sentido, el salón invitó a través de su programa "Hosted buyers" a un centenar de profesionales con proyectos concretos y capacidad de importación, mayoritariamente de Túnez, Marruecos, Polonia y México, mercados objetivo para el packaging español por su potencial de crecimiento.

Premios Liderpack

Finalmente, la feria fue el escenario de la entrega de los Premios Liderpack 2023, los más importantes galardones de Packaging y Publicidad en el Lugar de Venta (PLV) en España, convocados por Graphispack Asociación e Hispack. Los 45 trabajos premiados se expusieron en el salón.

En esta edición, el diseño de los AOVes *OliverOnda* y *Ella L'Ariadna* fue reconocido en estos premios. Nuevamente, la sostenibilidad fue el denominador común en la práctica totalidad de soluciones premiadas, que también aportaron innovaciones interesantes en cuanto a ergonomía, funcionalidad, gráfica y diseño u optimización logística.

En packaging destacó el uso de monomateriales, principalmente cartón, o de materiales plásticos 100% reciclados y reciclables. Se constató también la tendencia a reducir la cantidad y peso de las materias primas empleadas o la eliminación de elementos superfluos, además de la introducción de procesos de fabricación más eficientes y la impresión con tintas y barnices más eco-



tecnicarton.com

Magnus, la solución Oneway más rentable para exportación de líquidos



Envíos OneWay

Kit plegado

80%

Ahorro de espacio de almacenamiento



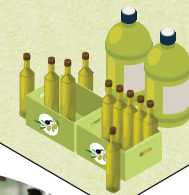
Fácil montaje
x1 operario

Mejora en productividad y ahorro de tiempo



Especialmente pensado para exportaciones marítimas y terrestres





Aceite de oliva: la importancia de elegir el envase más adecuado



El aceite de oliva virgen extra posee un sinnúmero de propiedades que requieren ser protegidas de forma meticulosa, pues sólo así se podrán conservar sus nutrientes y su sabor. Es precisamente esta labor la que recae sobre el envase, cuya finalidad es la de preservar las cualidades del producto. Para cumplir este objetivo fielmente, los elementos que conforman el envase deben estar sumamente controlados y muy bien escogidos.

Por *Belén García*

Directora de la Plataforma Tecnológica Española de Envase y Embalaje-PACKNET

Cuando hablamos de un envase para aceite de oliva, existen algunos aspectos generales a tener en cuenta. En primer lugar, éste debe ser opaco, preferentemente, y en su defecto conservarse en un lugar oscuro, donde la luz no sea habitual. Otra cuestión importante es la ventilación: el aceite de oliva virgen extra no debe estar en contacto directo con el aire, por lo que deberá contar con un buen precinto que garantice la completa estanqueidad. También hay que destacar la necesidad de una temperatura media, nunca cercana a fuentes de calor. Por último, conviene hacer especial mención a la posible oxidación del aceite si estuviera contenido en envases de metal.

Otro aspecto crucial a la hora de escoger el envase adecuado es el actual marco legal vigente en España derivado del Real Decreto de Envases y Residuos de Envases que entró en vigor a finales de 2022, lo que implica considerar sus directrices al establecer nuevos requisitos y obligaciones aplicables tanto a envasadores como a distribuidores. Esta norma, que vino a trasponer la revisión operada en 2018 (Directiva UE 2018/852) de la Directiva de Envases y Residuos de Envases y algunos aspectos pendientes de la Directiva de Plásticos de un solo Uso (Directiva UE 2019/904), también actualizó el régimen jurídico de este importante flujo de resi-



duos a la luz de la nueva Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular.

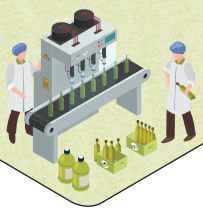
Este texto legislativo concede especial importancia a conceptos como la prevención, la reutilización y el reciclado. Respecto a la reutilización, el Real Decreto no sólo se refiere a objetivos dirigidos al canal Horeca, sino que también se enfoca a los envases domésticos, categoría donde estaría recogido el aceite. En cuanto al reciclaje, esta norma prevé que para 2025 se recicle al menos el 65% de los envases y también establece la obligatoriedad de introducir determinados porcentajes de material

reciclado en los nuevos envases que se vayan a colocar en el mercado.

A todo ello se unen las obligaciones para esclarecer la información al alcance de los consumidores. Así, en los propios envases deberá estar indicado si son o no reutilizables y cuál es el contenedor al que pertenece en el momento del deshecho. Por otra parte, queda prohibido hacer alusión al respeto del medio ambiente o cualquier similitud que pueda llevar a confusión y, por lo tanto, conducir al abandono del envase.

No obstante, resulta imprescindible también hacer referencia a la próxima entrada en vigor del Reglamento de Envases





y Residuos de Envases recientemente aprobado por el Parlamento Europeo que pretende armonizar las medidas nacionales sobre la gestión de los envases y de los residuos de envases, mejorando además la calidad del medio ambiente mediante la prevención y la reducción del impacto de los envases y residuos de envase sobre el entorno. Este Reglamento también hace especial hincapié en aspectos como la reutilización, el etiquetado, la reciclabilidad, la responsabilidad ampliada del productor o la contratación pública ecológica.

También conviene mencionar tanto la resolución legislativa del Parlamento Europeo, de 23 de abril de 2024, sobre la propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo por el que se insta un marco para el establecimiento de requisitos de diseño ecológico aplicables a los productos sostenibles, como la Directiva (UE) 2024/825 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de febrero de 2024, por la que se modifican las Directivas 2005/29/CE y 2011/83/UE en lo que se refiere al em-

poderamiento de los consumidores para la transición ecológica mediante una mejor protección contra las prácticas desleales y una mejor información.

A modo de conclusión

El aceite es un producto esencial para los consumidores, valorado por sus múltiples usos y beneficios. Cumplir con la normativa y adaptarse a las demandas de la sociedad permite seguir manteniendo esa estrecha relación entre consumidores y producto.

En definitiva, se puede afirmar que los cambios en materia de envases son importantes y determinantes. El sector del aceite debe adaptarse en esta materia teniendo en cuenta que la elección del envase adecuado no sólo protege la calidad del producto en cuanto a sabor y textura, también lo hace respecto a su seguridad y durabilidad.

Acerca de PACKNET

Constituida en 2009 como una red española de cooperación científica y tecnoló-

gica, al amparo de la Estrategia Nacional de Ciencia y Tecnología y del Plan Nacional de Investigación, Desarrollo e Innovación, PACKNET-Plataforma Tecnológica Española de Envase y Embalaje es un foro de trabajo multidisciplinar liderado por las empresas y sus organizaciones empresariales que cuenta con el soporte de los centros tecnológicos, organismos de investigación y universidades, estando abierta a la participación de todas las entidades y empresas con intereses a lo largo de la cadena de valor del envase y el embalaje.

Su objetivo es ofrecer una verdadera respuesta estratégica conjunta al sector del envase y el embalaje, así como crear un espacio común donde los agentes puedan intercambiar conocimientos, aunar esfuerzos e impulsar la I+D+i en el sector del packaging. Otro de los objetivos prioritarios de PACKNET es estimular la generación de una masa crítica de I+D+I de carácter interdisciplinar e intersectorial atendiendo prioridades y retos de la sociedad. 🟩

www.valeformoso.com



LAGAR HERDADE
VALE FORMOSO

En Lagar Herdade Vale Formoso apostamos por la producción de un AOVE de la mayor calidad. Con este fin disponemos de las más cuidadas y modernas instalaciones, integradas en el entorno del pantano de Alqueva, corazón del Alentejo portugués y referente mundial de la olivicultura moderna.

Todo nuestro esfuerzo se centra en un cuidado minucioso de la aceituna recibida y de los AOVES obtenidos, adaptando todos nuestros procesos a los más altos estándares de calidad y de seguridad alimentaria.



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



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



Campos de Biatia, nacido para conquistar



En la comarca jiennense de La Loma, la ciudad de Baeza, Patrimonio de la Humanidad, ofrece al visitante un rico legado histórico y cultural. En su apuesta por la calidad y la búsqueda de la excelencia, la SCA Oleícola Baeza destaca por el esmero mostrado en todas las etapas del proceso productivo, desde la selección de las parcelas hasta el envasado de sus AOVes.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

Declarada por la Unesco -junto a Úbeda- Patrimonio de la Humanidad en 2003 por su monumental conjunto renacentista, Baeza se alza entre un extenso mar de olivos en el centro geográfico de la provincia de Jaén. En esta pequeña ciudad a los pies del Guadalquivir que inspiró algunos de los mejores poemas de Antonio Machado y acogió a numerosas culturas y civilizaciones, y cuyas calles empedradas albergan algunos de los edificios renacentistas mejor conservados de Europa, nació

en 1995 la SCA Oleícola Baeza fruto de la inquietud de un grupo de agricultores que decidieron aunar esfuerzos para elaborar un aceite de oliva virgen extra de calidad con la impronta de esta ciudad de singular belleza cargada de historia.

En la actualidad cuenta con alrededor de 330 socios que hacen suyo el lema “directamente de la cooperativa a tu casa”. Sus olivares en la comarca de La Loma beben de las aguas de los ríos que circundan este territorio y de los aprovechamientos subterráneos de pozos y acuíferos, con los que se incre-

menta y mejora la productividad de las fincas, en su gran mayoría de regadío. De hecho, cabe destacar que hasta 2019 Baeza fue el municipio de mayor producción de aceite de oliva de la provincia de Jaén y, por tanto, del mundo.

La única variedad cultivada en sus 1.700 hectáreas de olivar tradicional es la picual. La recolección comienza en el mes de octubre, cuando se recogen los frutos destinados a sus AOVes Premium de cosecha temprana, caracterizados por su color verde esmeralda, intenso frutado y complejidad aromática, especialmente ricos en antioxidantes y





González y París

La experiencia marca la diferencia



Equipo humano de la SCA Oleícola Baeza, una pequeña gran familia.

La auténtica joya de la corona es *Campos de Baeza La Dama Íbera*, un magnífico AOVE Premium de edición limitada y primer día de cosecha cuyo nombre rescata el pasado íbero-romano de Baeza

polifenoles. La campaña de recolección prosigue durante el mes de noviembre, cuando la aceituna está en envero y pasa del verde intenso a tonos rojizos y violáceos, obteniéndose zumos muy equilibrados y aptos para todo tipo de paladares. Ya en diciembre -en función de la cosecha y las condiciones meteorológicas la campaña puede prolongarse hasta el mes de enero- se elaboran los AOVes maduros para los amantes de zumos menos intensos y frutados.

La cooperativa sigue un riguroso proceso dirigido y controlado en todo momento por técnicos especializados tanto en el campo como en la almazara, clasificando y seleccionando las mejores aceitunas picuales en su estado óptimo de madurez, que son molturadas a las pocas horas de su recogida. Los AOVes resultantes son categorizados mediante analítica de laboratorio y cata profesional antes de su almacenamiento en bodega en depósitos de acero inoxidable inertizados con nitrógeno.

La producción anual media es de 10 millones de kilos de aceituna, de los que se extraen alrededor de 2.500.000 kilos de aceite de oliva, de los que el 85% se comercializa a granel y el 15% es destinado al envasado (4% para los socios). El 60% del aceite obtenido es virgen ex-



tra, con un 30% de virgen y un 10% de lampante.

En busca de los más altos estándares de calidad

Con una capacidad de molturación de 10.000.000 de kilos de aceituna, las instalaciones y maquinaria de la SCA Oleícola Baeza han sido renovadas para lograr los más altos estándares de calidad -próximamente será el turno de las oficinas y tienda-. El patio de recepción cuenta con cinco líneas, cuatro de Asi-gran y otra de la firma Hermanos del Real, y

cintas alimentarias de la marca Sava. Además de siete tolvas de almacenamiento de hierro fundido de 60 kilos de capacidad cada una, en el área de recepción encontramos dos grupos de molinos gemelos de 60 CV en acero inoxidable de Centrifugación Alemana, junto a dos bombas de trasiego de masa hidráulica con pistón de la firma González y París.

La zona de extracción dispone de tres batidoras de 4 cuerpos de 3.500 kg. en acero inoxidable de Centrifugación Alemana, así como de cuatro bombas mono y tres decánters (modelos *DH275CA*, *DH180CA* y *HS400CA*) de la misma firma; cuatro centrifugas verticales, una de la marca Alfa Laval (modelo *4000* de descarga automática), dos de Andritz (modelo *CAO2000*) y otra de Pieralisi (*P1500*), además de

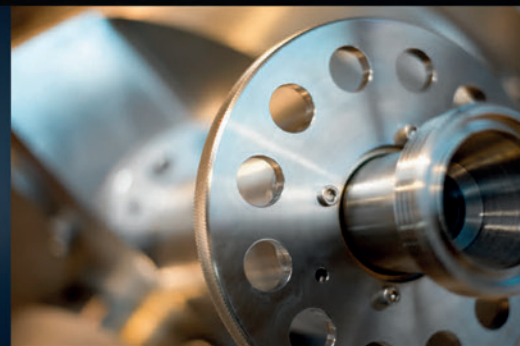


Palacín

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





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



Tres gamas de AOVE bajo una misma marca

La SCA Oleícola Baeza comercializa todos sus aceites bajo la marca *Campos de Biatia* -el nombre romano de Baeza-, así como chocolates artesanos y mermeladas elaborados con su AOVE. Todo el packaging y *branding* de la marca ha sido desarrollado por el multipremiado estudio ubetense Cabello x Mure.

El AOVE de la *Gama Familiar* -caracterizada por su versatilidad y comodidad- es un frutado maduro (diciembre), polivalente y equilibrado que resulta ideal para la cocina: guisos, frituras, carnes... Se presenta en envase PET de 1, 2 y 5 l., y botella de cristal de 500 y 250 ml. Por su parte, el de la *Gama Variety Collection* es un frutado medio de recolección temprana (noviembre) disponible en botella de vidrio de 500 ml. de original diseño -cuyo color y textura recuerdan a la característica cerámica baezana- y *bag in box* de 3 l. Como su propio nombre indica, se trata de una colección de variedades que nace con la picual y pronto crecerá con otros cultivares de la zona como arbequina y frantoio.

La auténtica joya de la corona es *Campos de Biatia La Dama Íbera*, un

tres bombas mono de esta última firma; y el sistema OLEOSIM de Innovaciones Oleícolas para separar, clarificar y purificar los aceites procedentes de los decánters o centrifugas horizontales.

Las instalaciones albergan dos bodegas. La primera contiene 15 depósitos de 48.000 kg. de acero inoxidable de Calderería Bujalance con tuberías de conexión de 90 DN y tubería de purgue de 50 DN; mientras que en la segunda encontramos 41 depósitos inox, 10 de 48.000 kg., 29 de 51.000 kg. y dos de 60.000 kg., también de Calderería Bujalance, con tuberías de conexión 90 DN, tubería de purgue 60 DN y dos bombas de carga de la firma TREICO.

Finalmente, la cooperativa cuenta con envasadora propia para controlar todo el proceso productivo y garantizar la completa trazabilidad de sus virge-

La tienda *on line* alojada en su web, estrenada en 2020, concentra un 40% de las ventas totales

nes extra. La sala de envasado consta de una envasadora semiautomática de cuatro chorros de Ifamensa (modelo M4/5-TB1); una llenadora de dos chorros de AUTELEC (modelo DL-294); tres bidones nodriza, uno de 10.000 kg. y otros dos de 7.000 kg., de Calderería Bujalance; y tres filtros, dos de Sfoggia (filtro de placas 40x40 y filtro de tierras de 20 metros) y otro de tierras de Esteryfil (serie BM35-53/DFL).

AUTELEC®

ENVASADORAS POR PESO MULTIFORMATO
FILLING MACHINES

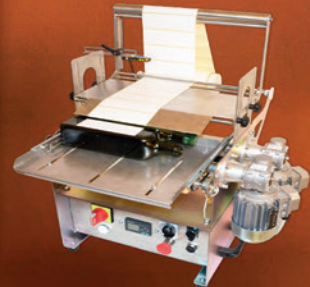
TAPONADORA
CAPPER



MOLINO
MILL



ETIQUETADORA
LABELER



DM-120

MEDIDOR DE GRASA
FAT METER



NUEVA DL-295
Con Funcion ECO

+34 963 751 471
comercial@autelec.es

+34 628 632 992
www.autelec.es





Gama Familiar de Campos de Biatia.



Gama Variety Collection de Campos de Biatia.



Campos de Biatia La Dama Íbera, el AOVE Premium de edición limitada de la SCA Oleícola Baeza.



El pasado ibero-romano de Baeza sirvió de inspiración para crear el packaging de Campos de Biatia La Dama Íbera.



Campos de Biatia La Dama Íbera fue reconocido como el segundo mejor AOVE del mundo en la última edición de EVOOLEUM Awards. En la imagen, Román León, presidente de la cooperativa, tras recibir el premio de manos de Luis Planas, ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación.

de aceitunas picuales recolectadas a inicios de octubre en los campos de Baeza, en olivares que se remontan a la época romana, este soberbio monovarietal picual de gran complejidad aromática e intenso frutado se presenta en una elegante botella de 500 ml. con tapón dosificador de madera.

En la pasada edición de EVOOLEUM Awards, el más prestigioso e influyente concurso privado a la calidad del virgen extra, Campos de Biatia La Dama Íbera formó parte del TOP10 al ser reconocido como el segundo mejor AOVE del mundo, con 96 puntos sobre 100, conquistando los galardones de Mejor Picual, Mejor de España y Mejor Frutado Verde. Según el jurado del concurso, "en nariz comienza con un frutado infinito a aceituna verde seguido de recuerdos frutales a manzana verde, cáscara de plátano y alloza; le siguen recuerdos a tomatera y alcachofa para

magnífico AOVE Premium de edición limitada y primer día de cosecha cuyo nombre rescata el pasado ibero-romano

de Baeza al aludir a Himilce, princesa íbera de la antigua región de Oretania (La Mancha y Jaén). Procedente





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



Estuche con los tres AOVes de *Campos de Biatia* y botellas de 100 ml. para eventos.

concluir con frescas hierbas del bosque. En boca destaca por su domado picante y amargo, propio de una picual en su momento óptimo de recolección. Su retrogusto recuerda a las aromáticas y su entrada es muy dulce y armónica, con gran cuerpo y persistencia”.

Al margen de estos reconocimientos, los AOVes *Campos de Biatia* han sido premiados en otras competiciones nacionales e internacionales como CINVE (doble Medalla de Oro en 2023 y 2024 por *Variety Collection* y *La Dama Íbera*) o ATHENA IOOC (doble Oro en 2023 por *Variety Collection* y *La Dama Íbera*).

Además de llegar al cliente final -nacional y europeo-, los productos de la cooperativa están presentes a través de distribuidores, tiendas gourmet y canal Horeca. En este sentido, cabe destacar que, tras su éxito en la última edición de EVOOLEUM Awards, *Campos de Biatia* es una de las referencias disponibles en el Club del Gourmet de El Corte Inglés. La empresa ofrece estuches para regalo y elabora bajo demanda AOVes en diferentes formatos y tamaños para eventos y celebraciones, así como monodosis de 20 ml. para hostelería.

La cooperativa cuenta con una tienda física en sus instalaciones, además de la tienda *on line* alojada en su web, estrenada en 2020, y que concentra un 40% de las ventas totales. Oleícola Baeza suele acudir a ferias como el Salón de Gourmets en Madrid o Alimentaria en Barcelona, participando en otros eventos como Futuroлива o la Fiesta del Primer Aceite de Jaén. Por otra parte, la empresa realiza,



Estand de la SCA Oleícola Baeza en Alimentaria Barcelona 2024 (1), Salón de Gourmets 2023 (2) y 2024 (3), y en la X Fiesta del Primer Aceite de Jaén (2023) celebrada en Linares (4) y Vitoria (5).



De izqda. a dcha., celebración del 25º aniversario de la SCA Oleícola Baeza; y actividades de cata de sus AOVes.

SCA Oleícola Baeza en cifras



- **Año de constitución:** 1995
- **Producción media anual de aceite de oliva:** 2.500.000 kg. (85% granel y 15% envasado)
 - **Aceite de oliva virgen extra:** 60%
 - **Aceite de oliva virgen:** 30%
 - **Aceite de oliva lampante:** 10%
- **Producción media anual de aceituna de almazara:** 10.000.000 kg.
- **Variedad de aceituna:** Picual
- **Marcas de aceite de oliva:** *Campos de Biatia*

previa demanda, visitas guiadas en grupo o en pareja a sus instalaciones, así como catas dirigidas de sus AOVes.

Con perfiles en Facebook, Instagram, X y YouTube, la cooperativa utiliza las redes sociales para dar a conocer sus productos a lo largo del territorio nacio-

nal y aumentar sus ventas, así como para informar a sus seguidores acerca de su actividad y logros. 🍯

S. Coop. And. Oleícola Baeza
info@camposdebiatia.com
www.camposdebaeza.com



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



OLEOMAQ

2025

oleomaq.es

11 - 13 FEB / 2025
Zaragoza
España / Spain

**9 Salón Internacional
de Maquinaria y Equipos para
Almazaras y Envasado**

9 International Olive
Oil Mill Machinery, Equipment
& Packing Show



Coincide con: **ENOMAQ E-BEER Tecnovid Oleotec**
Coinciding with:





oleotec

2025

oleotec.es

11 - 13 FEB 2025

Zaragoza
España / Spain

**9 Salón Internacional
de Técnicas y Equipos para la
Olivicultura**

9 International Olive-Growing
Techniques and Equipment
Show



Coincide con:
Coinciding with:

OLEOMAQ ENOMAQ E-BEER Tecnovid





Aprovechamiento energético de subproductos del olivar



Olivar y balsas de estabilización de efluentes líquidos de almazaras.

Los subproductos del olivar constituyen una interesante fuente de energía de carácter renovable que debe ser aprovechada adecuadamente atendiendo a criterios técnicos, económicos y medioambientales. La elección del mejor proceso de transformación de las biomásas olivareras en energía permitirá avanzar hacia una mayor integración entre la producción de aceites de oliva, la generación de energía y la conservación del medio ambiente. Este artículo analiza brevemente tres biomásas con gran potencial para su aprovechamiento energético: huesos de aceituna fragmentados, orujos grasos húmedos y orujillos. Aunque el estudio se centra fundamentalmente en la producción de energía mediante combustión y gasificación, también se comentan otras tecnologías emergentes como la pirólisis o la carbonización hidrotérmica.

*Por Manuel Cuevas Aranda, Lázaro Garrido Moreno y Sebastián Sánchez Villasclaras
Instituto Universitario de Investigación en Olivar y Aceites de Oliva. Departamento de Ingeniería Química,
Ambiental y de los Materiales, Universidad de Jaén*

El mar de olivos que cubre la provincia de Jaén y Andalucía, extendiéndose por buena parte de la Cuenca Mediterránea, es un tesoro natural del que se extraen los diferentes tipos de aceites de oliva. Sin embargo, a partir del cultivo del olivo y de la transformación industrial de su fruto es posible, además, obtener recursos biomásicos con aplicaciones en campos tan diversos como la producción de fer-

tilizantes naturales y enmiendas de suelos (compost, podas picadas, biocarbo-nes...), la fabricación de piensos (hojas de olivo, orujos grasos deshuesados...), la síntesis de compuestos funcionales para consumo humano (compuestos fenólicos y oligosacáridos), la obtención de bioadsorbentes (carbones activos) o la generación de energía.

En la *Figura 1* se muestran los subproductos del olivar y de las industrias de procesado tanto de las aceitunas (al-

mazaras) como de los orujos grasos húmedos (extractoras de aceites de orujo de oliva u orujeras). En el balance de materia planteado se establece que, a partir de 1 ha. de olivar tradicional en secano de la variedad picual, sería posible recuperar, anualmente y en promedio, 4 t. de aceitunas, 2,3 t. de madera (en forma de troncos y ramas) y 0,7 t. de hojas. Por otra parte, en la almazara se generarían 3 t. de orujos grasos húmedos (OGH) que contendrían alre-

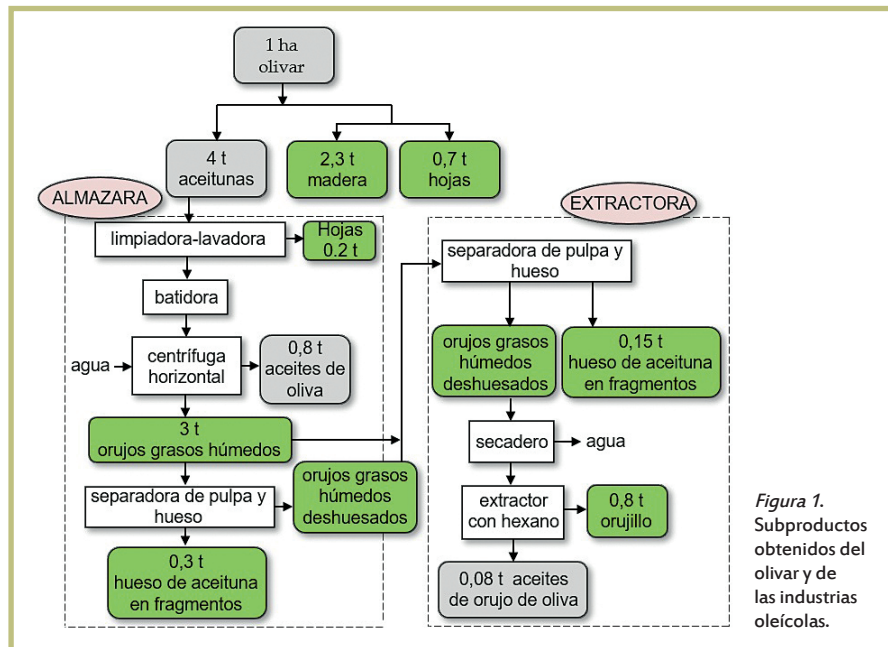


Figura 1. Subproductos obtenidos del olivar y de las industrias oleícolas.

[[La combustión es la vía de aprovechamiento energético más directa para la biomasa vegetal, siempre que se disponga de combustibles secos, con bajos contenidos de cenizas y azufre, y con alta densidad energética]]

dedor de 0,45 t. de huesos de aceituna fragmentados (HAF). Finalmente, en la orujera se recuperarían 0,8 t. de orujillos de aceitunas. Los anteriores valores

son aproximados, ya que fluctúan debido a diferentes factores. En cualquier caso, en España sería posible establecer unas producciones medias anuales,

para HAF, OGH y orujillos, de 1, 7 y 1,2 millones de t., respectivamente.

En los últimos años, la Unión Europea ha priorizado entre sus políticas la búsqueda de fuentes de energía endógenas y renovables en sus países



carmonagro

AGRICULTURA AVANZADA

... rentabilidad en tus cultivos

T. (+34) 689 618 294
pilarcarmona@carmonagro.com

SUCURSALES: Pol. Ind. San Roque,
C/ Las Vicentas 10A Arjonilla (Jaén)
C/ Mariana de Montoya, 13 Jaén (Jaén)

www.carmonagro.com



[A pesar de las numerosas investigaciones científicas que han explorado la producción de gas de síntesis a partir de endocarpios y orujillos de aceituna, hasta la fecha prácticamente no se han implementado gasificadores industriales que usen regularmente estos tipos de biomásas]

miembros con el fin de avanzar hacia la independencia energética y mitigar las emisiones de gases de efecto invernadero. Así, se ha fijado que estas fuentes deberán cubrir el 42,5% de la demanda de la UE en el año 2030. Para alcanzar este objetivo es crucial impulsar el uso de la biomasa verde aprovechando su gran potencial (17,3 millones de t. equivalentes de petróleo anuales en España) y su flexibilidad en la producción de energía, ya que, a diferencia de otras tecnologías tales como la fotovoltaica y la eólica, la energía química contenida en la biomasa puede ser utilizada justo en el momento en que el usuario lo necesite, sin esperar a que sople el viento o pueda disponerse de radiación solar.

Sin embargo, el desarrollo del uso energético de la biomasa está lastrado por cuestiones como la falta de uniformidad en las propiedades físico-químicas de las materias primas y por sus costes de adquisición y gestión, que son nulos en el resto de las tecnologías renovables. No obstante, estos costes se pueden reducir si las biomásas son obtenidas y gestionadas en instalaciones industriales, sobre todo si son de gran tamaño. Por este motivo, el presente

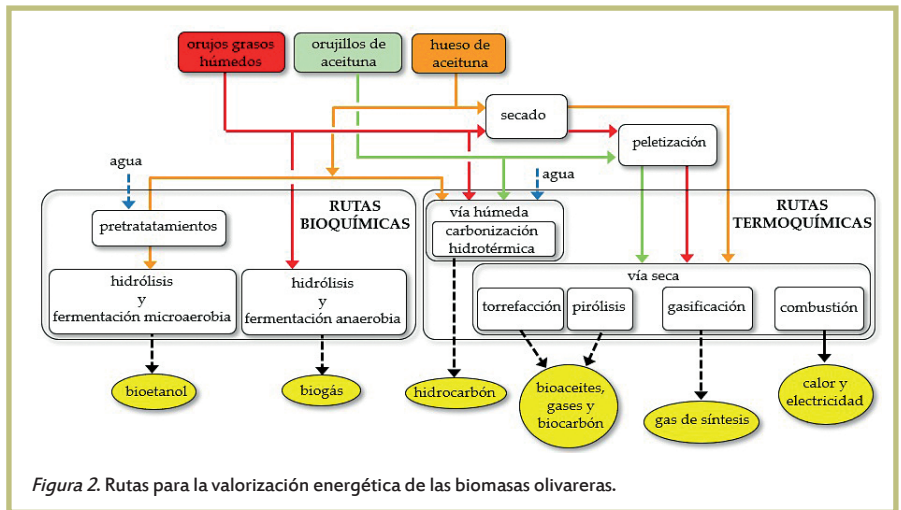


Figura 2. Rutas para la valorización energética de las biomásas olivereras.

estudio se centra en el análisis de las posibles aplicaciones energéticas del hueso de aceituna, los orujos grasos húmedos y el orujillo de aceituna.

Como se sabe, la aceituna se compone de tres regiones principales: el epicarpio (piel), el mesocarpio (pulpa) y el hueso entero. Este último, a su vez, se divide en semilla y endocarpio, que es la cáscara dura que protege a la semilla y representa entre el 13 y el 23% del peso del fruto. En las últimas décadas se pueden destacar varios hitos que han influido en la gestión de los subproductos de la industria oleícola. En primer lugar, las almazaras, a partir de la campaña 1991/92, sustituyeron paula-

tinamente el sistema de extracción de aceites mediante decánter de tres salidas por el de dos salidas. Este hecho modificó las características de los OGH, incrementando notablemente -del 50 al 70%- su contenido en agua. Además, estos orujos fueron nuevamente alterados a partir de 1995, cuando las almazaras incorporaron las separadoras de pulpa y hueso a sus diagramas de proceso. Al separar el hueso de la pulpa se modifica la composición de los orujillos obtenidos en las orujeras, aumentando su contenido en cenizas y disminuyendo su poder calorífico.

Las principales aplicaciones energéticas del hueso de aceituna, los orujos





Huesos de aceituna fragmentados.

[El hueso de aceituna fragmentado es, con diferencia, el mejor biocombustible sólido que puede obtenerse en la industria oleícola, siempre que sufra una serie de operaciones de acondicionamiento]

grasos húmedos y el orujillo de aceituna, se muestran en la Figura 2, observándose como existen dos grandes vías para obtener energía a partir de estas biomásas: ruta termoquímica y ruta bioquímica.

La ruta termoquímica implica el desarrollo de reacciones químicas a altas temperaturas aplicando técnicas como la combustión, la gasificación, la pirólisis o la carbonización hidrotérmica. En la combustión, la biomasa es oxidada completamente a 600-1000° C para producir una corriente gaseosa (compuesta por dióxido de carbono y agua), una corriente sólida (cenizas) y una gran cantidad de energía térmica. Aquí el objetivo es transformar toda la energía química del material en energía térmica, que además podría ser transformada en electricidad mediante una turbina de vapor. Por otra parte, en la gasificación la biomasa sufre una oxidación parcial a 700-1200° C, obteniéndose una corriente de gas sintético compuesta fundamentalmente por monóxido de carbono e hidrógeno, y una corriente sólida de cenizas y biocarbón. El carácter combustible del gas sintético permite que pueda ser quemado en un motor de combustión interna, o en una turbina de gases, para producir electricidad.

Existen dos grandes tipos de gasificadores: los de lecho fijo, en los que el sólido se mantiene estático dentro del reactor; y los de lecho móvil, cuando el sólido queda suspendido aprovechando el flujo ascendente del gas. En cuanto a

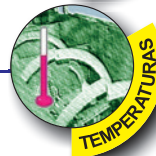


**Indea
Technologies**



SISTEMAS DE CONTROL ALMA/System ®

OPTIMIZACIÓN COMPLETA DE SU ALMAZARA



- 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

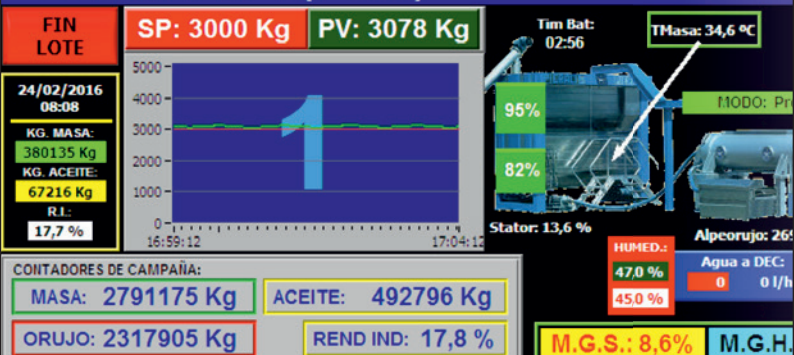
www.indeatech.com

Tel.: 913 980 071
indea@indeatech.com

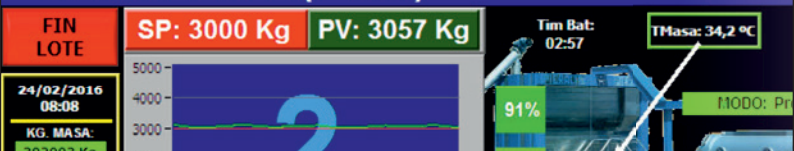


S.C.COOP. OLIVAR

DECANTER 1 (P-333)



DECANTER 2 (P-333)





[[La pirólisis y la torrefacción, aplicadas sobre el hueso de la aceituna, permitirían obtener biocarbones de muy elevado poder calorífico, alta estabilidad biológica y bajas capacidades de adsorción de humedad]]



Equipos para la separación pulpa-hueso.

la pirólisis, consiste en el calentamiento de la biomasa en una atmósfera no oxidante y a temperaturas de 350-700° C para producir fundamentalmente bio-carbón, bioaceites y gases. Una variante de la pirólisis sería la torrefacción seca, que se lleva a cabo a temperaturas inferiores (200-350° C). Finalmente, en el tratamiento hidrotérmico la biomasa, dispersa en un medio acuoso, se calienta a 250-350° C provocándose la hidrólisis de sus polisacáridos y la obtención de un hidrocarbón con importantes mejoras energéticas respecto a la materia prima.

Por su parte, la ruta bioquímica implica el desarrollo de reacciones bioquímicas a bajas temperaturas (20-50° C) aplicando enzimas hidrolasas (hidrólisis enzimáticas) y microorganismos de carácter aerobio o anaerobio (fermentaciones). En esta ruta, a diferencia de lo que ocurre en los procesos termoquímicos, se necesitan amplios tiempos de reacción -días e incluso semanas- para completar las transformaciones, lo que hace necesario el uso de biorreactores de grandes dimensiones. A partir del metabolismo microbiano se podrían obtener biocombustibles líquidos -caso del bioetanol o el biobutanol- o gaseosos, como el biogás.

Combustión

La combustión es la vía de aprovechamiento energético más directa para la biomasa vegetal, siempre que se disponga de combustibles secos, con bajos contenidos de cenizas y azufre, y

con alta densidad energética. La imposibilidad de quemar materiales con humedades por encima del 50% excluye el empleo directo de los orujos grasos húmedos en combustión. Este problema puede solucionarse si el OGH es parcialmente secado antes de proceder a su alimentación al quemador de biomasa, procedimiento que en cualquier caso no evitaría que la fracción grasa del orujo sea empleada para un uso no alimentario. La combustión del OGH, hoy en día, se produce en algunas plantas termoeléctricas asociadas a orujeras. En el caso del orujillo de aceituna, se dispondría de un material en muchos casos granulado, seco (8-12%, humedad relativa de equilibrio), sin aceites y con bajo contenido de azufre (< 0,1%). No obstante, su alto contenido en cenizas (5-10%) y bajo poder calorífico superior (PCS: 13,8-15,8 MJ/kg.) limita el empleo de los orujillos al ámbito industrial. Una posible mejora en las características de esta biomasa podría lograrse mediante tratamientos de lixiviación de su materia mineral, lo que abriría la posibilidad de su empleo en quemadores domésticos. Por otro lado, el hueso de aceituna fragmentado es, con diferencia, el mejor biocombustible sólido que puede obtenerse en la industria oleícola, siempre que sufra una serie de operaciones de acondicionamiento. Ello es así debido a que, tal y como salen de las separadores de pulpa y hueso, los endocarpios

contienen más de un 20% de humedad y alrededor de un 3% de pulpa. Los secaderos tipo trómel, seguidos de un separador de pulpa, han demostrado su efectividad para secar y limpiar los endocarpios, obteniéndose una corriente de pulpa que puede servir de combustible en el secadero. Otra interesante posibilidad para el secado y limpieza del hueso, todavía no suficientemente explorada, pasaría por utilizar secaderos tipo flash. En cuanto al tamaño de los fragmentos de endocarpio, éste dependerá de factores como la variedad y el calibre de las aceitunas, así como de las aberturas de las cribas utilizadas en la operación de molido del fruto en la almazara. Tras el tamizado de los endocarpios, es habitual que más del 90% del peso se recupere en forma de partículas de tamaño superior a 2 mm. Este material, seco y limpio, con bajo contenido de cenizas (< 2%) y azufre (0,02-0,05%), y elevados poderes caloríficos superiores (19 MJ/kg.), puede venderse a precios muy competitivos, incluso superiores a 200 euros por tonelada, al cumplir con los criterios de calidad marcados por la norma UNE 164003:2022.

Gasificación

A pesar de las numerosas investigaciones científicas que han explorado la producción de gas de síntesis a partir de endocarpios y orujillos de aceituna, hasta la fecha prácticamente no se han



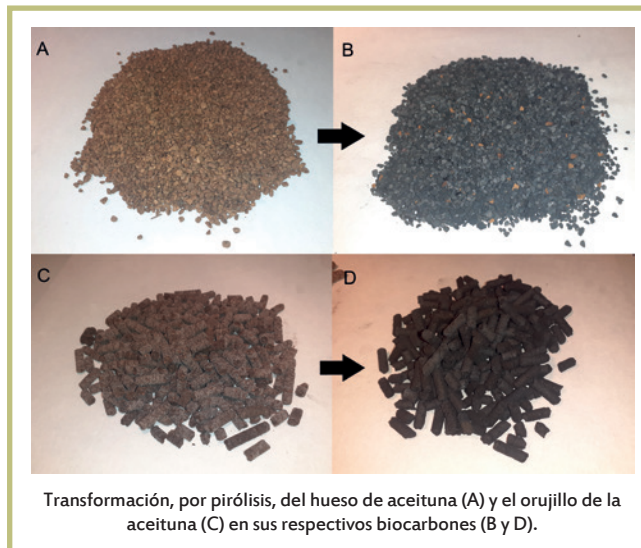
SERVICIOS DE
TRANSFORMACIÓN INTEGRAL
PARA UNA ▲GRICULTURA
MODERNA, RENTABLE
Y SOSTENIBLE.▲



BALAM.ES

An aerial photograph of a large agricultural plantation. The trees are arranged in neat, parallel rows, creating a grid-like pattern. The ground between the rows is a reddish-brown color, likely soil. The plantation is surrounded by other fields, some green and some brown. The text 'BALAM | AGRICULTURE |' is overlaid in white on the center of the image.

BALAM
| AGRICULTURE |



implementado gasificadores industriales que usen regularmente estos tipos de biomásas. Entre los factores que explicarían esta realidad se pueden citar, por un lado, los problemas asociados al movimiento de los sólidos dentro del reactor, que son particularmente significativos en equipos de lecho fijo e impiden un funcionamiento estable durante períodos de tiempo prolongados. Además, la operación de limpieza del gas de síntesis supone un gran desafío, ya que suele contener material particulado y alquitranes. Este último punto es el verdadero talón de Aquiles de la gasificación de las biomásas vegetales, y sólo puede resolverse mediante el paso secuencial del gas a través de separadores ciclónicos, enfriadores, lavadores de gases y equipos de filtración. La secuencia de tratamiento es compleja y cara, particularmente en lo relativo a la depuración de las aguas residuales obtenidas en el lavador de gases, que resultan contaminadas por compuestos químicos orgánicos, muchos de ellos de carácter aromático y tóxico.

El coste asociado al tratamiento del gas de síntesis tal vez sólo podrá ser afrontado por grandes plantas de gasificación, como las que se podrían implantar en orujeras de gran capacidad con vista a gasificar sus orujillos. En cuanto a la composición del gas sintético limpio, nuestro Grupo de Investigación determinó un 9,1% de H_2 , 23,7% de CO y 1,3% de CH_4 a la salida de un gasificador alimentado con hueso de aceituna; mien-

tras que en otras pruebas de gasificación realizadas con orujillos en la Universidad de Jaén se informó de porcentajes de hidrógeno y monóxido de carbono de 17,7 y 15,3%, respectivamente. Es importante señalar que, aunque la aplicación energética más directa para el gas de síntesis es su combustión, existen otras posibilidades con un gran atractivo tecno-económico en el medio plazo, como la separación del hidrógeno para su empleo en pilas de combustible, el desarrollo de la reacción de metanación para obtener gas natural sintético o la síntesis Fischer-Tropsch dirigida a la producción de biocarburantes líquidos (querosenos de aviación, gasóleos...).

Otras tecnologías para el aprovechamiento energético de las biomásas

La pirólisis y la torrefacción, aplicadas sobre el hueso de la aceituna, permitirían obtener biocarbones de muy elevado poder calorífico, alta estabilidad biológica y bajas capacidades de adsorción de humedad. Por ejemplo, es posible producir biocarbones con PCS próximos a 29 MJ/kg. (50% superior al de la materia prima) mediante torrefacción de los endocarpios a 300° C. Algunos de los inconvenientes de este tratamiento son la pérdida de parte del material sólido -alrededor del 50%- al transformarse en compuestos volátiles, el incremento del contenido de cenizas en el biocarbón y el descenso en la densidad relativa de los sólidos tratados

como consecuencia de su mayor porosidad. Esto último podría compensarse si los biocarbones se granulan aprovechando su mayor facilidad de rotura respecto a la materia prima. Por otro lado, la carbonización hidrotérmica puede ser interesante para el tratamiento de los orujos grasos húmedos aprovechando que ya contienen grandes cantidades de agua. El calentamiento de esta biomasa en presencia de agua y a temperaturas cercanas a 300° C daría lugar a un hidrocarbón con características similares a las comentadas anteriormente para el biocarbón, consiguiéndose, además, una importante reducción en el contenido de materia mineral.

Finalmente, en relación con las rutas bioquímicas de transformación de la biomasa, cabe mencionar que, a nivel de laboratorio, ha sido posible obtener bioetanol partiendo de endocarpios y orujillos de aceituna; sin embargo, estas biomásas no son las más idóneas para este proceso debido a sus bajos contenidos en celulosa y altos de lignina. Los orujos grasos húmedos tienen un gran potencial para la producción de biogás (metano) por digestión anaerobia, aunque su alto contenido en compuestos fenólicos y bajo de nitrógeno suponen un freno para el trabajo de los microorganismos metanogénicos. Estos inconvenientes podrían resolverse mediante la carbonización hidrotérmica del orujo -que eliminaría compuestos fenólicos- seguida de la codigestión del hidrocarbón resultante. ♣



Alta eficacia contra la mosca del olivo

Con la mayor naturalidad

Spintor[®] CEBO

Qalcova[™] active

INSECTICIDA

Certificado para ECOLÓGICO





Cada gota cuenta: AGR desvela el riego inteligente de Grupo De Prado



Los olivos son árboles resistentes que prosperan en climas cálidos y secos. Sin embargo, para obtener una buena cosecha de aceitunas, es necesario proporcionar a los árboles la cantidad adecuada de agua en el momento correcto. Para conseguir la máxima eficiencia en el uso del agua es vital el diseño de estrategias específicas para las condiciones de cada plantación. En Grupo De Prado se realiza una caracterización de las plantaciones que tiene en cuenta a los árboles, el suelo y el clima de cada finca, con el fin de establecer la estrategia de riego más idónea para cada parcela.

*Por David Moldero,
Responsable de I+D+i Agrícola de Grupo De Prado*

El olivo (*Olea europaea* L.) es uno de los cultivos más antiguos y emblemáticos de la Cuenca Mediterránea, conocido por su capacidad para adaptarse a entornos semiáridos, tal y como atestiguan las numerosas plantaciones centenarias que existen diseminadas por todo el Mediterráneo.

Aunque es una especie que puede tolerar el estrés hídrico mejor que muchas otras, el éxito de este cultivo está

ligado a un manejo agronómico adecuado, donde la disponibilidad del agua es el factor más importante para que pueda alcanzar su óptimo productivo.

Sin embargo, en la mayoría de las zonas donde se cultiva, las recurrentes sequías provocan periodos de escasez hídrica, donde el suministro de agua para la agricultura se puede verse seriamente comprometido. Es por ello, que una gestión hídrica es fundamental para la sostenibilidad y rentabilidad de este cultivo.

¿Por qué necesitan agua las plantas?

Las plantas obtienen energía a través de la fotosíntesis. En este proceso, la generación de moléculas energéticas se obtiene a través de la captura de dióxido de carbono (CO₂) atmosférico y la incidencia de la radiación solar. Para poder obtener el CO₂, a través de los estomas, las plantas necesitan agua. Si no hay agua, las estomas estarán cerrados, limitando la capacidad de la planta



Tu mejor elección

Elige la opción que mejor se adapte a ti y consigue tu Kubota por menos de lo que imaginas



Elige **COMPRA**

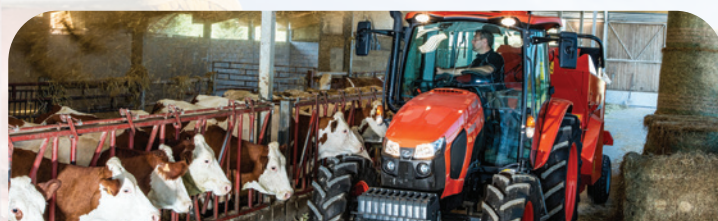


M4-073 CABINA 18/18 44.000€*

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 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 M5-082NQ 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.



“El éxito de este cultivo está ligado a un manejo agronómico adecuado, donde la disponibilidad del agua es el factor más importante para que pueda alcanzar su óptimo productivo”

ductividad. En el caso del olivo, los K_c varían ligeramente a lo largo del año. Esto hace que la ETC varíe día a día a lo largo del año, siendo algunos de los parámetros más influyentes la temperatura, la humedad y la radiación solar. Valga como ejemplo, en un olivar en seto situado en los alrededores de Córdoba, la ET_c diaria de un día de mayo puede situarse en torno a los 30 $m^3/ha.$, frente a los 45 $m^3/ha.$ alcanzados en julio o los 25 $m^3/ha.$ de finales de campaña, en octubre.

En cuanto al cálculo de las necesidades hídricas para una máxima producción, es necesario realizar un balance de agua. En él se tendrá en cuenta la ET_c del cultivo, las precipitaciones durante el ciclo y la disponibilidad del agua almacenada en el suelo por las lluvias invernales. La diferencia entre la ET_c y la suma de lluvias y el agua disponible en el suelo será el riego necesario para satisfacer la totalidad de la demanda hídrica del cultivo.

Riego deficitario

Desafortunadamente, en la mayoría de las ocasiones los agricultores cuentan con una disponibilidad hídrica menor a las necesidades de riego de sus cultivos, por lo que tienen que aplicar estrategias de riego deficitario (RD).

Aunque está demostrado que regar por debajo de las necesidades hídricas afecta negativamente a la producción, el objetivo fundamental de las estrategias de riego deficitario es conseguir la máxima producción con la dotación hídrica disponible. Esto se consigue concentrando los déficits hídricos en las fases fenológicas donde la producción sea menos sensible al estrés.

para obtener energía. A modo de símil, se podría decir que el agua es la moneda de cambio que utilizan los vegetales para obtener energía. Es curioso el dato de que prácticamente la totalidad del agua que consumen los vegetales circula a la atmósfera a través de los estomas, siendo mínima la cantidad de agua que se queda fijada en los nuevos tejidos vegetales.

Por tanto, altas producciones sólo pueden lograrse a través de una alta interceptación de radiación solar y de una disponibilidad hídrica que permita maximizar los procesos fotosintéticos.

Necesidades hídricas

En De Prado, para planificar los riegos semanales, las necesidades hídricas se calculan a través de la evapotranspiración del cultivo (ET_c), entendida como la suma del agua transpirada por los árboles más el agua evaporada desde el suelo, a través de la fórmula $ET_c = K_c \cdot ET_0$. Siendo K_c el coeficiente de cultivo y ET_0 la evapotranspiración de referencia. La ET_0 se obtiene a través de datos meteorológicos, mientras que los coeficientes de cultivo son propios de la especie, edad, estado de desarrollo, modelo productivo y pro-





THE CLIMATE BOX



SATGarden

MITIGACIÓN DE RIESGOS CLIMÁTICOS



CONTROL DE HELADAS



FALTA DE HORAS FRÍO



EXCESO DE CALOR

TECNOLOGÍA ÚNICA E INNOVADORA

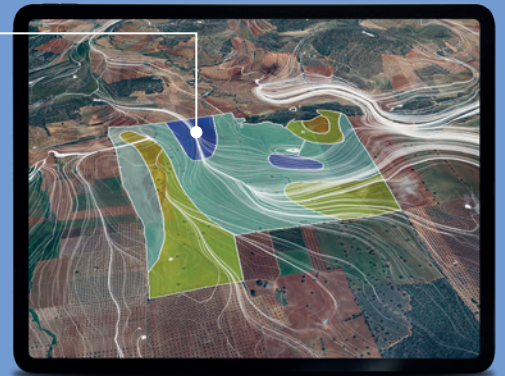
Simulación 3D de flujos de aire frío y generación de mapas microclimáticos para olivos.

Análisis realizado en 100 has a plantar con olivos en España.

SITE SELECTION

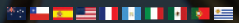
RIESGO DE HELADAS INVERNAL Y PRIMAVERAL

VARIETADES A PLANTAR



MAPA MICROCLIMÁTICO

PRESENCIA MUNDIAL



+100,000 has analizadas

Jorge Pena
CEO, INNOLIVA

"El riesgo de heladas es una de las externalidades de mayor impacto que pueden medirse, evaluarse y mitigarse. TheClimateBox, a través de su análisis fluidodinámico, proporciona información extremadamente valiosa para garantizar que tomemos las decisiones correctas sobre la ubicación de las Fincas, la selección de variedades y esquema de plantación".

ALGUNOS CLIENTES MUNDIALES



SPONSORS

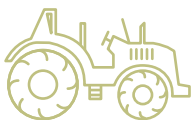
THE CLIMATE BOX
www.theclimatebox.com



endeavor

SATGARDEN

España, Francia y Portugal:
info@satgarden.com
+34 935 12 26 86



“Para conseguir la máxima eficiencia en el uso del agua es vital el diseño de estrategias específicas para las condiciones de cada plantación”

En el caso del olivo, los estudios científicos han identificado tres fases fenológicas diferenciadas por su sensibilidad al estrés hídrico.

Como sensibles, se encuentra la floración, en primavera, donde el estrés puede afectar negativamente, disminuyendo el número de frutos, y al crecimiento vegetativo, reduciendo las posiciones florales para la siguiente campaña. En gran parte del suroeste peninsular es improbable sufrir estrés en esta fase debido a las lluvias primaverales y a la disponibilidad de agua almacenada en el suelo. Además, está la fase de acumulación de aceite, en otoño, donde el estrés reduce la tasa de lipogénesis de los frutos. Durante este periodo es fundamental recuperar los árboles del largo verano para conseguir la máxima acumulación posible de grasa.

Por contra, está el agostado en verano, que es la fase que transcurre entre el final del endurecimiento del hueso (inicios de julio) y el comienzo de la lipogénesis (inicios de septiembre), donde el estrés afecta al tamaño de frutos, pero no ocasiona graves reducciones en la producción de aceite. En esta fase, más tolerante al estrés, está la clave de la optimización del agua. En ella se consigue minimizar el impacto productivo ocasionado por el déficit hídrico. Diferentes estudios y experiencias muestran cómo los frutos arrugados, síntoma de estrés hídrico intenso, vuelven a rehidratarse tras unos pocos días de riego sin que se vea afectada su posterior capacidad de lipogénesis.

Con el fin de optimizar el agua, el déficit hídrico en esta fase debe ser más intenso cuanto más limitada sea la disponibilidad de agua. Hay que tener en cuenta que no es recomendable superar un umbral de estrés hídrico que pueda



provocar daños irreversibles en los frutos. A modo práctico, en la Cuenca del Guadalquivir se pueden llegar a aplicar reducciones entre el 50 y 60% de la ET_c sin ocasionar graves perjuicios productivos. Si las dotaciones son muy limitadas, se podría llegar a reducciones de hasta el 80%, aunque ocasionando un impacto considerable en la producción.

Optimización del agua

Como se ha ilustrado, para conseguir la máxima eficiencia en el uso del agua es vital el diseño de estrategias específicas para las condiciones de cada plantación. En De Prado se gestionan fincas de secano, riego de apoyo (250-850 m³/ha.) y riego, realizando una caracterización de las plantaciones. “Un traje a medida” que tiene en cuenta a los árboles, el suelo y el clima de cada finca, con el fin de establecer la estrategia de riego más idónea para cada parcela. Esto permite maximizar, en términos productivos, la disponibilidad hídrica, sea cual sea, y de una forma sostenible en el tiempo.

Herramientas digitales

Partiendo de una buena estrategia de riego, es necesario apoyarse en el uso de *softwares* que permitan planificar y controlar la correcta ejecución de las programaciones de riego. Esto aporta

“Es necesario apoyarse en el uso de softwares que permitan planificar y controlar la correcta ejecución de las programaciones de riego”

múltiples beneficios, como evitar pérdidas de agua, ocasionadas por percolación profunda o evaporación excesiva, o incluso, un control del vigor excesivo, típico de algunas variedades, lo que permitirá ser más eficientes y ahorrar en costes de poda. Este tipo de herramientas digitales advierten al gestor de donde debe poner su atención para que no haya desviaciones sobre el plan establecido semana a semana.

Está claro que la optimización del riego es vital, especialmente en situaciones de escasez, donde se pueden realizar numerosos ajustes en las estrategias de manejo agronómico que permitan ser lo más eficientes posible con el agua disponible. Por ello, para De Prado, todos los riegos han sido previamente razonados. Cada gota cuenta. 💧





Protección
Digitalización

Asesoramiento

Protección total para tu olivar,
con el equipo más completo.



cuprosan®

SIVANTO®

Muske⁺er®

FLIPPER®



GO CoverOlive: cubiertas vegetales de especies nativas para la mejora integral del olivar

Las condiciones de cultivo del olivar, con grandes marcos de plantación que mantienen el suelo desprotegido durante gran parte del año, y las condiciones topográficas donde se implanta -normalmente en suelos relativamente pobres y con pendientes entre moderadas y fuertes-, provocan que, en función del manejo de suelo llevado a cabo, se puedan producir importantes pérdidas erosivas, ocasionando importantes problemas medioambientales tanto para los agricultores como para la sociedad en general.



Por Francisco Márquez García¹, Juan Antonio Torres Cordero², Sergio Esparcia² y Gregorio L. Blanco Roldán¹

En la actualidad, el manejo de suelo más utilizado en el olivar es el laboreo -cada vez menos intenso-, en el que se roturan alrededor de 10-15 cm. de suelo en profundidad y con labores cada vez menos frecuentes, pero que mantiene durante gran parte del año el suelo desprotegido y con unas elevadas tasas erosivas.

El sistema de no laboreo consiste en mantener el suelo desnudo sin vegetación controlando las malas hierbas mediante la aplicación de herbicidas (ver *Figura 1*), lo que origina que el suelo se mantenga desprotegido durante todo el año y normalmente muy compactado en superficie, reduciendo de manera importante la infiltración de agua en el suelo y, consecuentemente, provocando unas elevadas pérdidas de suelo en regueros.

Sin embargo, estos dos sistemas llevan implícitos altos riesgos de provocar la erosión del suelo, principal problema



Figura 1. Olivar con suelo desnudo que ha sufrido en las partes altas una importante escorrentía y erosión que se ha sedimentado en las zonas bajas.

medioambiental del olivar español y mediterráneo (ver *Figura 2*). Para proteger un suelo de la erosión -y además reducir la escorrentía- hay que mantener el suelo con cubiertas, en general vegetales vivas o inertes. Actualmente, el uso de estas técnicas supone el 25%

del total de la superficie de leñosos en España (*ESCYRE, 2018*).

Cubiertas vegetales

La técnica de las cubiertas vegetales consiste en mantener el suelo cubierto por hierbas vivas durante el otoño e

¹ GI AGR 126 "Mecanización y Tecnología Rural". Departamento de Ingeniería Rural. E.T.S.I. Agronómica y de Montes, Universidad de Córdoba.

² Dpto. Biología Animal, Biología Vegetal y Ecología, Universidad de Jaén.



Figura 2. Elevadas pérdidas de suelo registradas en olivar con generación de cárcavas profundas.

El proyecto persigue la implantación de cubiertas vegetales en el olivar mediante el uso de semillas de especies nativas, discriminando entre distintas localizaciones de la explotación y haciendo una implantación específica en función del tipo de suelo y riesgo de erosión

invierno. A la llegada de la primavera es necesaria la siega de las mismas a fin de evitar la competencia por agua y nutrientes entre el árbol y las hierbas, permaneciendo el resto vegetal segado sobre la superficie del suelo.

Este sistema de manejo aporta importantes beneficios agroambientales

a las explotaciones olivareras, entre los que se pueden destacar:

- **Mejora de la traficabilidad en nuestra explotación:** las mejoras en la estructura del suelo y la presencia de hierbas en superficie facilitan el paso de maquinaria, lo que

hace que en años muy lluviosos las máquinas puedan entrar a recolectar en zonas donde si el suelo estuviera labrado no podrían transitar. Por tanto, se acorta el periodo de

Dosificación y Medición del Aceite de Oliva

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO EN ESPAÑA DE:

BOPP & REUTHER
MESSTECHNIK



CONTADOR DE RUEDAS OVALADAS OD



LA MEJOR ALTERNATIVA PARA LA DOSIFICACIÓN

- Dosificación directa y medición de fluidos.
- No precisa tramos rectos de entrada ni salida.
- Construcción compacta y robusta.
- Hasta 2.000 impulsos por litro.

CAUDALÍMETRO MÁSIKO COROLIS SERIE FMD

PARA LA MEDICIÓN

- Medición directa de la masa.
- Medición de líquidos no conductivos.
- Tiempo de llenado reducido desde 250 ms.
- Hasta 63.660 impulsos por kilo.



El objetivo principal es desarrollar un sistema de asesoramiento en la gestión de las explotaciones olivareras que sirva como herramienta para los agricultores en relación a los problemas que se puedan presentar y la forma de actuar con respecto al manejo del suelo

recolección. Se recomienda pasar siempre con el tractor por las mismas pisadas a fin de compactar el suelo lo menos posible y usar neumáticos de alta flotación.

- **Disminución de los costes de producción y tiempos operacionales:** con el empleo de cubiertas vegetales se disminuyen tanto los costes como el número de horas de trabajo en el campo si las comparamos con el laboreo. Dado que se mantienen o incluso aumentan las producciones, son más interesantes desde el punto de vista económico para el agricultor.
- **Aumento del contenido de materia orgánica:** las labores realizadas al suelo airean el terreno, lo que oxida la materia orgánica y se emite como CO₂ a la atmósfera. Con el empleo de cubiertas vegetales no se produce este efecto, ya que no se labra. Además, la lenta degradación de los restos vegetales sobre la superficie del terreno provoca la incorporación al suelo de carbono que aumenta los contenidos de materia orgánica en dicha superficie, propiedad fundamental para la fertilidad.
- **Mejora de la infiltración de agua de lluvia:** las mejoras en la estructura del suelo por dejar de labrar permiten que se pueda infiltrar más agua en el mismo. Esto hace que



Figura 3. Cubierta vegetal espontánea a todo terreno en olivar.



Figura 4. Cubierta vegetal en bandas sembrada de ballico.

tengamos más agua disponible para el árbol, de especial interés en los secanos.

- **Disminución de la erosión:** el resto vegetal protege al suelo frente al impacto de las gotas de lluvia. En la mayoría de comarcas olivareras andaluzas se han medido disminuciones medias en la erosión utilizando cubiertas vegetales de más de un 80% respecto al laboreo. De esta manera protegemos el suelo y el agua.
- **Aumento de la fertilidad del suelo:** con las cubiertas se consiguen reducciones en el transporte de carbono, nitrógeno, fósforo y potasio superiores al 60%. De esta manera, se contribuye a aumentar la fertilidad de nuestros suelos y mantener unas aguas limpias al reducir

el aporte de elementos nutritivos y fitosanitarios a las mismas.

- **Incremento de la biodiversidad:** tanto micro como macroinvertebrados encuentran en los campos manejados bajo agricultura de conservación un ambiente más adecuado donde alimentarse, reproducirse y desarrollarse, aumentando su número de manera importante. Por tanto, se contribuye a mantener la biodiversidad de la fauna, que en la mayoría de las ocasiones es beneficiosa para nuestros cultivos, ya que muchos microorganismos son depredadores naturales de las plagas.
- **Mejora de la calidad del aire:** la ausencia de labores y la supresión de la quema de restos de poda, que se trituran y permanecen en la ca-

La información añade valor al proceso de elaboración del aceite



Figura 5. Cubierta vegetal en bandas espontánea

lle, hacen que disminuya de manera muy importante la emisión de gases de efecto invernadero -precursores del cambio climático-. Por ello, gracias a estas técnicas se mejora la calidad del aire y se ayuda a frenar el cambio climático.

Estos beneficios son comunes a todas las tipologías de cubiertas, aunque en función de ésta pueden verse más o menos acrecentados. Por tanto, es importante seleccionar la cubierta que mejor se puede adecuar a nuestras condiciones edafoclimáticas. Según la distribución de las hierbas, se pueden clasificar en:

- **A todo terreno**, ocupando toda la superficie del suelo, muy utilizada cuando las cubiertas son espontáneas (Figura 3). Este tipo de cubiertas son las más comunes en agricultura ecológica.
- **Disposición en bandas**. Se trata de la opción más común ocupando el centro de la calle, preferiblemente dispuesta de manera perpendicular a la línea de máxima pendiente. Es más utilizada cuando las cubiertas son sembradas (Figura 4) o seleccionadas hacia gramíneas, aunque también es usada en cubiertas espontáneas (Figura 5).

En función de la forma de implantación de las hierbas, las cubiertas se clasifican en:

- **Cubiertas espontáneas**: formadas por hierbas procedentes del banco de semillas del suelo.
- **Cubierta espontánea seleccionada hacia gramíneas**: se deja crecer la vegetación y después se seleccionan las hierbas hacia gramíneas (cebadilla, bromo, ballico, etc.) mediante la utilización de fitosanitarios.
- **Cubiertas sembradas**: se siembran las hierbas, normalmente gramíneas (cebada, bromo, *Brachypodium*, etc.), aunque se pueden mezclar con leguminosas. El objetivo es que se autosiembren en años sucesivos al dejar una banda de ensemillado de medio metro de ancho de plantas vivas en el centro de la calle sin segar.

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



El carácter innovador de la presente propuesta reside en la utilización de TIC para evaluar la erosión en las fincas y proponer al agricultor medidas correctoras mediante sistemas de asesoramiento

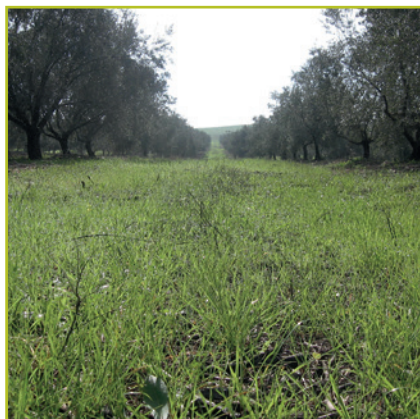


Figura 6. Cubierta vegetal de especies nativas de gramíneas sembradas en las calles del olivar.



Figura 7. Cubierta vegetal de especies nativas de leguminosas sembradas en las calles del olivar.

Grupo CoverOlive

Actualmente, en Andalucía se está desarrollando un proyecto para mejorar la implantación de este tipo de cubiertas mediante el desarrollo de mezclas de semillas de especies autóctonas mejor adaptadas al olivar y que aportan mayores beneficios al agricultor y servicios ecosistémicos a la sociedad (ver Figura 6), denominado “Grupo CoverOlive. Adopción de TIC y nuevas cubiertas vegetales adaptadas para mejorar el suelo y biodiversidad del olivar”.

El proyecto está coordinado por Dcoop Sociedad Cooperativa Andaluza y en él participa el Campus de Excelencia Internacional Agroalimentario (ceiA3), contando con investigadores de las Universidades de Jaén -a través del grupo “Geobotánica y palinología: Aplicaciones al medio natural I RNM-350”- y Córdoba -mediante el grupo “Mecanización y tecnología rural I AGR-126”-; así como AGRESTA y la organización conservacionista SEO/BirdLife. Persigue la implantación de cubiertas vegetales en el olivar mediante el uso de semillas de especies nativas, discriminando entre distintas localizaciones de la explotación y realizando una implantación específica en función del tipo de suelo y riesgo de erosión. Asimismo, se llevan a cabo desarrollos de prototipos de maquinaria para el uso sostenible del cultivo.

El objetivo principal es desarrollar un sistema de asesoramiento en la gestión de las explotaciones olivareras que sirva como herramienta para los agricultores en relación a los problemas que tengan en dichas explotaciones y la forma de actuar con respecto al manejo del suelo. Así, en aras de lograr estos objetivos propuestos, se caracterizarán los posibles problemas en cada una de las zonas de la finca y se llevarán a cabo actuaciones específicas, implantando medidas correctoras mediante cubiertas vegetales de especies nativas que frenen la pérdida de suelo y aumenten la biodiversidad de los olivares.

Durante la ejecución del proyecto innovador, se desarrollarán trabajos para mejorar la calidad ambiental y económica de la producción del olivar, implantando metodologías innovadoras y actuaciones para reducir la pérdida de suelo y el impacto del cambio climático, como el análisis del ciclo de carbono, y mejorar la biodiversidad como sistema de apoyo fundamental en el aporte de soluciones y herramientas a la gestión sostenible de las fincas. Además, también se desarrollará una herramienta TIC de análisis capaz de integrarse en los sistemas informáticos del sector oleícola y que, en base a datos de precisión sobre la topografía, sea capaz de identificar y predecir posibles problemas de erosión, proponiendo actuaciones de mejora específicas para cada finca de olivar.

El proyecto permitirá asimismo proporcionar a agricultores y técnicos datos objetivos de erosión y biodiversidad en sus explotaciones de olivar; zonificación y cuantificación de las pérdidas de suelo; y estimación de inversiones asociadas a las soluciones disponibles y desarrolladas en este proyecto.

El carácter innovador de la presente propuesta reside en la utilización de tecnologías de la información y comunicación (TIC) para evaluar la erosión en las fincas y proponer al agricultor medidas correctoras mediante sistemas de asesoramiento. Además, se implantarán las cubiertas vegetales nativas que mejor se adapten a cada uno de los condicionantes de la explotación, optimizando así los beneficios agroambientales de estas medidas (ver Figura 7). Esta siembra de las cubiertas vegetales se realizará teniendo en cuenta las distintas condiciones edafológicas que pueden aparecer dentro de una misma parcela, zonificando la implantación de las mezclas de especies nativas en función de los distintos tipos de suelo del olivar.

El desarrollo de este grupo operativo está dentro del marco del Programa de Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía 2014-2020, financiado por la Junta de Andalucía y por el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural, según la Orden de 7 de julio de 2020. 🟩

Agradecimientos

Los autores agradecen el apoyo y financiación obtenida con fondos FEADER de la Junta de Andalucía a través de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Rural, y cofinanciado por el Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, para el Grupo Operativo Autonómico CoverOlive “Adopción de TIC y nuevas cubiertas vegetales adaptadas para mejorar el suelo y biodiversidad del olivar”.

La revolución del olivar: cultivo en seto



¡Quiero el libro!

Manual práctico de uso diario dirigido a los olivicultores, técnicos de explotaciones, estudiantes, profesionales del sector y al público general interesado en la olivicultura



El nuevo desafío empresarial de la familia Benetton



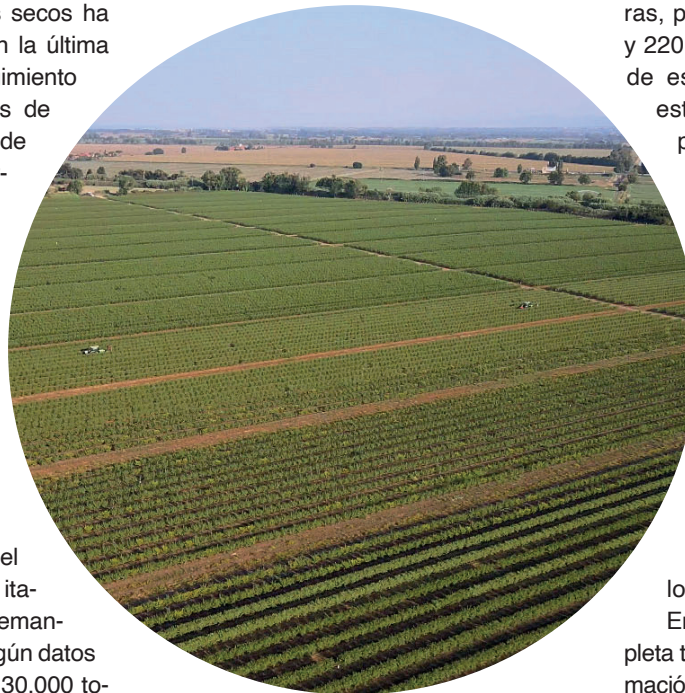
Con una superficie de 3.200 hectáreas -entre ellas 160 ha. de almendro-, Maccarese SpA, perteneciente a Edizione Holding (Grupo Benetton), figura entre las mayores empresas agrícolas de Italia. Su proyecto apuesta por sistemas de cultivo innovadores y mecanizables en modelos productivos basados en criterios de eficiencia y sostenibilidad.



Por Claudio Destro y Fabiola Montana, director general y responsable técnica de Maccarese SpA

El sector de frutos secos ha experimentado en la última década un resurgimiento tanto en términos de consumo como de producción. Entre las diversas especies, el caso del almendro es ciertamente uno de los más interesantes. A nivel mundial, en 2022 se produjeron 3.214.522 toneladas de almendras en una superficie de 1.925.887 hectáreas. El principal productor mundial es EEUU, con 2.002.742 t. de volumen de producción al año.

Al igual que ocurre con el aceite de oliva, la producción italiana no puede satisfacer la demanda nacional de almendras. Según datos de la FAO, se importan unas 30.000 toneladas de almendras sin cáscara a Italia, frente a una exportación insignificante. Por tanto, el almendro puede representar una alternativa rentable a algunos cultivos frutales, siempre y cuando se considere como un cultivo especializado e intensivo. Para aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado, la almendricultura italiana se está renovando en términos de variedades, plantación, gestión agronómica y producción, beneficiándose de sistemas de cultivo innova-



dores y mecanizables que representan los conceptos de horticultura intensiva altamente productiva y eficiente.

El proyecto de inversión de Maccarese SpA, una empresa agrícola perteneciente a Edizione Holding, del Grupo Benetton, se desarrolla precisamente en función de este tipo de cultivo. Entre 2019 y 2022 se plantaron 100 ha. de almendros, con un espaciado de 1,2 metros entre filas y 3,8 m. entre hile-

ras, para un total de 2.200 plantas/ha. y 220.000 plantas en total. La elección de esta innovadora forma de cultivo está perfectamente alineada con el proceso evolutivo y el modelo de producción basado en eficiencia y sostenibilidad que caracterizan a Maccarese SpA. Para alimentar a una población en crecimiento y cada vez más exigente, es necesario confiar en una agricultura altamente digitalizada y con sistemas agrícolas capaces de aumentar la producción optimizando los recursos, revitalizando el territorio y ofreciendo productos saludables a los consumidores.

En la alta densidad existe una completa transformación en el sistema de formación de los árboles, que no se manejan en la forma individual del clásico vaso, sino como un elemento unitario que constituye una única pared vegetativa con disposición norte-sur que permite la máxima interceptación de la luz solar por parte de la planta. Los elementos clave son una entrada temprana en producción ya desde el tercer año tras la plantación, altos rendimientos y una completa mecanización de las operaciones de poda y recolección (toneladas de producto recolectadas por hora y trabajador), lo que resulta



La almendricultura italiana se está renovando en términos de variedades, plantación, gestión agronómica y producción, beneficiándose de sistemas de cultivo innovadores y mecanizables que representan los conceptos de horticultura intensiva altamente productiva y eficiente



en una reducción de los costes de cultivo. El mantenimiento de la pared se realiza mediante poda mecánica utilizando

cortadoras bilama que permiten realizar cortes horizontales superiores (*topping*) y verticales (*hedging*).

Esta operación requiere rapidez y eficiencia en el corte, por lo que en la empresa se utilizan tractores equipados con autoguiado y sistema de precisión RTK que permiten crear líneas guía rectas, paralelas a las hileras de almendros, que se recorren automáticamente. Con este método se logra una mayor precisión de corte y una reducción en los tiempos de trabajo.

Así, se han plantado diferentes variedades como avijor, soleta, vialfas,

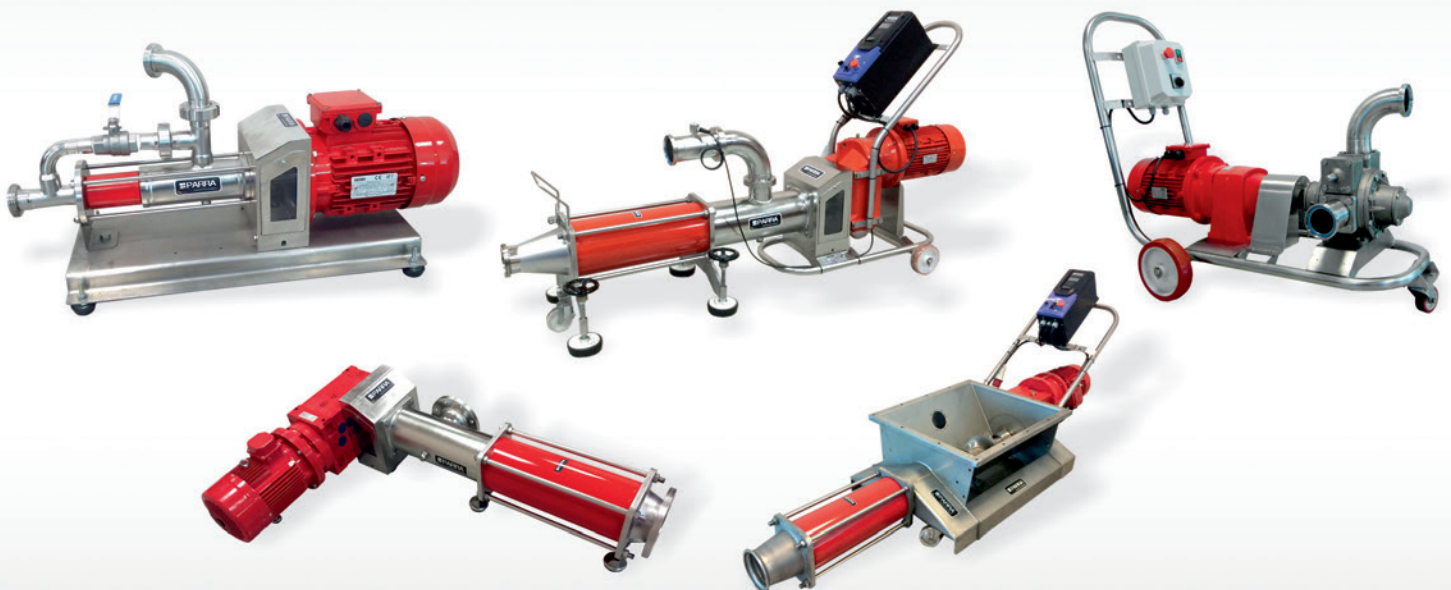
makako y guara que han demostrado una buena adaptación a las condiciones pedoclimáticas del área, un excelente crecimiento en función de los insumos

Fabricando bombas desde 1970

PARRA[®]



EQUIPOS DE BOMBEO
www.bombasparralamanca.com



Polígono Industrial Serycal · Avda. Julián Sáez, nº 38 · PEDRO MUÑOZ · Ciudad Real



La elección de esta innovadora forma de cultivo está perfectamente alineada con el proceso evolutivo y el modelo de producción basado en eficiencia y sostenibilidad que caracterizan a Maccarese SpA

nutritivos e hídricos proporcionados y excelentes capacidades productivas tanto en términos de cantidad como de calidad organoléptica y de transformación de la fruta. Este año, transcurridos tres desde la plantación, se llevó a cabo la primera cosecha completamente mecánica utilizando la máquina de recolección *Braud 11.90 X Multi* de New Holland. Se han observado numerosas ventajas tales como la velocidad y eficiencia de la recolección, con pérdidas mínimas equivalentes al 1% de la producción total, destacando sobre todo la salubridad del producto. Con el sistema de agitación *Shaking Dynamic Control* (SDC), las almendras se recolectan directamente de la planta, excluyendo cualquier posible contaminación de micotoxinas y aflatoxinas derivadas del contacto con la matriz del suelo.

Cuidadosa gestión agronómica

La producción obtenida es de 2.600 kilos de almendra en cáscara por hectárea, con una estimación para el próximo año de 3.000 kg./ha. Este resultado se logró mediante una cuidadosa gestión agronómica, prestando especial atención a la distribución dirigida de los insumos de riego y nutricionales.

Durante el año 2022, de marzo a septiembre se distribuyó un volumen de agua equivalente a 4.600 m³/ha. Este suministro se realizó a través de un sistema de fertirrigación compuesto por goteros que permiten reducir los



desperdicios y optimizar la fertilización. Además, el sistema está equipado con un banco de fertilización que permite una máxima precisión en la inyección de fertilizantes y sensores de humedad, geolocalizados en el suelo en diferentes puntos del campo, que han permitido estimar la humedad del suelo y establecer la duración y frecuencia del riego en función de las necesidades hídricas reales e instantáneas del cultivo. Todo ello es gestionado de forma remota a través de software en teléfonos inteligentes. La empresa continúa el desarrollo y estudio del modelo superintensivo con la presencia de una plantación de olivos de alta densidad, habiendo ampliado el almendral en 2023 en otras 60 ha.

Numerosos factores han determinado la decisión de dedicar parte de la superficie agrícola disponible a una plantación arbórea. Principalmente, las expectativas de crecimiento del mercado y, por lo tanto, del retorno de la inversión, en relación con el aumento de la demanda de frutos secos por parte de los consumidores y el deseo de ofrecer al consumidor un producto de calidad cultivado con las mejores técnicas

agronómicas y, consecuentemente, con bajo impacto ambiental. Las razones de la inversión han sido respaldadas por un cuidadoso plan de investigación. De hecho, para confirmar las estimaciones de crecimiento del mercado nacional de frutos secos -un mercado que ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años- se ha hecho referencia a dos aspectos.

Por una parte, a un mercado nacional que aún muestra un desequilibrio significativo entre importaciones y exportaciones de productos de frutos secos (590 millones de euros en 2018, según el ISMEA), con una fuerte prevalencia de importaciones de EEUU, en particular de California. Por otra, a un crecimiento en la demanda tanto por parte de la industria de transformación como de los consumidores finales.

En función de esta visión integral, la inversión de Maccarese SpA está destinada a crecer gracias a la construcción en 2023 de una planta de secado para internalizar todos los pasos de la cadena y aspirar a ser un imán para las almendras a través de la mayor instalación superintensiva a nivel nacional con su respectiva transformación. 💧



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



EVOOLEUM Awards 2024: cuatro aceites de lecciana entre los mejores AOVEs del mundo

Ya conocemos los 100 mejores aceites de oliva vírgenes extra del mundo de la campaña 2023/24. Así lo ha dictaminado el prestigioso jurado de EVOOLEUM Awards, el Concurso Internacional a la Calidad del Aceite de Oliva Virgen Extra más importante e influyente del mundo. Y entre ellos hay cuatro zumos de lecciana, una variedad que promete grandes alegrías en el futuro.



El TOP100 de EVOOLEUM Awards es elegido por un espectacular jurado formado por 24 catadores de nueve países que, durante tres intensas jornadas de cata celebradas en Córdoba, valoró las más de 1.000 muestras procedentes de todos los rincones del planeta -hasta 26 países, en la convocatoria más internacional hasta la fecha- que han participado en esta edición para seleccionar los 100 mejores AOVEs del mundo y los 20 mejores de Producción Limitada.

Este año, y debido a la alta participación de AOVEs de lecciana, EVOOLEUM ha incluido, dentro de los premios a los mejores de cada variedad (BEST OF EACH VARIETY), el galardón BEST LECCIANA, que ha recaído en *Ma'Sarah Lecciana*, de la almazara Casa de la Arsenia, cuya historia se remonta a finales del siglo XVIII, situada en Pinoso (Alicante) y dedicada a la elaboración de vírgenes extra de máxima calidad. Un singular monovarietal ecológico que también figura en el exclusivo EVOOLEUM TOP10.

Asimismo, otras tres marcas han logrado formar parte del TOP20 de los



Mejores AOVEs de Producción Limitada (menos de 2.500 l.): *Gregal Molí Coloma*, de Finca Molí Coloma; *Oleo Pepillo Lecciana*, de Oleo Pepillo; y *Finca Trascabeza*, de Aceites Hermida.

Y es que el virgen extra de lecciana, tal y como se ha podido comprobar en el año de su debut, es apreciado por expertos catadores por su complejidad única. Lecciana es sinónimo de calidad, ya que ofrece un tipo de aceite que no sólo es muy valorado organoléptica-

Este año, y debido a la alta participación de AOVEs de lecciana, EVOOLEUM ha incluido, dentro de los premios a los mejores de cada variedad (BEST OF EACH VARIETY), el galardón BEST LECCIANA

mente, sino que también mantiene una estabilidad excepcional a lo largo de toda la campaña.

En este sentido, M^a Isabel Simón Ocaña, directora técnica de Oleocata Xauen, vicepresidenta de AMC & RETOS AOVE (Asociación Provincial de Mujeres Cataadoras de Jaén) y miembro del jurado de EVOOLEUM Awards, señala que "lecciana es una variedad que he conocido recientemente y me ha sorprendido gratamente. Es un aceite con potencia en paladar, persistente y con cierto bravío, que muestra amargo y picante medios



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



acompañados de un toque agradable de astringencia. Además, al tener un contenido alto en fenoles asegura la estabilidad en los tiempos de comercialización. Creo que este aceite puede ser sinónimo de éxito teniendo en cuenta que proviene de dos padrinos de lujo, leccino y arbosana, variedades que por sí solas ya son interesantes, y que en lecciana encuentran su mejor versión”.

Por su parte, M^a Paz Aguilera, experta en aceite de oliva, técnico especialista en el centro IFAPA Venta del Llano y miembro también del jurado de EVOOLEUM Awards, destaca de lecciana a nivel organoléptico “su carácter en boca, con un frutado de maduros y verdes que conviven de forma armoniosa, y su buen paladar con notas muy almendradas”.

Éxitos para el Club Lecciana

Cabe destacar que tres AOVEs reconocidos entre los mejores del mundo en la novena edición de EVOOLEUM Awards pertenecen al Club Lecciana



-*Gregal Molí Coloma, Finca Trascabeza y Ma'Sarah Lecciana*-, una plataforma concebida para promover el consumo de aceites de esta variedad obtenida por Agromillora y la Universidad de Bari Aldo Moro, otorgándole valor y posicionándola como elemento diferenciador y competitivo para todos aquellos productores que la cultiven y apuesten por ella. En definitiva, se trata de una herramienta diseñada para ir un paso más allá y llevar la lecciana a todos los rincones del mundo olivarero.

Con los logros obtenidos por los aceites de lecciana, queda demostrado que las nuevas variedades del olivar en seto irrumpen en el panorama global de aceites demostrando que pueden competir con otras ya asentadas, rompiendo tabús y mostrando su fortaleza en aspectos relacionados con la calidad, estabilidad, sabor y valores organolépticos. Por ello, no resulta arriesgado pensar que con el paso de los años podamos encontrar a esta variedad en las listas y rankings de los mejores AOVEs del mundo.

Desde Molí Coloma sostienen que “lecciana aporta innovación y frescor en el sector, es una variedad que nos

Además de *Ma'Sarah Lecciana*, elegido *Mejor Lecciana* e integrante del exclusivo **EVOOLEUM TOP10**, otras tres marcas de esta variedad han logrado formar parte del **TOP20** de los **Mejores AOVEs** de **Producción Limitada**: *Gregal Molí Coloma, Oleo Pepillo Lecciana y Finca Trascabeza*

ha sorprendido gratamente, ya que se adapta a condiciones extremas a la vez que produce aceites de gran calidad, con una gran estabilidad y complejidad. Se trata de una variedad que tiene la particularidad de permitirnos modelar y definir perfectamente qué tipo de aceite buscamos elaborar”.

En cuanto a sus propiedades organolépticas, los responsables de Casa de la Arsenia opinan que “lecciana destaca sobre todo a nivel aromático tanto por su intensidad como por su expresividad, siendo los matices a manzana verde y hierba recién cortada los más característicos. Además, la presencia de una gran cantidad de polifenoles le garantiza una buena longevidad”

¿Y qué supone que por primera vez esta variedad entre a formar parte de las categorías de EVOOLEUM Awards? En Aceites Hermida lo tienen claro. “Sin duda supone un paso muy importante para el conocimiento de una variedad relativamente nueva por parte no sólo del profesional, sino también del consumidor final. EVOOLEUM contribuye de manera muy importante a esa labor en aras de publicitar y difundir una variedad que, sin su apoyo, tardaría muchos años en llegar a conocerse, y que nosotros seríamos incapaces de llevar a cabo”. 🍷

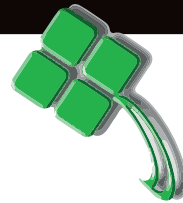


LECCIANA[®]

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



La Milla de Oro de la gastronomía: cuatro estrellas Michelin en 100 metros (y no es Copenhague)

La restauración y gastronomía jiennenses viven un momento dorado, con hasta cinco restaurantes con estrella Michelin, demostrando que la alta cocina también ha echado raíces en esta provincia andaluza y convirtiendo a Jaén en un destino gastronómico de primer nivel. De ellos, nada menos que cuatro se reparten en apenas 100 metros, en pleno centro de la capital, conformando el barrio más *gastro* de España. En este duelo de estrellas, enfrentamos -amistosamente- a Juanjo Mesa, del restaurante Radis, con Javier Jurado, de Malak. Pero en este combate no hay vencedores, porque aquí ganan todos.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

• Les hemos preguntado •

 Estrella Michelin

Juanjo Mesa,
chef de Radis



"El AOVE me inspira para seguir cocinando y elaborar recetas con sabor a nuestra tierra"

 Estrella Michelin

Javier Jurado,
chef de Malak



"La estrella nos ha cambiado la vida, aún estamos aprendiendo a gestionar todo lo que nos está pasando"



Y nos han contestado...

“Desde que tengo uso de razón el virgen extra ha estado presente en mi vida y siempre lo he tenido sumamente interiorizado en mi cocina”
(Javier Jurado)



- 1 Si hablamos de AOVE, ¿cuál es la primera sensación que te viene a la memoria? ¿Y tu primera experiencia con el virgen extra?

Juanjo Mesa: Me viene el recuerdo de mi abuelo, de las olivas de ese paseo por el campo con la oliva en flor.

Javier Jurado: Hablamos de un ingrediente primitivo de la provincia de Jaén, desde que tengo uso de razón el virgen extra ha estado presente en mi vida y siempre lo he tenido sumamente interiorizado.



Habas legas, uno de los platos estrella con AOVE de Radis.



- 2 Concluye la frase. El AOVE me inspira...

Juanjo Mesa: El AOVE me inspira para seguir cocinando y elaborar recetas con sabor a nuestra tierra.

Javier Jurado: Todo el recetario tradicional de la provincia.

- 3 ¿Cómo definirías tu cocina?

Juanjo Mesa: La cocina de Radis es una cocina que mira al pasado, a los guisos tradicionales.

Javier Jurado: Cocina tradicional, intentamos adaptar el recetario tradicional de las sierras y bosques de Jaén llevándolo a un punto más contemporáneo.

- 4 ¿Qué uso le das al aceite de oliva virgen extra? ¿Qué importancia tiene en tu cocina? ¿Tienes algún plato estrella con AOVE? ¿Cuál?

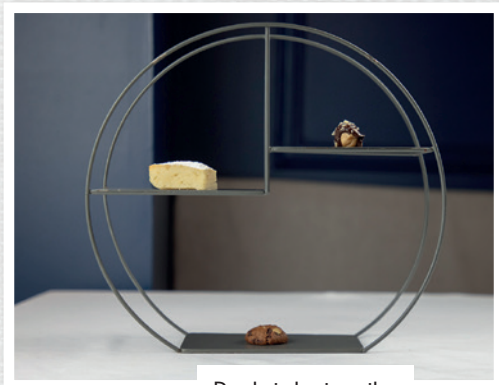
Juanjo Mesa: En Radis el uso del virgen extra es fundamental. ¿Plato estrella con AOVE? Habas legas, una joya del recetario jiennense que lleva un 30% de virgen extra.

“La cocina de Radis es una cocina que mira al pasado, a los guisos tradicionales”
(Juanjo Mesa)





“Necesitamos más información sobre el AOVE para transmitírsela al consumidor”
(Juanjo Mesa)



De abajo hacia arriba, cookie de chocolate, financier y galleta de café.

Javier Jurado: Todas nuestras elaboraciones tienen como ingrediente protagonista el aceite de oliva virgen extra, como he comentado anteriormente el AOVE está muy interiorizado en mi cocina. Elaboramos un postre con virgen extra que es un yogur de leche de oveja y aceite de oliva, y también presentamos una trucha macerada en aceite de pino con un gazpachuelo de aceite de hierbas.

5 Cuéntanos tu último hallazgo en la cocina relacionado con el aceite de oliva virgen extra.

Juanjo Mesa: Un pan al vapor, estamos trabajando en sustituir todas las grasas e incorporar AOVE.

Javier Jurado: Los vírgenes extra esenciales de Castillo de Canena están dando un juego importante en nuestras nuevas elaboraciones.

6 Confiesa: ¿qué AOVes podemos encontrar en tu restaurante?

Juanjo Mesa: Actualmente estamos trabajando con Molino de las Torres, una empresa de Alcaudete que apostó por nosotros desde el principio, aunque contamos con muchos aceites de la provincia.

7 Si tuvieras que elegir una variedad de aceituna (picual, arbequina, koroneiki, frantoio...), ¿cuál sería? ¿Por qué?

Juanjo Mesa: Sin duda picual, que es la que lleva Jaén por bandera, aunque arbequina es una variedad muy versátil para la cocina.



“Intentamos adaptar el recetario tradicional de las sierras y bosques de Jaén llevándolo a un punto más contemporáneo”
(Javier Jurado)



Javier Jurado: Intentamos tener gran parte de las marcas que existen en la provincia, aunque es prácticamente imposible. Sí es cierto que le damos protagonismo a las de “Jaén Selección” y nuestra marca por excelencia es *Castillo de Canena*.

8 Mójate. Tu virgen extra favorito es... ¿Y tu plato preferido con AOVE?

Juanjo Mesa: Todos los AOVes son buenos, y más ahora en este momento que estamos viviendo tan bonito y con tan buen hacer.

Javier Jurado: Cualquier variedad de *Castillo de Canena* y me quedo con el *ajo atao* segureño, una emulsión de patata y aceite de oliva.





Radis



De izqda. a dcha., y de arriba a abajo: migas y sus *avíos*; ensaladilla rusa y huevas de trucha; empanadilla de guiso de atún; croqueta de jamón Joselito y buñuelo de calamares; paté de perdiz; codorniz a la cerveza; carrillera de rape al amontillado; y pan, aceite y chocolate.

9 En la vida y en el AOVE, ¿amargo o picante?

Juanjo Mesa: Picante siempre.

Javier Jurado: Amargo.

10 ¿Coincides en que el aceite de oliva virgen extra es un alimento *cool* y moderno a pesar de que lleva miles de años entre nosotros?

Juanjo Mesa: El aceite de oliva está de moda y creo que nunca dejará de estarlo, ojalá no pase nunca de moda.

Javier Jurado: Bueno, lo cierto es que ahora se le está dando el valor que merece, aunque exista desde hace miles de años.

11 En tu opinión, ¿a qué obedece la falta de cultura del consumidor en lo que al virgen extra se refiere?

Juanjo Mesa: A nuestro propio desconocimiento, necesitamos más información para transmitírsela al consumidor.

“La falta de cultura del consumidor se debe al déficit de información sobre este superalimento”
(Javier Jurado)

12 En algunos restaurantes existen cartas de AOVE. ¿Es tu caso? ¿Qué te parece la idea? ¿Eres partidario de incorporarlas?

Juanjo Mesa: Soy partidario de que en los restaurantes existan cartas, me encanta, y más de AOVE. Actualmente,

en Radis no podría tener una carta de AOVEs porque necesitaríamos una persona más y no disponemos de espacio.

Javier Jurado: Claro, todo este tipo de cosas son importantes para otorgarle valor al AOVE.

13 Caviar, cremas, golosinas, helados... a base de AOVE. ¿Existe algún ingrediente tan versátil y saludable como este?

Juanjo Mesa: Sí, pero a pesar de su versatilidad resulta muy complicado incorporar una receta con AOVE en crudo.





Malak



De izqda. a dcha., y de arriba a abajo: hongos de temporada, chirivía ahumada y bombón de foie; papada de cerdo ibérico, hoisin serrana y caviar; tomate en conserva, lácteo de oveja, albahaca y torrezno; corzo madurado y asado con ajo harina Segureño; trucha confitada, holandesa de AOVE, crujiente de jamón y salsa de hierbas; boletus y chocolate; naranja, mistela y miel; y queso Cortijo La Vicaría y nueces.

Javier Jurado: Pues te diré que no se me ocurre ninguno tan versátil y saludable como el AOVE.

14 Las catas personalizadas de AOVE están de moda. ¿Habéis realizado alguna tú y tu equipo de cocina? ¿Cómo calificarías la experiencia?

Juanjo Mesa: Sí, hemos hecho varias, y seguiremos haciéndolas para nuestro propio aprendizaje.

Javier Jurado: Es algo que afortunadamente en la provincia tenemos muy interiorizado. En el colegio ya te inculcan ese tipo de experiencias, porque catar aceite es una auténtica experiencia, re-

uerdo que con tan sólo ocho años ya hice mi primera cata de virgen extra.

15 En el TOP100 de la última edición de EVOOLEUM Awards, el concurso privado a la calidad del virgen extra más importante del mundo, había 61 AOVEs españoles y, de ellos, 45 andaluces y nada menos que 27 de Jaén. ¿Qué te dice este dato? ¿Somos conscientes del tesoro que tenemos?

Juanjo Mesa: Aunque queda camino por recorrer, esos números eran impenables hace 20 años. Debemos creérnoslo y ser conscientes de la gran riqueza que atesoramos.

“La estrella Michelin sienta muy bien y supone una gran responsabilidad. Ahora toca poner los pies en la tierra y el alma en la cocina”
(Juanjo Mesa)

Javier Jurado: Yo al menos sí soy consciente del gran tesoro que tenemos, provengo de una familia hostelera que también tiene olivos y los días de descanso del restaurante había que ir a la finca a llevar a cabo las labores que necesitaban en cada momento. Por eso conozco perfectamente su valor.



“El AOVE es el ingrediente obligatorio que todos deberíamos tener en nuestras casas”
(Juanjo Mesa)

16 Hay quien ya cataloga a Jaén como “el San Sebastián del Sur”. ¿Cuál es tu opinión acerca de este boom y a qué crees que obedece el éxito?

Juanjo Mesa: Estoy seguro de que quedan muchas estrellas por llegar, porque hay compañeros que trabajan muy bien. En mi opinión, el éxito se debe a la constancia, el trabajo, el sacrificio y el esfuerzo; el camino es duro, pero rodeándose de personas que crean en los proyectos es todo mucho más fácil.

Javier Jurado: Bueno, al fin y al cabo este reconocimiento ha sido el resultado del grandísimo trabajo que se lleva desarrollando en la provincia desde hace muchos años; esto no se ha conseguido en poco tiempo, sino que viene de mucho

tiempo atrás, sólo ha sido la consecuencia y creo que lo mejor está por llegar.

17 Dime una cosa, ¿qué tal sienta la estrella Michelin? ¿Notas el peso de la responsabilidad desde que eres un chef *estrellado*?

Juanjo Mesa: Sienta muy bien, es de agradecer la felicidad y el cariño de la gente, y obviamente supone una responsabilidad muy grande. Ahora toca poner los pies en la tierra y el alma en la cocina.

Javier Jurado: Con total sinceridad, la estrella nos ha cambiado la vida. De tener un restaurante casi vacío hemos pasado a tenerlo lleno a mediodía y noche todos los días, aún estamos aprendiendo a gestionar todo lo que nos está pasando. Por supuesto que sienta bien, es algo que veía inalcanzable; siempre he visto a los cocineros con estrella Michelin como ídolos y los comparaba con jugadores de fútbol de primer nivel, y ahora yo juego en la misma Liga que ellos. Es algo muy grande.

“Siempre he visto a los cocineros con estrella Michelin como ídolos y los comparaba con jugadores de fútbol de primer nivel, y ahora yo juego en la misma Liga que ellos. Es algo muy grande”
(Javier Jurado)

18 Por último, dispones de un minuto para vendernos el AOVE. ¿Por qué tenemos que consumir aceite de oliva virgen extra?

Juanjo Mesa: Porque es la mejor grasa vegetal que existe, el AOVE es el ingrediente obligatorio que todos deberíamos tener en nuestras casas.

Javier Jurado: Porque es rico, versátil y saludable. E imprescindible en desayuno, comida y cena.

Somos EL MAYOR PRODUCTOR

DE ACEITE DE OLIVA
EN JAÉN

Somos ÚNICOS EN CALIDAD

TRANSPARENCIA Y SEGURIDAD ALIMENTARIA
PARA EL CONSUMIDOR

JAENCOOP
grupo

www.jaencoop.com





Elaboración de margarinas saludables empleando aceite de orujo de oliva como sustituto de grasas saturadas y su aplicación en masas de hojaldre

La investigación liderada por el Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos y Nutrición (ICTAN) del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), en colaboración con la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva (ORIVA), ha revelado el potencial del aceite de orujo de oliva (AOO) como alternativa saludable en la producción de margarinas, abriendo nuevas posibilidades en la elaboración de masas de hojaldre y ofreciendo una opción innovadora para reducir el contenido de grasas saturadas en una amplia gama de productos horneados.



Por Susana Cofrades Barbero¹, Arancha Saiz Carrasco² y María Dolores Álvarez Torres³

Las margarinas se encuentran dentro de los alimentos elaborados con grasas saturadas que presentan gran aceptación por muchos sectores de la población y, además, se utilizan como materia prima en la elaboración de diferentes tipos de alimentos de panadería, pastelería y horneado. El aceite de orujo de oliva (AOO) posee una excelente composición en ácidos grasos, predominando el ácido oleico (C18:1), que alcanza hasta un 85% del total de ácidos grasos, pudiendo presentar también cantidades relevantes de ácido palmítico (C16:0) y linoleico (C18:2n-6).

Además, se caracteriza por su composición en los denominados componentes menores, incluidos esteroides, escualeno, ácidos y alcoholes triterpénicos, alcoholes grasos aromáticos y compuestos fenólicos, de los que carecen -o contienen en menor cantidad- otros aceites empleados en la elaboración de margarinas como los aceites de palma, soja o girasol. De hecho, la composición química del AOO hace que sea una grasa excepcional, con un comportamiento excelente en procesos de fritura, como ya se ha demostrado en otros estudios previos impulsados por ORIVA.

En el marco de lo anteriormente expuesto, surgió el interés de explorar la

potencial aplicación del AOO como ingrediente lipídico sustituto de grasas saturadas empleadas en la elaboración de margarinas para masas de hojaldre. Por tanto, el objetivo general de este estudio fue investigar la potencial aplicabilidad del AOO como ingrediente en la elaboración de margarinas para su posterior utilización en masas de hojaldre.

Para abordar este objetivo, se han llevado a cabo dos actuaciones. En primer lugar, evaluar la viabilidad tecnológica del AOO en la formulación de margarinas como sustituto de grasa sólida saturada presente en la mantequilla y preparados grasos comerciales utilizados comúnmente en la elaboración de masas de ho-

¹ Científica titular del ICTAN-CSIC

² Técnico de laboratorio del ICTAN-CSIC

³ Científica titular del ICTAN-CSIC



Ingredientes y concentraciones en las margarinas finales	
MARGARINA (M1, M2)	MARGARINA (M3, M4)
FASE OLEOSA (80%) Aceite de Orujo de Oliva (40,75%) - Estearina de palma (23,5%) - Mantequilla (7,5%) - Lecticina de soja (1,5%) - Palsgaard 1311 (1,17%) - Verol N90 (0,83%) - Verol P-Flakes (1,75%) - Cera de abeja (3%) Manteca de cacao (x)	FASE OLEOSA (80%) Aceite de Orujo de Oliva (30,75%) - Estearina de palma (23,5%) - Mantequilla (7,5%) - Lecticina de soja (1,5%) - Palsgaard 1311 (1,17%) - Verol N90 (0,83%) - Verol P-Flakes (1,75%) - Cera de abeja (3%) Manteca de cacao (10%)
FASE ACUOSA (20%) - Agua (17,785%) - Cremor tártaro (0,25%) - Aroma (0,375%) - Sal (1%) - Gelatina (0,5%) - Ácido cítrico (0,0025%)	FASE ACUOSA (20%) - Agua (17,785%) - Cremor tártaro (0,25%) - Aroma (0,375%) - Sal (1%) - Gelatina (0,5%) - Ácido cítrico (0,0025%)

Tabla 1. Ingredientes y concentraciones de los mismos utilizados en la elaboración de margarinas con características óptimas M1, M2, M3 y M4.

[El objetivo general de este estudio fue investigar la potencial aplicabilidad del AOO como ingrediente en la elaboración de margarinas para su posterior utilización en masas de hojaldre]

La margarina es una emulsión de agua en aceite (W/O) compuesta mayoritariamente por una FO de porcentaje variable. En el caso de las margarinas con aplicación en masas de hojaldre, éstas requieren de un contenido de sólidos más alto que las margarinas de mesa, con el fin de asegurar buenas propiedades de horneado y alta plasticidad para que se pueda extender repetidamente. Por ello, en este estudio todas las margarinas se formularon utilizándose una proporción FO:FA de 80:20.

En esta actividad, se desarrollaron numerosas formulaciones de margarinas para masas de hojaldre (~ 40) en función de factores de composición y

proorción de ingredientes lipídicos y de organogelificantes- y fase acuosa (FA) -tipo y proporción de ingredientes-, así como de las condiciones de procesado -tipo de homogeneizador, temperatura y tiempo de emulsificación, velocidad de enfriamiento, etc.- implicadas en la formulación y desarrollo de margarinas con AOO, y con características adecuadas para su empleo en la preparación de masas de hojaldre.

Metodología

Para el cumplimiento de la primera actuación, se llevaron a cabo las siguientes actividades:

- 1) Estudio de los factores de composición de la fase oleosa (FO) -tipo



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



[Desde el punto de vista nutricional, lo más destacable es la mejora del perfil lipídico de las margarinas conteniendo AOO en comparación con la manteca comercial para masas de hojaldre]

procesado para encontrar las formulaciones con características próximas a las presentadas por una manteca y un preparado graso comerciales, y habitualmente empleados en la elaboración de masas de hojaldre. En la *Tabla 1* se muestran los ingredientes y concentraciones de los mismos utilizados en las margarinas finales seleccionadas.

2) Preparación de las margarinas conteniendo AOO con una composición y condiciones de procesado óptimas y seleccionadas a partir del punto previo.

3) Caracterización de las propiedades físico-químicas (reológicas, de textura, color, capacidad de retención de aceite), térmicas, estructurales y nutricionales (perfil lipídico) de las margarinas desarrolladas con AOO. Además, se caracterizó una manteca (CB) y un preparado graso comerciales (CFP), habitualmente empleados en la elaboración de masas de hojaldre, y que siempre se utilizaron como controles.

4) Estudio de conservación en condiciones de refrigeración de las margarinas con AOO con las características físico-químicas y nutricionales más adecuadas obtenidas en las actividades anteriores. Evaluación de las propiedades físico-químicas, térmicas y estabilidad oxidativa.

Para el cumplimiento de la segunda actuación, se llevaron a cabo las siguientes actividades:

1) Estudio de los factores de composición (tipo y concentración de los ingredientes constitutivos de la masa) y de las condiciones de procesado (número y tipo de pliegues, tiempos de reposo de las masas, etc.)



Figura 1. Proceso de preparación de masas de hojaldre con margarinas conteniendo AOO.

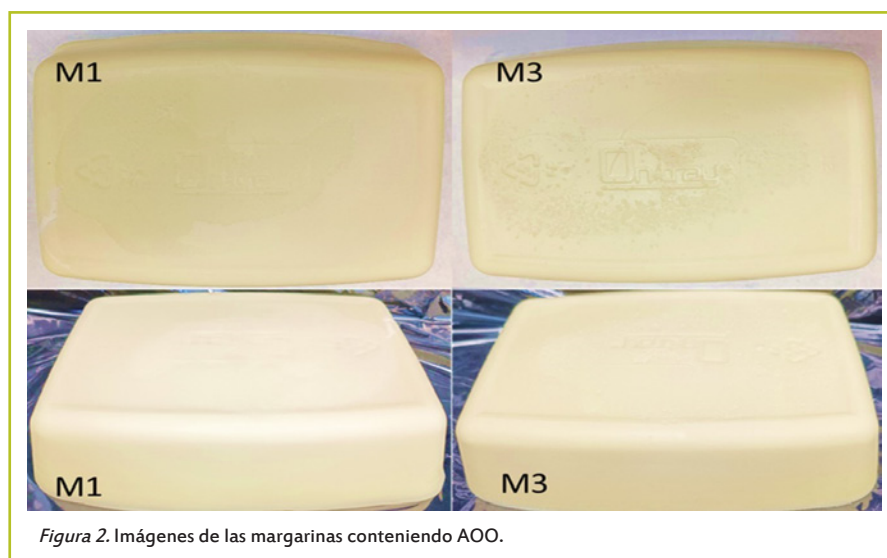


Figura 2. Imágenes de las margarinas conteniendo AOO.

implicados en la elaboración de las masas de hojaldre. Estudio de las condiciones de horneado (tiempos y temperaturas) de las masas de hojaldre preparadas con las margarinas elaboradas con AOO y con los controles comerciales.

2) Elaboración y caracterización de los hojaldres elaborados con la manteca (CB) y el preparado graso (CFP) comerciales, y con cuatro margarinas con AOO seleccionadas a partir de las tareas anteriores, y estudio del comportamiento frente al horneado (textura, color, pérdida de peso, porcentaje de crecimiento, retracción, etc.), perfil lipídico y análisis sensorial. La *Figura 1* muestra

el proceso de preparación de masas de hojaldre con margarinas conteniendo AOO.

3) Evaluación del efecto de la conservación en refrigeración de las margarinas formuladas con AOO en el comportamiento de los hojaldres. Estudio de la respuesta frente al horneado (textura, pérdida de peso, porcentaje de crecimiento, altura del hojaldre, etc.).

Resultados

En relación con el estudio de las margarinas, y desde el punto de vista tecnológico, es viable formular margarinas para masas de hojaldre con importantes cantidades de AOO, utilizando una mezcla específica de materiales lipídicos en

Ácidos grasos (mg muestra)	Perfil lipídico			
	CFP	CB	M1/M2	M3/M4
Σ AGS	278	593	354	403
Σ AGM	408	180	429	387
Σ AGP	80,5	16,8	78,7	68,2
Σ AGM + Σ AGP	488	197	508	455

CFP: preparado graso comercial
 CB: mantequilla comercial
 M1/M2: margarinas formuladas con 41% de AOO
 M3/M4: margarinas formuladas con 31% de AOO y 10% de manteca de cacao

Tabla 2. Perfil lipídico del preparado graso comercial (CFP), de la mantequilla comercial (CB) y de las margarinas M1/M2 y M3/M4 conteniendo AOO.

cuanto a tipo y proporción (agentes organogelificantes/emulsificantes/grasas sólidas) que es necesaria para estructurar el aceite líquido, así como unas condiciones determinadas de procesado (tiempo y temperatura de emulsificación y velocidad inicial de enfriamiento).

Con esta premisa, se optimizó la formulación de varios tipos de margarinas: unas conteniendo un 41% de AOO (M1 y M2) y otras con un 31% de AOO y un 10% de manteca de cacao (M3 y M4), que se enfriaron utilizando dos velocidades iniciales de cristalización -M1 y M3 se enfriaron a velocidad más lenta que M2 y M4-. Recién elaboradas, las cuatro margarinas denominadas M1, M2, M3 y M4 -con diferente composición y velocidad de enfriamiento- presentaron propiedades reológicas (plasticidad), texturales, térmicas, estructurales y organolépticas (olor, color, apariencia) muy próximas a las que presentan las mantequillas y preparados grasos comerciales para masas de hojaldre (Figura 2).

Desde el punto de vista nutricional, lo más destacable es la mejora del perfil lipídico de las margarinas conteniendo AOO, en base a un menor contenido en ácidos grasos saturados (37% sin manteca de cacao y 28% con manteca de cacao) y mayor en ácidos grasos monoinsaturados (58% sin manteca de cacao y 54% con manteca de cacao), en comparación con la mantequilla comercial para masas de hojaldre (CB, Tabla 1) (Tabla 2).

Durante el periodo de conservación en refrigeración (60 días), las margarinas que contenían un 41% de AOO (M1 y M2) fueron muy estables a nivel tecnológico, organoléptico y oxidativo. Sin embargo, las margarinas conteniendo una menor cantidad de AOO y con manteca de cacao (M3 y M4) fueron menos estables, exhibiendo cambios muy significativos en su estructura debido a la formación de agregados de cristales de grasa (Figura 3). Ello conllevó un deterioro de sus propiedades físico-químicas y, posteriormente, una pérdida de su funcionalidad. No obstante, estos cambios tecnológicos no afectaron a su perfil lipídico.

En relación con el estudio de los hojaldres, y a nivel tecnológico, las masas de hojaldre preparadas con las margarinas recién elaboradas, conteniendo tanto un 41% como un 31% de AOO y un 10% de manteca de cacao, presentaron un

SpectraAlyzer 2.0 Olive

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



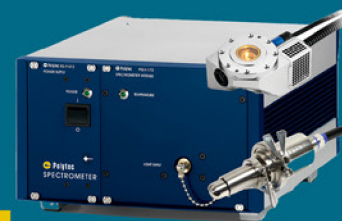
ZEUTEC

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.**

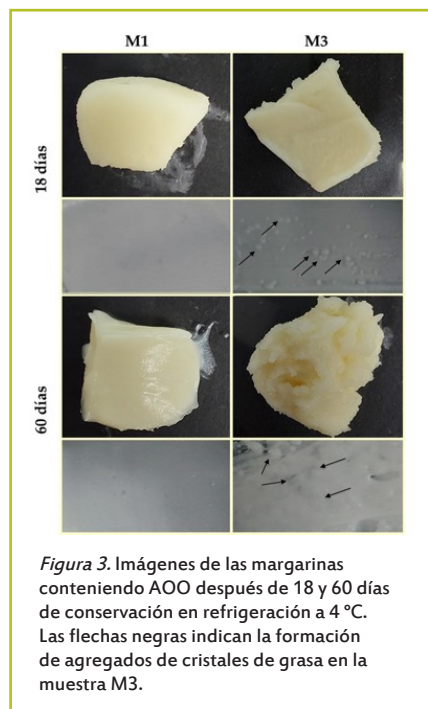


Figura 3. Imágenes de las margarinas conteniendo AOO después de 18 y 60 días de conservación en refrigeración a 4 °C. Las flechas negras indican la formación de agregados de cristales de grasa en la muestra M3.

[A nivel sensorial, los panelistas no encontraron diferencias entre los atributos y la aceptabilidad global de los hojaldres preparados con las dos margarinas conteniendo AOO y aquellos de los hojaldres elaborados con la mantequilla y el preparado graso comerciales]

excelente comportamiento frente al horneado (porcentaje de crecimiento, altura del hojaldre, número de capas, color, etc.). Sin embargo, y como consecuencia de las modificaciones estructurales experimentadas por las margarinas que contenían manteca de cacao (M3/M4) a partir de los 18 días de conservación en refrigeración, los hojaldres elaborados con estas margarinas tuvieron peor respuesta frente al horneado (mayor pérdida de peso y retracción, menor número de capas, etc.) (Figura 4).



Figura 4. Imágenes de los hojaldres elaborados con las margarinas M1 (conteniendo AOO) y M3 (conteniendo AOO y manteca de cacao) después de 18 días de conservación en refrigeración.

Ácidos grasos (mg AG/g muestra)	Perfil lipídico			
	H-CFP	H-CB	H-M1	H-M3
Σ AGS	229	258	163	194
Σ AGM	139	87,6	171	163
Σ AGP	38,5	11,0	33,8	31,1
Σ AGM + Σ AGP	178	98,6	204	194

H-CFP: hojaldre preparado graso comercial
H-CB: hojaldre preparado con mantequilla comercial
H-M1: hojaldre preparado con margarina formulada con 41% de AOO
H-M3: hojaldre preparado con margarina formulada con 31% de AOO y 10% de manteca de cacao

Tabla 3. Perfil lipídico de los hojaldres elaborados con el preparado graso comercial (H-CFP), con la mantequilla comercial (H-CB) y con las margarinas M1 (H-M1) y M3 (H-M3) conteniendo AOO.

Desde un punto de vista nutricional, los hojaldres elaborados con ambas margarinas conteniendo distintas cantidades de AOO tuvieron mejor perfil lipídico que los elaborados con la mantequilla comercial. En comparación con estos últimos, los hojaldres preparados con las margarinas con AOO (41 y 31%) presentaron una reducción en el contenido de ácidos grasos saturados del 37 y 25%, respectivamente, y con un contenido en ácido oleico (C18:1n-9) mucho mayor (Tabla 3). Por lo tanto, estos hojaldres son una opción más saludable para todos los consumidores.

A nivel sensorial, los 30 panelistas -no entrenados pero familiarizados con los distintos atributos de los cuatro hojaldres evaluados- otorgaron puntuaciones medias de color, olor, sabor, textura y aceptabilidad global elevadas, variando entre

6 y 8 en una escala de 10. Sin embargo, las puntuaciones de la sensación grasa fueron inferiores y oscilaron entre 4 y 6. No obstante, no hubo diferencias significativas en los atributos sensoriales o la aceptabilidad global de los cuatro hojaldres evaluados por los panelistas (Figura 5), lo que sugiere que se podría reemplazar la mantequilla y el preparado graso comerciales por las margarinas desarrolladas con AOO sin afectar la aceptabilidad global del hojaldre final.

Conclusiones

Los resultados de esta investigación han puesto de manifiesto la viabilidad tecnológica del aceite de orujo de oliva (AOO) para elaborar margarinas en sustitución de grasas saturadas presentes en los preparados grasos comerciales, y dirigidas a ser incorporadas en masas laminadas



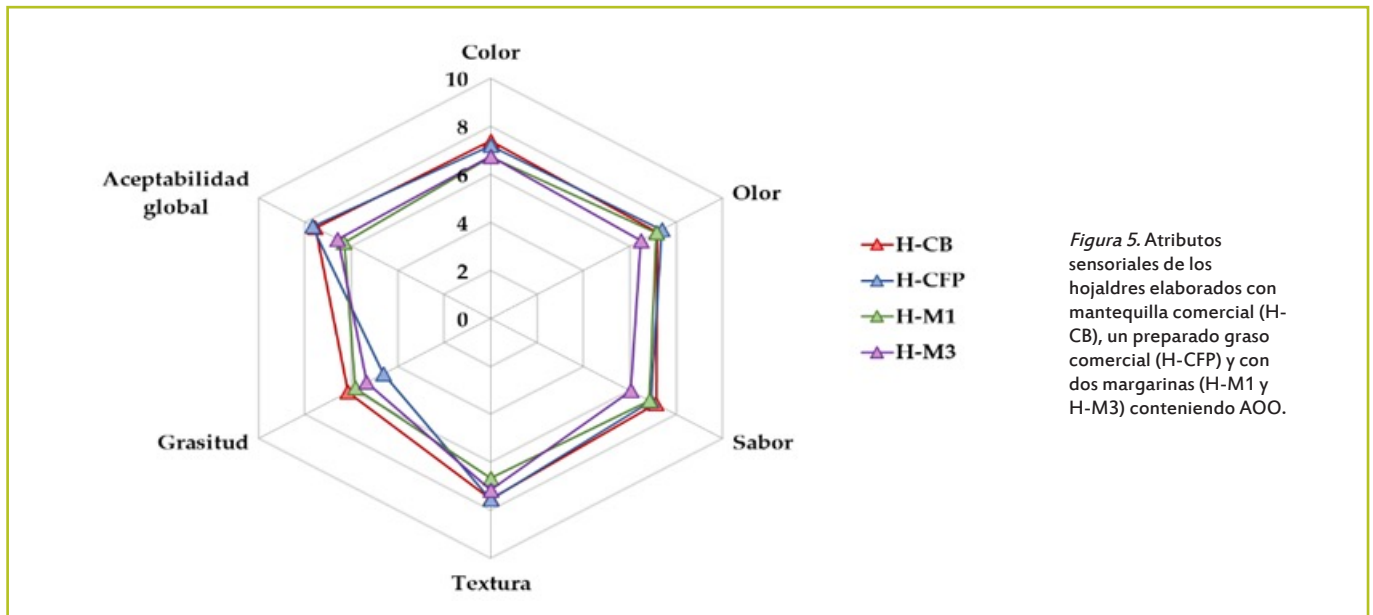


Figura 5. Atributos sensoriales de los hojaldres elaborados con mantequilla comercial (H-CB), un preparado graso comercial (H-CFP) y con dos margarinas (H-M1 y H-M3) conteniendo AOO.

para la obtención de distintos productos finales horneados (hojaldres, volovanes, croissants, crodotes, palmeritas, etc.).

Desde el punto de vista tecnológico, y recién elaboradas, las cuatro margarinas formuladas presentaron propiedades de plasticidad, texturales, térmicas, estructurales y organolépticas muy próximas a las que presentan las mantequillas y preparados grasos comerciales para masas de hojaldre. No obstante, en relación con las condiciones de procesado sería conveniente ensayar su preparación a escala

de planta piloto e industrial para optimizar la cristalización. Las masas de hojaldre preparadas con M1 y M2 presentaron un excelente comportamiento frente al horneado (porcentaje de crecimiento, altura del hojaldre, número de capas, color, etc.). Sin embargo, las margarinas con manteca de cacao (M3 y M4) tuvieron peor respuesta a partir de los 18 días de conservación en refrigeración.

Desde el punto de vista nutricional, lo más destacable es la mejora del perfil lipídico de las margarinas conteniendo

AOO. Los hojaldres preparados con las margarinas conteniendo AOO presentaron una reducción en el contenido de ácidos grasos saturados variable entre un 25% y un 37%.

Por último, a nivel sensorial los panelistas no encontraron diferencias entre los atributos sensoriales y la aceptabilidad global de los hojaldres preparados con las dos margarinas conteniendo AOO (M1 y M3) y aquellos de los hojaldres elaborados con la mantequilla y el preparado graso comerciales. 🟩

DAMOS FORMA A TUS EMOCIONES

INGENIERÍA AGROALIMENTARIA

www.pastranaingenieria.com



Especialistas en el desarrollo de proyectos dealmazaras

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





Fomento de la innovación en el olivar ecológico: el modelo de las 3Cs

La innovación en el olivar ecológico como paradigma de la agricultura mediterránea es objeto del presente artículo. Para ello se analizarán los tres elementos esenciales del fomento de la innovación -la generación de conocimiento, la comunicación de dicho conocimiento y las medidas necesarias para completar el cambio de prácticas-, lo que se ha dado en llamar el modelo de las 3Cs: Conocimiento, Comunicación y Cambio. La C de Conocimiento insta a una reflexión sobre la forma de generar nuevos saberes. Pero de nada sirve generar conocimiento si no se comunica al sector. De ahí que la segunda C invite a analizar las formas de comunicar y difundir el conocimiento generado. Por último, puede generarse conocimiento y se puede comunicar, pero son necesarias políticas complementarias para que el sector pueda implementar el cambio de prácticas. La discusión en torno a estas 3Cs que realizan los autores en el presente artículo ofrece conclusiones para el fomento de la innovación en el olivar ecológico.



Por Samir Sayadi Gmada¹, José Luis Cruz Maceín², Adriana Bertuglia¹ y Blanca Sastre Rodríguez²

Los retos económicos, sociales y ambientales a los que debe hacer frente el olivar ecológico hacen urgente la puesta en marcha de medidas orientadas al fomento de la innovación. Tanto los olivicultores que desean obtener la certificación ecológica como los que ya están certificados necesitan incorporar nuevas prácticas que aseguren la sostenibilidad y competitividad de esta forma de cultivo.

Cambios en la demanda, posicionamiento en el mercado nacional e internacional, nuevas formas de comercialización, rentabilidad de las explotaciones y reconocimiento y puesta en valor de los servicios ambientales prestados por los olivares ecológicos se unen a la necesidad de nuevas prácticas agrarias que garanticen la sostenibilidad y competitividad de las explotaciones en un contexto ambiental y climático más imprevisible que en épocas anteriores (Sayadi *et al.*, 2019 y 2020). Así, los cambios en la duración de las estaciones, en las temperaturas y en la pluvio-

[La agricultura ecológica y la agroecología son una parte fundamental de la bioeconomía circular aplicada al sector agroalimentario que propugna el Pacto Verde]

metría afectan a la fenología del olivar, pero también a la gestión de plagas, arvenses y a la gestión del suelo.

En realidad, la historia de la actividad agraria es un cúmulo de adaptaciones y mejoras para atender los retos que han ido surgiendo y así garantizar el suministro de alimentos. La innovación siempre ha estado presente en la agricultura. Sin embargo, actualmente el ritmo al que se están produciendo los cambios es mayor, de tal forma que las innovaciones tienen que incorporarse con ma-

yor diligencia. Es necesario acortar el tiempo desde que se genera el conocimiento para resolver determinados problemas hasta que se implementan en el sector las correspondientes soluciones.

La agricultura convencional, entendida como el modelo agroindustrial dominante en la actualidad, ha ido desarrollando innovaciones en los últimos 60 años. Por su parte, las prácticas de la agricultura ecológica contemporánea no han tenido tanto tiempo para el desarrollo de innovaciones. Si bien una parte de los conocimientos se basan en prácticas tradicionales, el enfoque actual que trata de integrar el cultivo en los procesos naturales de los ecosistemas todavía requiere de mucho aprendizaje.

En el caso de la agricultura ecológica, el cambio de prácticas implica dos tipos de perfiles de agricultores. Por una parte, aquellos que siguen prácticas convencionales y que se plantean certificarse como ecológicos; y, por otra, los que ya están en ecológico y tienen que hacer frente a retos específicos de este sistema de cultivo. De acuerdo con el concepto de innovación

¹ Instituto Andaluz de Investigación y Formación Agraria, Pesquera, Alimentaria y de la Producción Ecológica (IFAPA Centro Camino de Purchil, Granada)

² Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario (IMIDRA, Comunidad de Madrid)



Fincas de olivar ecológico de la DOP Poniente de Granada (Junta de Andalucía, 2024).

[Dentro del ámbito de la innovación, tiene un papel destacado la digitalización, otro gran reto para el sector, cuyo correcto desarrollo permitirá mejorar la eficiencia y gestión de las explotaciones, facilitando las labores de los olivicultores, garantizando la máxima calidad de las producciones y la trazabilidad de las mismas]

que se detalla más adelante, ambos casos se enmarcan dentro de un proceso de innovación que se aborda en el presente trabajo.

El caso concreto de la olivicultura es paradigmático por la relevancia territorial, económica, social y ambiental que tiene el cultivo en la Cuenca Mediterránea, una región que se espera sufra algunos de los efectos del cambio climático más importantes. Para ello, este artículo se divide en dos secciones: en primer lugar, un marco político y conceptual sobre la innovación y la agricultura ecológica; en segundo lugar, algunas claves para el fomento de la innovación en la olivicultura ecológica.

Innovación y agricultura ecológica

Actualmente, la innovación y la agricultura ecológica constituyen dos ejes clave de la política europea. La innovación fue impulsada en el marco de la Estrategia Europa 2020 (periodo 2014-2020). Los sistemas de innovación y conocimiento agrario (AKIS, por sus siglas en inglés: *Agricultural Knowledge and Innovation Systems*) se han consolidado en el actual periodo de programación como el marco conceptual para el fomento de la innovación en la agricultura. A este eje hay que unir el Pacto Verde que regirá las políticas europeas durante los próximos años. La agricultura ecológica y la agroecología son una parte fundamental de la bioeconomía circular aplicada al sector agroalimentario que propugna el citado Pacto Verde.

FILTROX Southern Europe The best filtration

Un aceite brillante y libre de impurezas



**Sin filtración
el riesgo
de decantación
es máximo**

Una correcta filtración estabiliza y mejora las características organolépticas del aceite.

- Impecable presentación comercial
- Prolonga la conservación
- Elimina sólidos y humedad
- Elimina sabores herbáceos

Le ofrecemos una amplia gama de medios filtrantes que darán solución a sus procesos de separación de sólidos-líquidos.



FILTROX Southern Europe SL,
Calle Can Vinyalets, 15
08130 Santa Perpètua de Mogoda.
Barcelona / Spain - Tel +34 934 626 700
f.jordano@filtrox.com | lenrich@filtrox.com
Distribución: Almacén en Montilla, Córdoba.
Tel + 34 670 065 543
www.filtrox.com





Fincas de olivar ecológico de la DOP Poniente de Granada (Junta de Andalucía, 2024).

En 2009, la Comisión Europea puso en marcha un grupo de trabajo (SCAR AKIS) para que elaborase propuestas sobre cómo fomentar la innovación en el sector agrario en la UE. Dicho grupo de trabajo ha sido un foro de debate y referente en temas de innovación agraria¹ en los últimos tres lustros. Algunas de las premisas del modelo AKIS son un abordaje multiactor y de cocreación basado en un modelo más horizontal de generación de conocimiento y adaptándose a la realidad de cada territorio y cultivo.

En este marco se considera la innovación como la adopción o incorporación de un producto (bien o servicio) o proceso nuevo o significativamente mejorado, un nuevo método de marketing o un nuevo método organizativo en las prácticas comerciales, la organización del lugar de trabajo o las relaciones externas².

Estos planteamientos enmarcan las propuestas para el fomento de la innovación en el conjunto del sector agrario. De acuerdo con este marco, entre los años 2015 y 2019 se analizaron los AKIS de España (Cruz et al., 2021). Una de las conclusiones de dicho trabajo es que los sistemas AKIS son muy diversos. Cada territorio y cada cultivo implican a una gran diversidad de agentes, flujos y fuentes de información. Para analizar estos sistemas AKIS dicho estudio concluyó con una propuesta que se ha dado en llamar el modelo de las 3Cs por las siglas de lo que se consideran las tres piezas clave para el fomento

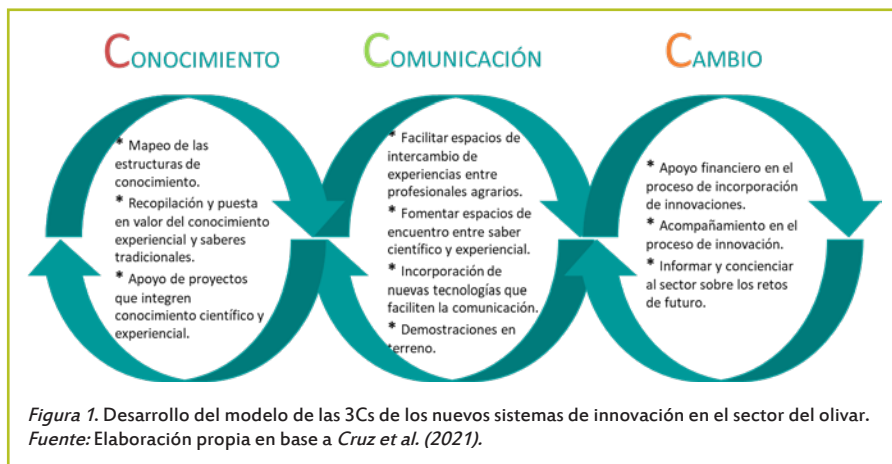


Figura 1. Desarrollo del modelo de las 3Cs de los nuevos sistemas de innovación en el sector del olivar. Fuente: Elaboración propia en base a Cruz et al. (2021).

de la innovación de acuerdo al enfoque AKIS: Conocimiento, Comunicación y Cambio (Cruz et al., 2021). La C de Conocimiento insta a una reflexión sobre la forma de generar nuevos saberes. Pero de nada sirve generar conocimiento si no se comunica al sector. De ahí que la segunda C invite a analizar las formas de comunicar y difundir el conocimiento generado. Por último, puede generarse conocimiento y se puede comunicar, pero son necesarias políticas complementarias para que el sector pueda implementar el cambio de prácticas.

Al mismo tiempo, en diciembre de 2019 se aprobó la hoja de ruta de la UE para los próximos años, el Pacto Verde. Dicho paquete de políticas apuesta por un cambio en el modelo de desarrollo marcado por una mayor integración del medio ambiente y la lucha contra el cambio climático. La agricultura y la alimentación ocupan un espacio muy destacado en dicha hoja de ruta, entre otros motivos por la gran superficie que ocu-

pa la actividad agraria, la gestión que hace de los recursos naturales (agua, suelo, biodiversidad...) y biomásicos (subproductos, residuos, etc.) o por ser un sector estratégico para la seguridad alimentaria. Además, se trata de uno de los pocos sectores económicos con capacidad para fijar carbono.

Así, para el caso concreto de la agricultura, en el año 2020 se aprobó la estrategia "De la Granja a la Mesa". Dicha iniciativa apuesta por un sistema alimentario más sostenible y entre sus objetivos incluye un aumento de la superficie de agricultura ecológica, asegurar suficientes alimentos -y que sean asequibles y nutritivos, sin superar los límites del planeta- y reducir a la mitad el uso de plaguicidas y fertilizantes y la venta de antimicrobianos. Se trata de una estrategia ambiciosa que requiere cambios en las prácticas agrarias pero que no se puede realizar exclusivamente con la aprobación de decretos o normativas al respecto, sino que deben enmarcarse en

¹ <https://scar-europe.org/akis-documents>.

² EU SCAR (2012), *Agricultural knowledge and innovation systems in transition - a reflection paper*, Brussels.



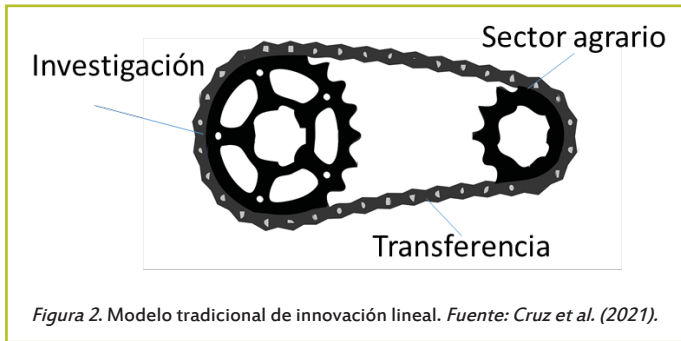


Figura 2. Modelo tradicional de innovación lineal. Fuente: Cruz et al. (2021).

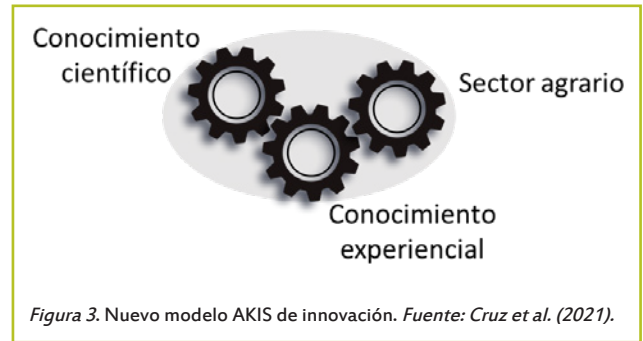


Figura 3. Nuevo modelo AKIS de innovación. Fuente: Cruz et al. (2021).

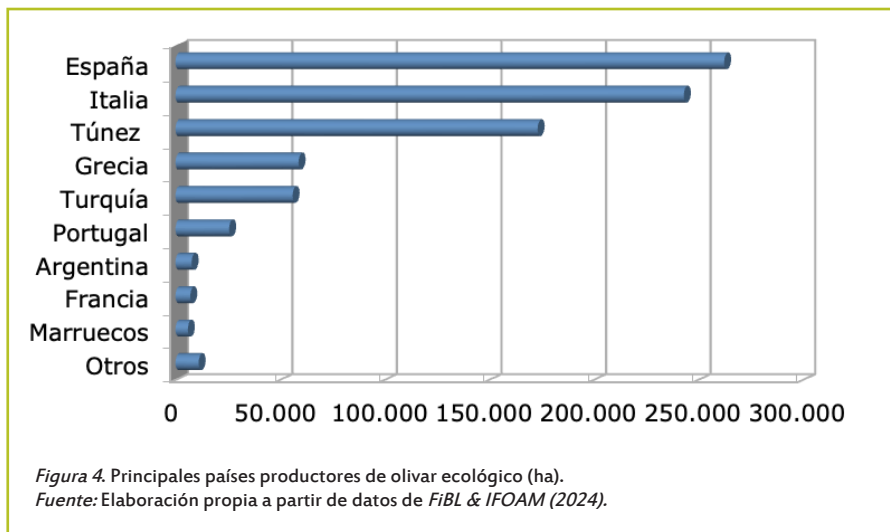


Figura 4. Principales países productores de olivar ecológico (ha). Fuente: Elaboración propia a partir de datos de FiBL & IFOAM (2024).

[La innovación en el olivar ecológico se enfrenta a importantes retos que no pueden ser abordados sólo desde los esfuerzos de los productores y las empresas transformadoras]

39,30%, según el último informe del Instituto de Investigación de Agricultura Orgánica (FiBL & IFOAM, 2024). Según dicho informe, la superficie ascendía en 2022 a 852.649 ha., de las que 656.995 se concentraban en Europa. Como se observa en la Figura 4, España es el principal país productor, concentrando una superficie de 262.379 ha., de las que 196.261 corresponden a la Categoría Calificada en Agricultura Ecológica; 54.174 ha. a superficie Calificada en Conversión; y 11.941 ha. a superficie Calificada en Primer Año de Prácticas (Mercatei, 2023). A pesar de la importancia del olivar ecológico a escala nacional, la superficie total que ocupa el cultivo constituye un 10% de la superficie total de olivar, proporcionalmente inferior al porcentaje que supone el olivar ecológico con respecto al convencional en otros países productores como Italia (21%) o Francia (40%) (FiBL & IFOAM, 2024).

Dentro de España destaca Andalucía con una superficie de 117.237 ha., seguida de Castilla-La Mancha con 74.874 ha. y Extremadura con 30.021 ha. (Mercatei, 2023). España también cuenta con 1.059 almazaras y/o envasadoras de aceite de las que aproximadamente la mitad (520) se encuentran en Andalucía (Mercatei, 2023).

un proceso de innovación que implique ofrecer soluciones viables, transferirlas y apoyar al sector en el proceso de transición; de tal manera que los costes no recaigan de forma exclusiva en una parte de la cadena y no se ponga en riesgo el suministro de alimentos para el conjunto de la sociedad. Y así lo han hecho saber los agricultores entre sus reivindicaciones en las manifestaciones que han tenido lugar a finales de 2023 y principios de 2024 en toda Europa.

El modelo de las 3Cs plantea un decálogo (Figura 1) de aspectos a tener en cuenta para generar conocimiento y soluciones adaptadas a las necesidades del sector. En primer lugar, implica una nueva forma de generar el conocimiento desde un enfoque multiactor y de co-creación en el que se ponga en valor el conocimiento científico, pero también el derivado de la experiencia de los agricultores. En segundo lugar, nuevas formas de hacer llegar el conocimiento al sector de forma ágil y clara. En tercer lugar, completar la generación y transferencia de conocimiento con una batería de herramientas

que ayuden a la transición desde el punto de vista técnico y económico, de tal forma que haya un acompañamiento al sector en el proceso de incorporación de prácticas más sostenibles.

En último término, lo que se pretende cambiar es el modelo de generación y difusión de conocimiento que se popularizó a raíz de la Revolución Verde. Un modelo, este último, en el que se generaron soluciones desde el ámbito científico y de la investigación y, gracias al desarrollo de una amplia red de extensión agraria, se transfirieron e implantaron las mejoras tecnológicas generadas (Figura 2), dando paso a un modelo con una mayor integración de todas las partes implicadas. Un modelo en el que la generación de conocimiento y la innovación se producen de forma casi simultánea (Figura 3).

Claves para el fomento de la innovación en el olivar ecológico

El olivar ecológico constituye un sector en continua expansión, habiéndose registrado en los últimos diez años un incremento de su superficie a nivel mundial del



Fincas de olivar ecológico de la DOP Poniente de Granada (Junta de Andalucía, 2024).



El olivar ecológico prioriza la conservación total del suelo y de los recursos biológicos sin uso de productos químicos de síntesis. En muchos casos apuesta por variedades autóctonas, rústicas, adaptadas a la heterogeneidad ambiental existente y que respondan a un manejo bajo en insumos externos.

Las prácticas asociadas al olivar ecológico que contribuyen a la conservación y mejora del suelo son:

- Abono en verde: consiste en cultivar determinadas plantas (leguminosas, crucíferas y gramíneas) que se entierran en el mismo terreno donde han crecido. Se siembran en las calles y en época de reposo de los árboles.
- Compostaje: es una técnica de descomposición biológica (fermentación) de residuos orgánicos en condiciones controladas (temperatura, humedad, etc.), obteniéndose un mantillo que se aplica al suelo.
- Fertilización orgánica.
- Fertilización mineral: cuando sea necesario incorporar algún elemento del que el suelo es pobre o exista carencia en el cultivo se pueden aplicar abonos minerales. Estos abonos no pueden ser elaborados por métodos químicos de síntesis, sino que procederán de rocas o minerales naturales que hayan sufrido sólo procesos físicos tales como molido, triturado, etc.
- Laboreo a nivel: labores en el sentido contrario a la pendiente del terreno.
- Realización de laboreo superficial que no voltee la tierra, no mezcle los diferentes horizontes del perfil del suelo y dañe lo menos posible la vida que existe en éste.

[Las transformaciones hacia un modelo de olivicultura más sostenible implican a toda la cadena de producción y consumo, pero también al sistema de generación y difusión del conocimiento]

- Cubierta vegetal: consiste en utilizar plantas herbáceas (sembradas o espontáneas) para cubrir el suelo en las calles de la plantación.
- Cobertura inerte: se trata de cubrir el suelo con piedras y/o restos vegetales agrícolas.

Para la gestión de arvenses se recomienda acolchado, fertilización equilibrada y abonos orgánicos, bien fermentados y maduros, así como el pastoreo. En cuanto a la gestión de plagas, las prácticas recomendadas son:

- Elección de plantas y variedades adaptadas a las condiciones climáticas, edáficas, etc. de la zona donde se vayan a cultivar que sean resistentes a plagas y enfermedades.
- Utilización de técnicas culturales que conserven y mantengan un buen nivel de fertilidad del suelo.
- Uso adecuado y racional del agua.
- Protección de la fauna auxiliar, por lo que se deberán implantar o conservar lugares de refugio como setos, bosquecillos, plantas melíferas, etc.

- Uso de medios físicos o trampas para eliminar o detectar los posibles causantes de plagas -por ejemplo, trapeo masivo para la mosca del olivo-.
- Realización de prácticas culturales beneficiosas como podas de aclareo, eliminación de partes dañadas, etc.

Cada una de estas prácticas plantea retos importantes que se deben adaptar a la realidad edafoclimática de cada zona. En este sentido, el olivar ecológico debe ajustar sus prácticas a las condiciones de cada región; mejorar las relaciones entre el sector y el territorio para generar valor en términos de servicios ambientales y bienestar social; y mejorar la comercialización para que las buenas prácticas agrarias sean reconocidas por los consumidores como atributos de calidad en la cadena de valor del olivar ecológico.

Dentro del ámbito de la innovación, tiene un papel destacado la digitalización, otro gran reto para el sector, cuyo correcto desarrollo permitirá mejorar la eficiencia y gestión de las explotaciones, facilitando las labores de los olivicultores, garantizando la máxima calidad de las producciones y la trazabilidad de las mismas.

Ante estos retos, el modelo de las 3Cs destaca la necesidad de la generación de conocimiento. El conocimiento tradicional es una fuente importante de información para identificar las peculiaridades de cada región, así como las soluciones que se han venido aplicando hasta la fecha. Esta información es de gran utilidad para contribuir a la mejora de la rentabilidad y sostenibilidad de los olivares ecológicos. Para ello, se hace necesario realizar mapas de conoci-



miento que identifiquen quiénes son los agentes clave, qué relaciones hay entre ellos y qué flujos de información existen. Estos mapas permiten identificar cuáles son los puntos más débiles de la cadena de conocimiento y, en su caso, establecer las medidas necesarias para dinamizar los flujos de información.

Desde el punto de vista de la C de Comunicación, la digitalización es una parte

importante para mantener al sector informado de los avances, así como agilizar la circulación de avisos relevantes para los cultivos como las alertas sanitarias. Pero, más allá de la digitalización, también son muy importantes los espacios de encuentro cara a cara, en foros y demostraciones en parcelas, especialmente en un sector en el que el aprendizaje entre iguales es clave.

Desde el punto de vista de la C de Cambio, el acompañamiento, formación, financiación y asesoramiento deben incorporarse a la agenda de la política agraria. A todo ello hay que unir necesarias campañas de sensibilización tanto a los productores como a los transformadores de retos a medio y largo plazo a los que se puede enfrentar el sector.

Conclusiones

La innovación en el olivar ecológico se enfrenta a importantes retos que no pueden ser abordados sólo desde los esfuerzos de los productores y las empresas transformadoras. Las transformaciones hacia un modelo de olivicultura más sostenible implica a toda la cadena de producción y consumo, pero también al sistema de generación y difusión del conocimiento. Por tanto, parece recomendable articular formalmente estos esfuerzos de tal forma que, de acuerdo con el modelo de las 3Cs, la generación de conocimiento, su difusión y las políticas de apoyo a la incorporación de innovaciones estén alineadas. 🍯

Agradecimientos

Este trabajo ha sido elaborado en el marco del proyecto ECOMERCA (PEIT: IDF2023028.002), cofinanciado al 85% con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

Referencias

- Cruz, J. L.; Sayadi, S.; Albisu, L. M. (2021). AKIS: Del conocimiento a la innovación en el sector agroalimentario. INIA-CSIC. 157 páginas. ISBN (papel): 978-84-7498-586-3. ISBN (ebook): 978-84-7498-587-Madrid. http://libros.inia.es/libros/product_info.php?products_id=1507.
- FiBL & IFOAM. (2024). The world of organic agriculture. Statistics & emerging trends 2024. Disponible en: <https://www.fibl.org/de/shop/1747-organic-world-2024>.
- Mercacei (2023). Disponible en: <https://www.mercacei.com/noticia/59524/actualidad/la-superficie-de-olivar-ecologico-en-espana-aumento-un-228-en-2022.html>.
- Sayadi, S.; Bertuglia, A.; Parra, C.; Cruz, J. L.; Albisu, L.M.; Jiménez-López, J. J. (2019). Análisis exploratorio de las necesidades de investigación, transferencia y formación de los olivicultores andaluces. Foro Económico y Social. Expoliva 2021. Jaén Foro Económico y Social. 15-18 Mayo.
- Sayadi, S.; Bertuglia, A.; Parra-López, C.; Cruz, J.L.; Albisu, L.M.; Jiménez-López, J.J. (2020). El agricultor como protagonista del cambio. Oleo. Revista profesional del mundo del aceite. Vol. 180-181, pp: 60-63. Madrid.



SECADEROS DE LA LOMA

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

Especialistas en valorización de subproductos oleícolas:

Hoja de olivo, piel de aceituna, hueso y orujo

con **EMISIONES
CERO**

SABER MÁS



JOAQUÍN MOLINA CHAMORRO
P.I. LOS CERROS - C/ Cerrajería, nº 4 - 23400 ÚBEDA (JAÉN)
T. 636 458 165 - E. joaquin@huesoaceituna.com

www.huesoaceituna.com



España consigue en tres años doblar el valor de las ventas de *Aceites de Oliva* en Alemania



LASST UNS GEMEINSAM KOCHEN!

MIT EUROPÄISCHEM OLIVENÖL WIRD ALLES BESSER

MIT OLIVENÖLEN AUS SPANIEN DEN TIEF VERWURZELTEN, GESUNDEN UND NATÜRLICHEN LEBENSSTIL ENTDECKEN

WWW.OLIVEOILWORLDTOUR.DE

ENJOY IT'S FROM EUROPE

Aceites de Oliva de España y la Unión Europea (UE) lanzaron en el mercado alemán en 2021 la iniciativa Olive Oil World Tour bajo el lema “¡Cocinemos juntos! Con el aceite de oliva europeo todo es mejor”. Tras tres años de trabajo promocional a lo largo de todo el país, la campaña llega a su fin y para celebrarlo la Interprofesional del Aceite de Oliva Español organizó un evento especial en Múnich. La organización hizo un balance muy positivo de esta iniciativa, detallando que, a pesar del aumento del precio del aceite de oliva en los mercados mundiales, los alemanes se han mantenido fieles a este alimento único. Tras esta campaña, uno de cada tres aceites de oliva que se consumen en el mercado alemán es español.

“**a**hora, visto con perspectiva, el momento elegido para lanzar esta campaña no pudo ser más acertado”, según consideró la gerente de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, Teresa Pérez, en el evento celebrado en la capital bávara. Según Pérez, “esta campaña estaba en marcha cuando más falta hacía, cuando los precios del aceite de oliva se dispararon en los mercados mun-

diales. Una circunstancia que nos hacía temer un hundimiento de la demanda en este y otros grandes mercados”.

En julio de 2021 el precio del aceite de oliva en los mercados europeos se situaba en una media de 4,4 euros por kilo, mientras que en estos primeros meses de 2024 ha superado los 9 euros por kilo. “Esta campaña nos ha servido para explicar a los consumidores alemanes que los aceites de oliva valen hasta el último céntimo que pagan

por ellos, ya que no sólo adquieren un alimento de calidad que llena de sabor sus platos, sino que también les ofrecen un plus de bienestar que pocos alimentos pueden darles. A la vista de los datos, estos mensajes han calado en el comprador alemán. El mercado se ha resentido mucho menos de lo esperado. Las importaciones totales se han reducido en casi un 24% en los tres últimos años, pasando de casi 84.000 t. en 2021 a unas 64.000 t. en 2023.



Pero es que en ese periodo el precio ha crecido más de un 100%”, precisó la gerente de la Interprofesional.

Pérez indicó que “ha sido España la que ha logrado rentabilizar mejor lo ocurrido en este mercado, ya que ha elevado su cuota de mercado, respecto al total de importaciones, en casi nueve puntos al pasar del 25,35% de 2021 al 34,23% de 2023. Eso significa que uno de cada tres aceites que se consumen en ese mercado lo ha comercializado nuestro país”. Por su parte, Italia ha visto reducir su cuota del 53,30% en 2021 al 44,72% en 2023 sobre las importaciones totales, según los datos de Statistics Germany.

El valor de las importaciones, lejos de disminuir, ha logrado un notable avance en estos tres años. “Aquí también,

los *Aceites de Oliva de España* han logrado un importantísimo avance, al pasar de unos 67 millones de euros en 2021 a 132 millones de euros en 2023, un 97% más”, detalló la gerente de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español. En ese mismo periodo, el valor de las ventas de los aceites de oliva provenientes de Italia se mantuvo estable, pasando de 200 millones de euros en 2021 a 208 millones de euros en 2023.

Para José Miguel Herrero, director general de la Industria Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), estos datos avalan el trabajo realizado en estos tres años en Alemania. “Las importaciones de *Aceites de Oliva de España* se han incrementado en más de dos dígitos y, por otro lado, podemos decir que los consumidores alemanes conocen mucho mejor las propiedades de los aceites de oliva. Eso supone que uno de cada tres aceites de oliva que se consumen en el mercado alemán es español, lo cual nos lleva a decir, con satisfacción, que la campaña realizada por la Interprofesional ha sido un auténtico éxito”.

Evento de cierre de campaña

El evento celebrado en Múnich es un reflejo perfecto de lo que ha sido la campaña, en la que ha primado la información útil para el consumidor, al que le han enseñado las características que hacen únicos a los aceites de oliva españoles, tal y como destacó la experta Carmen Sánchez, que realizó una degustación de tres variedades -hojiblanca, cornicabra y picual-. “Las variedades son fascinantes porque cada una de ellas ofrece un matiz diferente que hace que cada aceite de oliva virgen extra sea único y diferente a los demás. Además, hace que cada consumidor pueda encontrar su aceite ideal según sus gustos e incluso según la aplicación culinaria para la que lo vaya a utilizar, porque, por ejemplo, los aceites de oliva variedad picual son intensos, de aromas y sabores verdes, con un toque de picor juguetón que los hace perfectos para aliños, mientras que los aceites de oliva hojiblanca combinan mejor con platos de pescado, con sus tonos herbáceos”, precisó.

A su vez, tuvo lugar un *showcooking* en el que el chef muniqués Dominik Käppeler, galardonado con una estrella Michelin, demostró que con una



pequeña cantidad de aceite de oliva virgen extra se enriquece cualquier plato, aportando, además, un plus de bienestar. “Con este menú que he desarrollado quería demostrar lo versátil que es el aceite de oliva y cómo se puede utilizar en cualquier técnica culinaria. Así, en mi primera receta el aceite de oliva hojiblanca ha sido la clave para resaltar el sabor del alga nori y el toque picante del jengibre. Por otro lado, en la segunda receta preferí usar aceite de oliva cornicabra por su sabor más complejo y que combina mejor con el sabor más suave del pescado hamachi. También en esta receta he utilizado una técnica para convertir el aceite de oliva en polvo, para mostrar la adaptabilidad del aceite de oliva en la cocina. Lo mismo lo demuestra el granizado de aceite de oliva picual que forma parte de mi tercera receta”.

Finalmente, la mixóloga Susan Ann MacKenzie sorprendió a los invitados con cócteles inusuales que creó con aceite de oliva virgen extra. Así, desa-

rolló dos propuestas diferentes: el cóctel sin alcohol “Strawberry swing con hojiblanca” y el cóctel “Yuzu Bay con picual”, demostrando que este alimento tiene cabida en cualquier elaboración.

Para el portavoz de la Comisión Europea en España, Ioannis Virvilis, “esta campaña de promoción, que ha sido financiada por la Comisión Europea y que cierra con el evento en Múnich, es un muy buen ejemplo de los esfuerzos del Ejecutivo comunitario

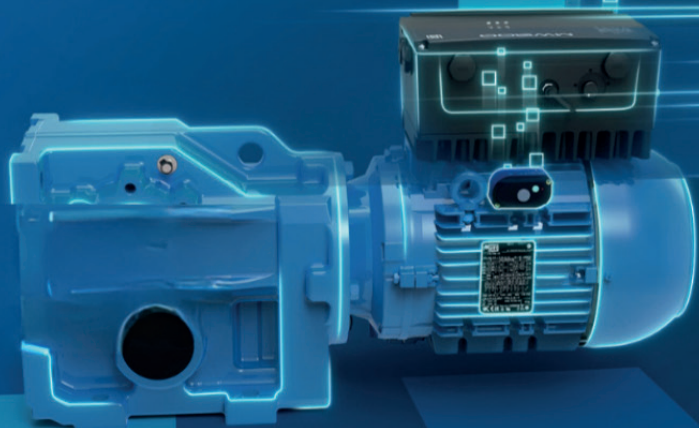
para promocionar nuestros productos agrícolas, tanto dentro como fuera de la UE. Nuestro objetivo es aumentar la competitividad del sector agrícola, incluyendo por supuesto el sector del aceite de oliva, y concienciar sobre los altos estándares utilizados en la agricultura europea, tanto en términos de calidad como de sostenibilidad”.

En ese sentido, José Miguel Herrero resaltó que la Interprofesional del Aceite de Oliva Español se ha convertido en experta en la gestión de estos programas. “Siempre han sido firmes defensores de estos programas y se han beneficiado de bastantes fondos comunitarios y, con una aportación de unos 20 millones de euros aproximadamente del sector se ha conseguido hacer promoción por valor de casi 60 millones de euros”, afirmó. 🍯

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

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.



PREDIC I: Prototipo de sistema para la predicción temprana de la cosecha de olivar



Liderado por el Centro Tecnológico del Olivar y del Aceite (Citoliva), y bajo la coordinación técnica de la Universidad de Jaén (UJA), el objetivo del Grupo Operativo PREDIC I ha sido desarrollar un sistema con el que poder obtener una predicción temprana de la cosecha del olivar, lo que posibilita adoptar decisiones estratégicas correctas y optimizar los recursos en todas las fases del cultivo y en la comercialización del aceite de oliva.

Los sistemas predictivos son una herramienta fundamental para la gestión y la toma de decisiones en cualquier sector. Es indudable el interés que supone para la rentabilidad de un negocio disponer de información anticipada sobre sus futuros resultados. Si se extrapola este ejemplo al ámbito agrícola los beneficios son indudables. PREDIC I es un proyecto integrador y multidisciplinar que aúna los últimos avances tecnológicos en materia de sensores remotos e Inteligencia Artificial en favor de la agricultura y, especialmente, el olivar. En este sentido, dependiendo de la época del año en la que se disponga de esta información, las decisiones a adoptar influirán en mayor o menor medida sobre el balance económico.

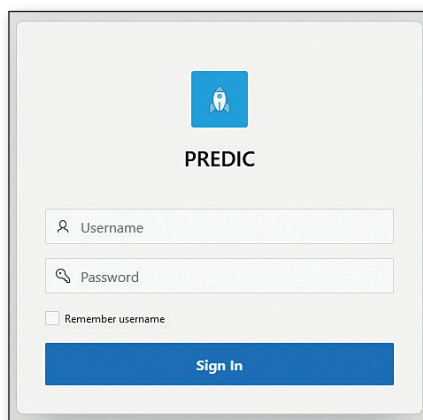
El objetivo de este proyecto –conformado, además de por Citoliva y la UJA, también por el Centro Tecnológico Metalmecánico y del Transporte (Cetemet), Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía y Nutesca– ha sido desarrollar un sistema capaz de predecir con antelación, justo al cierre de la campaña de recolección anterior, la cantidad de cosecha para el próximo año. Se trata de un sistema accesible y amigable para el usuario de manera que la complejidad tecnológica que lo soporta pasa totalmente desapercibida.

El desarrollo y los algoritmos predictivos se han realizado bajo una aplicación en la nube sin que el usuario sea consciente de ello. El agricultor o gestor que acceda a la aplicación lo hará



accesible y muy útil para la toma de decisiones estratégicas.

Las conclusiones de este estudio responden al caso del olivar de cada municipio de Jaén, Córdoba y Granada, además de una serie de fincas piloto seleccionadas en cada provincia. No obstante, la metodología de trabajo y la implementación en la aplicación web del sistema experto está diseñada para su adaptación a otras zonas de trabajo y tipos de cultivo. Éstas se realizarían siguiendo el mismo flujo de trabajo y adaptando los modelos predictivos en función de la influencia de los datos meteorológicos y de los datos de cantidad de cosecha.



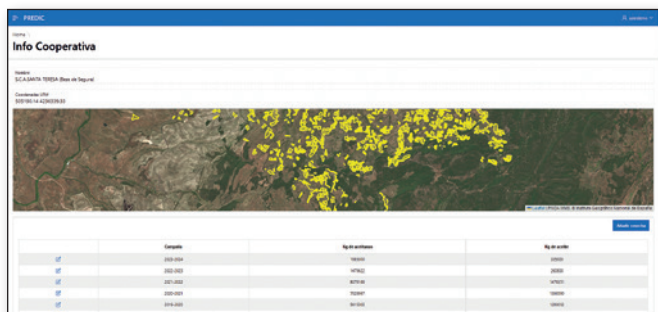
Acceso personalizo a la aplicación web.

con un perfil específico en el que selecciona la predicción que necesita conocer. También puede exportar la información en el formato que desee o simplemente visualizar una representación gráfica de los resultados. Se trata, por tanto, de una potente herramienta muy

Metodología

La metodología empleada en este estudio se organiza en múltiples etapas, comenzando con la comprensión de los datos, seguida de su preparación, la creación de modelos y culminando con la validación e implementación de éstos. El resultado final del modelo es la predicción de la cantidad de cosecha de aceituna, expresada en kilogramos, que se recogerá en cada campaña a nivel municipal. Esta variable es desconocida inicialmente, pero puede deducirse a partir de otras variables conocidas que guardan una relación directa o inversa con el objetivo.

Para predecir la cosecha de aceitunas, se prueban diversos algoritmos de regresión. El propósito del análisis de regresión es encontrar los valores de los parámetros de una función que se ajusten mejor a un conjunto de datos observacionales. La razón principal para utilizar la regresión es que es una



Vista de pantalla con visualización de fincas y acceso a datos.

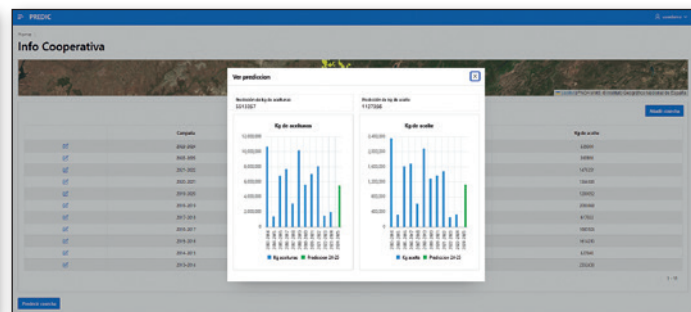


Gráfico comparativo con histórico de datos y predicción.

técnica de minería de datos que permite predecir valores numéricos en un continuo. Una tarea de regresión comienza con un conjunto de datos en el cual los valores objetivo son conocidos. Un algoritmo de regresión estima el valor del objetivo basándose en los predictores para cada caso del conjunto de datos. Las relaciones entre los predictores y el objetivo se resumen en un modelo, el cual puede aplicarse a otro conjunto de datos donde los valores del objetivo son desconocidos. Los modelos de regresión se evalúan calculando varios estadísticos que miden la diferencia entre los valores predichos y los valores esperados. Los datos históricos en un proyecto de regresión generalmente se dividen en dos conjuntos: uno para construir el modelo y otro para probarlo. Es crucial mencionar que el año utilizado para probar el modelo no debe incluirse en el conjunto de datos de formación.

Para este estudio específico, se utiliza un modelo lineal puro del algoritmo Generalized Linear Models (GLM) y otros modelos que aplican máquinas de soporte vectorial (Support Vector Machines, SVM) con kernel gaussiano y lineal, respectivamente. Estos modelos son seleccionados debido a su capacidad para capturar relaciones tanto lineales como no lineales entre las variables predictores y el objetivo. El GLM es adecuado para modelos lineales generalizados que pueden ajustarse a distintos tipos de distribuciones, mientras que los SVM son conocidos por su capacidad para manejar datos de alta dimensión y encontrar el hiperplano óptimo que separa las clases en el espacio de predictores.

Una parte esencial de este proyecto es la accesibilidad del sistema para el agri-

[Se trata de un sistema accesible y amigable para el usuario de manera que la complejidad tecnológica que lo soporta pasa totalmente desapercibida]

cultor o el gestor de la explotación agrícola. Con este propósito, la aplicación se ha desplegado en la nube, permitiendo al usuario acceder a ella desde cualquier dispositivo con conexión a Internet. Esta característica es particularmente importante en el contexto agrícola, donde la movilidad y la facilidad de acceso a la información en tiempo real pueden influir significativamente en la toma de decisiones. La tecnología en la nube no sólo ofrece conveniencia, sino también seguridad y escalabilidad, lo que significa que la aplicación puede crecer y adaptarse a medida que las necesidades del usuario cambien o se amplíen.

La implementación en la nube también facilita la integración de nuevas funciones y mejoras en el sistema sin necesidad de interrumpir el acceso del usuario. Por ejemplo, se pueden agregar módulos adicionales para análisis más detallados, como la predicción de plagas o enfermedades en los cultivos, basados en datos climáticos y de suelo. Además, la capacidad de almacenar grandes volúmenes de datos históricos y actuales

permite realizar análisis más complejos y obtener predicciones más precisas.

Otro beneficio clave de la aplicación en la nube es la capacidad de compartir información y colaborar con otros agricultores, investigadores o instituciones agrícolas. Esto puede fomentar una comunidad de práctica donde se intercambian conocimientos y se adoptan mejores prácticas, contribuyendo al avance general del sector agrícola. Además, la recopilación de datos a gran escala puede ayudar a identificar tendencias y patrones a nivel regional o incluso nacional, proporcionando información valiosa para la formulación de políticas agrícolas y la planificación de recursos.

Como conclusión final, se puede afirmar que la metodología seguida en este trabajo no sólo se enfoca en la creación de modelos precisos para la predicción de la cosecha de aceituna, sino que también considera la importancia de la accesibilidad y la usabilidad del sistema para los usuarios finales. La combinación de técnicas avanzadas de regresión, como GLM y SVM, con la implementación en la nube, crea una herramienta poderosa y flexible que puede adaptarse a diversas necesidades y condiciones, potenciando así la eficiencia y sostenibilidad de la producción agrícola. Esta aproximación integradora subraya el potencial de la tecnología moderna para transformar prácticas tradicionales y enfrentar desafíos contemporáneos en el sector agrícola. 🌱

<https://intellfoo.ujaen.es/predic1/home>



PREDIC I está subvencionado mediante el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER), por la Junta de Andalucía a través de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, de acuerdo con el artículo 18.4 la Ley 38/2003, de 17 de noviembre.



Calderería Manzano inaugura sus nuevas instalaciones en Villafranca de Córdoba

Calderería Manzano inauguró el pasado 13 de junio sus nuevas instalaciones en el Polígono Industrial Dehesa de Cebrián (Villafranca de Córdoba), un nuevo espacio que permitirá a la compañía aumentar su capacidad de producción en un 60% anual, consolidando su posición en el mercado y su compromiso con la innovación y la sostenibilidad. Las nuevas instalaciones, fruto de una inversión de 3,3 millones de euros, cuentan con tecnología de última generación que optimiza los procesos de producción y reduce el impacto ambiental. Este avance refuerza el compromiso de Calderería Manzano con una economía más limpia y sostenible, alineándose con los objetivos del Fondo Europeo de Desarrollo Regional.



Fundada en 1918 en Bujalance, Calderería Manzano ha evolucionado a lo largo de más de un siglo, manteniéndose a la vanguardia tecnológica en colaboración con la reconocida marca alemana Flottweg. En la actualidad, la compañía emplea a 80 trabajadores, factura más de 14 millones de euros anuales y exporta sus productos a más de 20 países. Sin embargo, desde 2014 sus depósitos de acero inoxidable se fabrican por cuestiones logísticas en Villafranca de Córdoba, a 15 minutos de su sede social.

La inversión que en 2014 permitió a Manzano deslocalizar esta línea de negocio -también diseña, fabrica e instala las líneas de extracción de aceite de oliva junto a la marca Flottweg- ascendió a alrededor de un millón de euros. Desde entonces, se han fabricado más de 2.000 depósitos de acero inoxidable de fondo inclinado o patas con capacidades que van desde unos 2.000 litros hasta las casi 200 toneladas de aceite de oliva.



Nuevo proyecto y construcción

La que se había convertido en la segunda fábrica de su marca pronto se reveló insuficiente para cubrir la demanda de sus clientes. Así, desde julio de 2023 a junio de 2024, Manzano ha construido una nueva fábrica en la misma zona industrial de Villafranca de Córdoba, gracias a una inversión de 3,3 millones de euros.

El nuevo emplazamiento de Manzano se asienta en una parcela de 12.000

metros cuadrados totales en los que se ha construido la nueva edificación de 2.200 metros cuadrados para fabricación. El diseño de esta nueva nave, desarrollado por el estudio de arquitectura ESTUDIO JYC, se organiza en tres volúmenes de distinta altura, entre 9 y 23 metros, con estructura y cerramientos de hormigón armado prefabricado. A su vez, se ha llevado a cabo la reconstrucción de 1.600 metros cuadrados ya existentes que se destinarán a usos secundarios.



Una inauguración por todo lo alto

Más de 300 invitados asistieron el pasado 13 de junio al acto de inauguración de la nueva fábrica de Manzano. El equipo directivo, comercial y técnico de la empresa acogió -además de a la junta de accionistas- a clientes, proveedores, colaboradores, prescriptores y profesionales del sector del aceite de oliva.

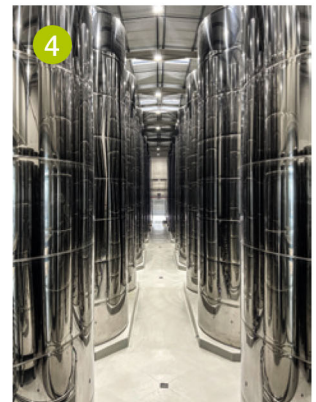
En el acto inaugural, el presidente de la compañía, Antonio Manzano, resaltó que la puesta en marcha de estas nuevas instalaciones supone “un gran hito, ya que nos ha llevado a realizar la inversión más importante en muchos años”. Durante su discurso, habló sobre Bujalance y su abuelo, al que no conoció “y que en 1918 sentó las bases de lo que hoy es Calderería Manzano”. Además, recordó que “el depósito más grande que se fabricaba entonces era de 500 arrobas y que trasladar un depósito a Montilla suponía de 3 a 4 días, cuando hoy se hace en dos horas”. “Si a mi abuelo le dijera que hemos instalado bodegas en EEUU casi seguro que no se lo creería”, remarcó.

Por su parte, la directora general de la compañía, Ángela Manzano, agradeció la presencia de autoridades y asistentes al evento, así como a su equipo, a sus clientes y a todas aquellas empresas que han formado parte de la construcción de las nuevas instalaciones y que han hecho posible cumplir los plazos necesarios para que se puedan atender los pedidos de las bodegas en 2024 desde el nuevo centro de fabricación. “La elección de empresas de nuestro entorno no es casual, puesto que consideramos que parte de nuestra responsabilidad como empresa es poner nuestro grano de arena en el desarrollo económico de nuestro pueblo, Bujalance, y de los que nos rodean”, consideró.

Según resaltó Ángela Manzano, esta nueva fábrica “es más que un simple edificio, es el símbolo de nuestra determinación en la mejora continua y en mantener el liderazgo en nuestro sector”. Además, avanzó que forma parte de un ambicioso plan de inversión que culminará en 2026, con tres fábricas completamente renovadas, “listas para enfrentar los desafíos del futuro”.

Durante el evento, se realizaron visitas guiadas a las instalaciones, demostraciones de maquinaria y una presentación sobre la trayectoria y los logros de Calderería Manzano.

Finalmente, se sirvió un almuerzo a cargo de los chefs cordobeses Alfonso Tello y Matías Vega.



Automatización de bodegas (1); bodega con depósitos inox de gran capacidad (2); bodega para aceite de oliva en Lagar do Sobrado (Ferreira do Alentejo, Portugal) (3); bodega para aceite de oliva en Olibest (Serpa, Portugal) (4).

La empresa ha priorizado la elección de los proveedores con sede en Bujalance, localidad origen de Manzano. En este sentido, Construcciones y Reformas Bujalance, Hermanos Chafino López, Alumicor, Carpintería Hermanos Caravaca o Decoraciones y Pinturas Manuel Ortega, entre otros, han hecho posible el cumplimiento de los plazos

necesarios con el objetivo de que la compañía pueda atender ya los pedidos de las bodegas desde el nuevo centro de fabricación.

La nueva fábrica permitirá a Manzano aumentar su producción máxima en alrededor del 60% anual, así como la fabricación de depósitos aún más altos respecto a los que se ofrecían en

la Península Ibérica en la actualidad. La empresa precisa que la tendencia imparable del sector hacia las grandes producciones en un corto espacio de tiempo obliga a satisfacer la demanda de depósitos más grandes, pero también construidos con todas las garantías establecidas por la regulación alimentaria y los más altos requerimien-



El presidente de la compañía, Antonio Manzano (izqda.); y la directora general, Ángela Manzano (dcha.), en el evento de inauguración.



tos estéticos. Así, según la compañía, “las grandes bodegas de los últimos años son auténticas catedrales dentro de las almazaras y las cooperativas”. Manzano, siempre a la vanguardia, ofreció los primeros depósitos completamente terminados en fábrica en producción robotizada de 13,5 metros de altura. La nueva fábrica debía cubrir la posible petición de depósitos mayores.

Y es que la marca de Bujalance ha exportado bodegas a países tan diversos como Portugal, Túnez, Marruecos, EEUU, Bulgaria, Guatemala, Kenia o Canadá. La expansión de la empresa comenzó con el envío de material y fabricación *in situ* y el nuevo proceso productivo de 2014 permitió la fabricación de las ya reconocidas por sus clientes extranjeros como “muñecas rusas”, packs de depósitos con diámetros muy parecidos que, con la nueva fábrica, podrán fabricarse en tamaños aún mayores.

Por otro lado, el proyecto incluye la instalación de 35 KW de potencia instalada en placas solares para la genera-

ción de la práctica totalidad del consumo eléctrico de la planta. La empresa, que ya cuenta con una pequeña parte de su consumo en la fábrica de Bujalance generado mediante placas solares, cuenta con un plan de sostenibilidad para poner en marcha sucesivas instalaciones en sus diferentes ubicaciones que cubran el consumo total de la compañía a finales de 2026.

Plan estratégico

La fábrica recién construida supone un paso crucial para Manzano, si bien no es el único en el horizonte de la empresa. En 2025 está planificada la puesta en marcha de un nuevo centro de reparaciones de rotores. Como representante exclusivo de la marca Flottweg, Manzano da servicio a almazaras y cooperativas, pero también a otras industrias que cuentan con centrífugas. El desarrollo de esta línea de negocio, con crecimiento exponencial, necesita un emplazamiento con espacio suficiente para ganar en productividad y capacidad, puesto que la compañía acoge piezas de cualquier marca y tamaño. En la misma línea de la inversión actual, persigue aportar la mejor tecnología disponible, automatización y acabados inmejorables, que son imagen de marca de Manzano.

La reestructuración de las líneas de producción de depósitos y repa-

raciones de centrífugas permite reinustrializar su fábrica de Bujalance. El corazón de Manzano mantiene sus oficinas centrales y sede social en la nave primigenia de la empresa, finalizada el 23 de abril de 1918. Así estaba escrito en una viga de madera cuando se rehabilitó dicha nave en 2016 para albergar las modernas instalaciones desde las que se gestiona la empresa. Las naves de producción de dicha ubicación han sido objeto de inversiones en maquinaria e instalaciones eléctricas en los últimos años. Sin embargo, la empresa procederá a realizar ahora una reforma de mayor calado que sitúe a esta ubicación al mismo nivel tecnológico y acondicionamiento que las demás.

En Bujalance, la empresa fabrica molinos trituradores, bombas de pistón, termobatidoras y otros equipos auxiliares desde hace décadas. “La maquinaria de proceso es fundamental en el resultado de extracción de las centrífugas de las almazaras y era imprescindible que la de Manzano estuviera a la altura de la calidad y fiabilidad de un *partner* como Flottweg”, asegura la compañía. Para ello se han llevado a cabo constantes mejoras en el diseño ya implementadas. Con el crecimiento de la empresa, una mayor capacidad y productividad, a su juicio, se hace imprescindible. 💧

VOLTEADOR HIDRÁULICO MRS

**EL VOLTEADOR MÁS
INNOVADOR DEL MERCADO**



Seguro
Preciso
Duradero
Compacto
Ergonómico
Fácil de manejar



Sistema de bloqueo y válvula patentados

TECNOAGRI SRL

Tel.: +39 0545 85023

commerciale@tecnoagri.it

www.tecnoagri.it



ANSOTEC, pioneros en la digitalización del sector oleícola

Ingeniería, control de procesos y automatización industrial, sistemas de gestión de producción, asistencia técnica y soporte... ANSOTEC nació en 2007 con una misión: liderar la transformación digital en la industria española optimizando los procesos productivos de sus clientes, mejorando la rentabilidad y aportando ventajas competitivas sostenibles a largo plazo a través de un servicio integral.



a NSOTEC lleva desde 2007 preparándose concienzudamente para ocupar una posición de liderazgo en la industria agroalimentaria, trasladando su visión, experiencia y *know how* a otros importantes sectores como el químico, el cosmético-farmacéutico o el de minerales. Con sede central en Huétor-Tajar (Granada) y oficina en Guipúzcoa, hablamos de un grupo empresarial en constante y permanente evolución conformado por un equipo de más de 80 profesionales de alta cualificación en distintas disciplinas. El Grupo cuenta con 600 m² de talleres propios donde se diseñan y fabrican todo tipo de cuadros eléctricos y de control, exportando su tecnología a 11 países con 500 proyectos y más de un centenar de clientes.

En 2018, ANSOTEC inició un apasionante camino para liderar la implantación de procesos de digitalización en las almazaras y afrontando un reto colosal -el de la transformación digital- no exento de dificultades, habida cuenta de la inexistencia de experiencias previas



Oficinas y talleres de ANSOTEC en Huétor-Tajar (Granada).

y conocimientos por parte del personal implicado. Una circunstancia que exige estudiar con rigor, meticulosidad y en profundidad cada una de las instalaciones en las que ha intervenido, adaptándose a la idiosincrasia y necesidades de cada cliente.

La digitalización según ANSOTEC

Cuando una almazara decide acometer un proceso de digitalización y se dirige a ANSOTEC para ejecutarlo, el primer paso consiste en analizar todo el proceso de elaboración, los procedimientos de control y el seguimiento de la producción, así como la maquinaria



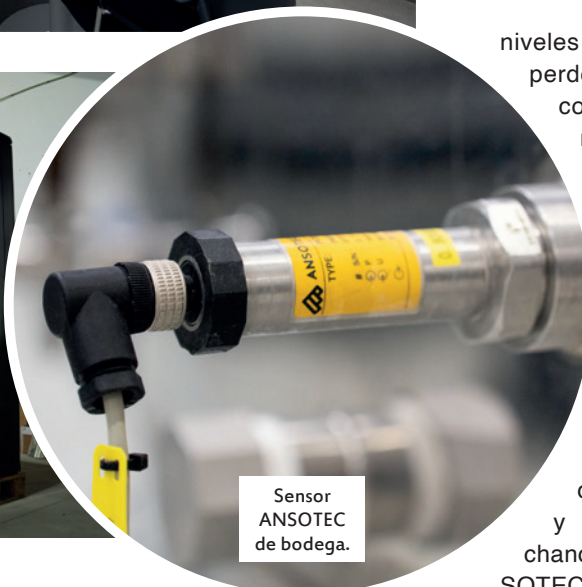
e instrumentación instalados. Todos estos elementos deben actuar de forma colaborativa, coherente y eficiente mediante una completa integración que, a partir de datos fiables, permita desarrollar información relevante en



[En 2018, ANSOTEC inició un apasionante camino para liderar la implantación de procesos de digitalización en las almazaras, afrontando un reto colosal]



Racks de servidores para proyecto oleícola.



niveles de inversión por fases, sin perder nunca de vista la ecuación costes-beneficio, para tener claros los objetivos y no perder nunca la perspectiva.

Todos y cada uno de los proyectos de Almazara Conectada 4.0[®] están diseñados y conceptualizados para un servicio remoto integral -desde el instrumento hasta las conexiones del sistema ERP- con disponibilidad total (24/7) durante la campaña oleícola y respuesta inmediata, aprovechando la infraestructura que ANSOTEC habilita en las instalaciones del cliente. De ahí que la empresa haya implementado un Departamento de Servicio Post-venta para atender cualquier duda o incidencia, dirigido por un ingeniero cualificado con amplia experiencia en el sector.

Por todo ello, ANSOTEC disfruta de la confianza de una amplia cartera de clientes a la que en la última campaña se han sumado empresas como la Cooperativa Olivarrera Ntra. Sra. de la Salud (COVIDESA) en Posadas, Córdoba; Coto Bajo Explotaciones Agrícolas, Ganaderas y Cinegéticas, S.A. (Guadalcázar, Córdoba); Oleopalma, S.A.T. (Palma del Río, Córdoba); Agropecuaria de Herrera, SCA (Herrera, Sevilla); o Templeoliva, SCA (Ventas de Huelma, Granada). 🍷

aras de involucrar a todas las áreas de la almazara y su personal para llevar a cabo una toma de decisiones adecuada y a tiempo.

Porque si algo tienen claro en ANSOTEC es que la información se define como un conjunto de datos, adecuadamente seleccionados, procesados, validados y debidamente contextualizados, que ofrezcan un mensaje claro de consciencia situacional que contribuya a la toma de decisiones e incremente el conocimiento.

Para ANSOTEC, la transformación digital implica cambios o adaptaciones en la mentalidad y cultura de directivos y empleados; es necesario contemplarla como una apuesta de futuro hacia nuevos métodos de trabajo. Y es que la digitalización no es una opción, sino una oportunidad para aprovechar todo su potencial.

Para ello, es imprescindible disponer de la experiencia, metodología y

conocimientos necesarios en múltiples disciplinas de la ingeniería que permitan realizar un profundo análisis del estado actual de los procesos y tecnologías con suficiente perspectiva, a fin de establecer la mejor hoja de ruta hacia los verdaderos objetivos y ventajas que brinda una correcta digitalización.

Almazara Conectada 4.0[®], el camino más recto hacia la completa digitalización

Perfecta conocedora de todas estas dificultades, ANSOTEC inició en 2017 el diseño de una poderosa plataforma, la Almazara Conectada 4.0[®], capaz de integrar todas las funciones y asegurar la completa digitalización de la almazara. La compañía propone a sus clientes el desarrollo conjunto de un plan de digitalización estableciendo la mejor hoja de ruta y unos

ANSOTEC Soluciones Tecnológicas, S.L.
info@ansotec.com
www.ansotec.com



ALMA/System by INDEA Technologies, la herramienta de control automatizado para la optimización digital de los recursos de la almazara

El sector del aceite de oliva está experimentando una transformación significativa gracias a la digitalización y la automatización. INDEA Technologies, una empresa de ingeniería de automatización de procesos con sede en Madrid y más de 30 años de experiencia, ha sido pionera en esta revolución tecnológica. Con más de 150 almazaras automatizadas, INDEA fue la primera en implementar un Sistema de Control Informatizado en una almazara en 1992. Hoy, la integración de inteligencia artificial (IA) y gemelos digitales está llevando la eficiencia y la calidad de la producción de aceite de oliva a unos niveles nunca antes conocidos.



La Inteligencia Artificial es una poderosa herramienta que permite el análisis predictivo y la toma de decisiones automatizada en tiempo real, optimizando cada etapa del proceso de producción, desde la recepción de las aceitunas hasta la extracción final del aceite. Los gemelos digitales, por otro lado, son representaciones virtuales precisas de los procesos físicos de la almazara. Permiten simular y monitorear el funcionamiento de la almazara en tiempo real, proporcionando una visión detallada y permitiendo ajustes precisos y rápidos para maximizar el rendimiento y la calidad del aceite.

Pero, ¿cómo funciona en la práctica? Pedro, el encargado principal de una almazara, inicia su jornada revisando los parámetros de operación del sistema de control Alma/SYSTEM. Con sólo unos clics, puede analizar la previsión de entrada de aceitunas y ajustar las condiciones operativas para maximizar la producción. Así, puede aumentar ligeramente la temperatura en la termobati-

dora, optimizar el uso del talco y ajustar los tiempos de batido, todo ello supervisado por el sistema automatizado que responde en tiempo real.

El informe de producción del día anterior y el inventario de aceite en la bodega se generan automáticamente, clasificados por calidad y acidez, garantizando una trazabilidad completa del proceso. Este nivel de automatización no sólo simplifica la gestión diaria, sino que también asegura un control de calidad consistente y eficiente.

Ventajas de la digitalización en la almazara

La adopción de tecnologías digitales y automatizadas en la producción de aceite de oliva ofrece numerosas ventajas comerciales y operativas. Algunos de los beneficios más significativos son los siguientes:

A) Maquinaria

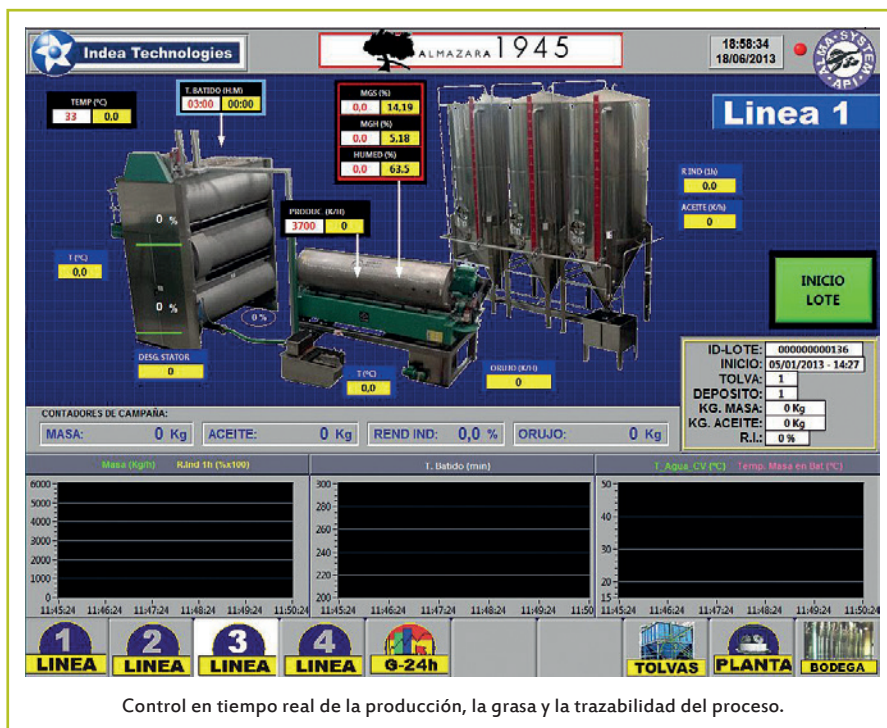
- **Control simplificado:** La digitalización permite un control más fácil y preciso de la maquinaria, facilitando

su operación y mantenimiento predictivo, lo que se traduce en una mayor eficiencia operativa y una reducción de los tiempos de inactividad.

- **Seguridad mejorada:** Los sistemas automatizados pueden monitorear continuamente el estado de la maquinaria, identificando problemas potenciales antes de que se conviertan en fallos graves. Esto mejora la seguridad operativa y reduce los riesgos asociados.

B) Proceso

- **Precisión en variables:** Los sistemas automatizados minimizan las desviaciones en las variables del proceso, asegurando que las condiciones de elaboración sean siempre óptimas, algo crucial para mantener la calidad y rentabilidad del aceite producido.
- **Eficiencia energética:** La digitalización permite optimizar el consumo de energía y agua, reduciendo los costes operativos y minimizando el impacto ambiental.



[La integración de tecnologías avanzadas como la Inteligencia Artificial y los gemelos digitales en sistemas de control automatizados representa un avance significativo hacia la almazara del futuro]

D) Rendimiento

- **Aumento de producción:** La regularización y estabilización del proceso de elaboración del aceite de oliva incrementa tanto la cantidad como la calidad del producto final. Los sistemas automatizados permiten ajustes en tiempo real, maximizando el rendimiento de cada lote de aceitunas procesado.
- **Calidad consistente:** La automatización asegura que las condiciones de elaboración sean siempre óptimas, lo que se traduce en un producto de alta calidad y consistente; algo esencial para mantener la reputación y competitividad en el mercado.

E) Información

- **Datos en tiempo real:** Los sistemas digitalizados proporcionan datos en tiempo real sobre cada aspecto del proceso de producción, desde la recepción de las aceitunas hasta la extracción final del aceite, permitiendo un monitoreo constante y un análisis detallado del rendimiento.
- **Generación de informes:** La automatización facilita la generación de informes detallados sobre el proceso de producción, el rendimiento de la maquinaria y la calidad del aceite obtenido. Dichos informes son fundamentales para la toma de decisiones estratégicas y la planificación a largo plazo.



C) Personal

- **Eliminación de tareas repetitivas:** La automatización libera al personal de actividades repetitivas y engorrosas, permitiendo que se concentren en tareas de mayor valor añadido. Esto no sólo mejora la eficiencia operativa, sino que

también aumenta la satisfacción y motivación del personal.

- **Mejora en la gestión:** Los sistemas de control digitalizados facilitan la supervisión y gestión del personal, proporcionando herramientas para un seguimiento más efectivo y una toma de decisiones más informada.



[La modernización del sector productor de aceite de oliva se antoja crucial para mantener la competitividad en un mercado global cada vez más exigente]

El futuro del sector oleícola: desafíos y oportunidades

La modernización del sector productor de aceite de oliva se antoja crucial para mantener la competitividad en un mercado global cada vez más exigente. Aunque la digitalización ofrece numerosos beneficios, también presenta desafíos que deben ser abordados. La inversión inicial en tecnologías avanzadas puede resultar significativa y la implementación de estos sistemas requiere una formación adecuada del personal. Sin embargo, los beneficios a largo plazo, en términos de eficiencia operativa, calidad del producto y competitividad en el mercado, superan con creces los costes iniciales.

Además, la adopción de tecnologías digitales puede abrir nuevas oportunidades para la innovación en el sector oleícola. Por ejemplo, la integración de sistemas de análisis de datos avanzados proporciona nuevas perspectivas sobre la optimización del proceso de producción y la mejora de la calidad del producto. Del mismo modo, la adopción de tecnologías de trazabilidad puede ayudar a garantizar la transparencia y la sostenibilidad en la cadena de suministro, lo que es cada vez más importante para los consumidores y los reguladores.

A modo de conclusión

La digitalización y la automatización están revolucionando la producción de aceite de oliva. INDEA Technologies, con su experiencia y visión, lidera este cambio, proporcionando las herramientas necesarias para que las almazaras se adapten y prosperen en un entorno cada vez más exigente. La integración de tecnologías avanzadas como la Inteligencia Artificial y los gemelos digitales



Instrumentos para el control de la producción y de la humedad de la pasta al decánter.



Estand de INDEA Technologies en Expoliva, la Feria Internacional del Aceite de Oliva e Industrias Afines.

en sistemas de control automatizados como Alma/SYSTEM supone un avance significativo hacia la almazara del futuro. Estas tecnologías no sólo optimizan los recursos y mejoran el rendimiento, sino que también aseguran la calidad del producto final, estableciendo un nuevo estándar en la industria.

La almazara digital ya es una realidad y representa el camino hacia el futuro inmediato del sector oleícola. Las ventajas comerciales y operativas de la digitalización son claras: mayor eficiencia, mejor

calidad y una competitividad reforzada en el mercado global. La modernización del sector es una necesidad ineludible y aquellos que adopten estas tecnologías avanzadas estarán mejor posicionados para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado del aceite de oliva del siglo XXI. 🍷

INDEA Technologies (Avances en Ingeniería y Control, S.L.)
oleicola@indeatech.com
www.indeatech.com

FEBRERO 2025, VERONA

SOL D'ORO

INTERNATIONAL COMPETITION

NORTHERN HEMISPHERE

El concurso
en cata a ciegas que
premia los mejores
aceites de oliva virgen
extra del mundo

Inscripción
a partir de noviembre
en el sitio web:
www.solveverona.com

www.solveverona.com



veronafiere
Trade shows & events since 1898



IMS recibe el premio de Innovación y Transferencia Tecnológica en la XXII Feria del Olivo de Montoro por su sistema *Digitalization & Management 5.0*

La integración de la Inteligencia Artificial (AI) y la digitalización en la industria oleícola. Es lo que ha logrado IMS Control Industrial con su innovador sistema *Digitalization & Management 5.0*, pionero en el sector oleícola, reconocido con el premio de Innovación y Transferencia Tecnológica en la pasada edición de la Feria del Olivo de Montoro.



En el sector oleícola, la adopción de tecnologías como la Inteligencia Artificial (IA) y la digitalización ha transformado significativamente la producción de aceite de oliva. La apuesta por la Almazara 5.0 ha marcado el camino hacia la automatización completa, donde los sistemas de IA toman decisiones sin intervención humana, logrando la independencia digital y, por ende, mejorando la eficiencia y reduciendo los costes. Estos sistemas permiten un control preciso de todo el proceso, desde la gestión de las variables de la materia prima hasta el almacenamiento final del producto, asegurando alta calidad y trazabilidad, y convirtiéndose en la mejor herramienta de ayuda para el responsable de producción de la almazara.

IMS ha sido pionero en este campo mediante el desarrollo del sistema *Digitalization & Management 5.0*, que integra IA, *Machine Learning*, *blockchain*, redes neuronales y gemelos digitales para optimizar el proceso productivo. Este enfoque ha mejorado la separa-

ción de líquidos y sólidos, reducido el consumo de recursos y minimizado la generación de residuos, elevando así la rentabilidad y la sostenibilidad de la producción de aceite de oliva.

La automatización ha permitido una mayor efectividad en cada etapa de la producción. La tecnología de *Machine Learning* ajusta automáticamente las condiciones de operación en función de la humedad y variedad de la aceituna, optimizando todos los procesos y derivando en un aceite de mejor calidad; mientras que la IA también ayuda a cumplir con los estándares medioambientales y a reducir la huella de carbono.

El uso de *blockchain* en este contexto mejora la seguridad y trazabilidad de los datos, permitiendo un control más ri-



Pedro Martínez, director gerente de IMS Control Industrial, con el premio obtenido en el Concurso de Innovación y Transferencia Tecnológica de la XXII Feria del Olivo de Montoro.

guroso sobre la calidad del producto y la productividad del proceso de producción. La creación de un gemelo digital posibilita un análisis exhaustivo y en tiempo real del proceso, lo cual se antoja crucial para la toma de decisiones estratégicas.

El sistema ha proporcionado numerosos beneficios, tales como el aumento de la calidad del aceite, la reducción de costes operativos y la mejora del rendimiento de la maquinaria. Además, ha ofrecido a las almazaras la capacidad de operar



Equipo de IMS Control Industrial en la XXII Feria del Olivo de Montoro y visita del ministro de Agricultura Luis Planas al stand de la compañía.



con mayor estabilidad, minimizando paradas innecesarias y adaptándose mejor a las necesidades del mercado.

Impacto en el sector agrícola

En la XXII Feria del Olivo de Montoro, IMS ha destacado por sus aportes innovadores en el campo de la automatiza-

ción y digitalización con el proyecto del exclusivo sistema *Digitalization & Management 5.0* -único en el mundo- que cuenta con una patente a nivel mundial, reafirmando su liderazgo en el sector tecnológico agrícola. Un desarrollo que ha sido reconocido con el premio de Innovación y Transferencia Tecnológica, otorgado por la Feria del Olivo a las entidades que demuestran un impacto excepcional en la aplicación de nuevas tecnologías en la agricultura.

La notoriedad e importancia de estas innovaciones suscitó la atención de las personalidades que acudieron a la feria, incluido el ministro Luis Planas, que visitó el stand de IMS Control Industrial y mostró un gran interés en las nuevas tecnologías presentadas, subrayando la relevancia y potencial de las soluciones ofrecidas por IMS.

Y es que la pasada edición de la Feria del Olivo de Montoro ha sido una

[El sistema *Digitalization & Management 5.0* desarrollado por IMS integra IA, Machine Learning, blockchain, redes neuronales y gemelos digitales para optimizar el proceso productivo]

de las más exitosas desde el punto de vista comercial para IMS, marcando un antes y un después en su trayectoria, tal y como señala su director gerente y Executive MBA UJaén, Pedro Martínez. “La combinación del reconocimiento tecnológico y el sustancial interés demostrado en nuestros productos confirma el rotundo éxito de nuestra participación en la XXII Feria del Olivo de Montoro”.

En resumen, la integración de tecnologías avanzadas en la industria oleícola ha supuesto un salto significativo en la calidad, eficiencia y sostenibilidad de la producción de aceite de oliva, estableciendo un nuevo estándar en el sector y mostrando el camino hacia la Industria 5.0. 🍯

IMS Control Industrial, S.L.
info@imscontrolindustrial.com
www.imscontrolindustrial.com



Alrededor de 7.500 profesionales han participado en el Encuentro de Maestros y Responsables de Almazara de GEA desde su creación



XVI Encuentro de Maestros y Responsables de Almazara de GEA celebrado en el Auditorio Guadalquivir de IFEJA el 22 de septiembre de 2022.

El Encuentro de Maestros y Responsables de Almazara de GEA es una de las actividades formativas más importantes y longevas de España en el ámbito del aceite de oliva. Hablamos de un evento totalmente consolidado en el sector oleícola, como demuestran sus cifras: cerca de 7.500 profesionales han participado en este congreso durante sus 17 ediciones, que han contado con la presencia de más de un centenar de prestigiosos ponentes.

Con una gran experiencia acumulada en el sector lácteo o bebidas, GEA es líder mundial en el suministro de maquinaria y plantas completas para la industria alimentaria y uno de los mayores fabricantes mundiales de equipos para extracción de aceite de oliva. Hoy día, uno de cada cuatro litros de aceite de oliva elaborados en el planeta se produce con equipos industriales de GEA.

La empresa ha experimentado un enorme crecimiento desde su fundación en 1881. En la actualidad, sus cinco divisiones comerciales están integradas por más de 18.000 empleados repartidos en 62 países y se desarrollan en una amplia variedad de industrias, desde la farmacéutica a la alimentaria o la química. Por ello, los clientes de GEA pertenecientes al sector del aceite de oliva se benefician del alcance global de la empresa, de su amplia presencia local y de la profundidad y amplitud de su conocimiento.



Ponencia "Control de temperatura en el proceso de producción de aceite de oliva" durante el XV Encuentro de Maestros y Responsables de Almazara celebrado el 14 de octubre de 2021.

El Encuentro de Maestros y Responsables de Almazara está coordinado por el Centro de Excelencia para el Aceite de Oliva (CEAO) de GEA, con sede en Úbeda, que centraliza el negocio de venta, reparación y mantenimiento de equipos industriales para la extracción de aceite de oliva a nivel mundial. El

evento se creó con el objetivo de servir de punto de encuentro entre profesionales para el intercambio de experiencias y la actualización de conocimientos sobre el sector oleícola internacional; además de trampolín para dar a conocer las últimas novedades en materia de extracción del aceite de oliva. Y lo ha



"Situación actual del sector oleícola, precios y comercialización" fue el título de una de las mesas redondas celebradas en el XVII Encuentro de Maestros y Responsables de Almazara de GEA en 2023.



El XVII Encuentro de Maestros y Responsables de Almazara de GEA, celebrado en el Auditorio del Hospital de Santiago de Úbeda, registró -como en las ediciones anteriores- una gran afluencia de público.

conseguido, ya que edición tras edición se analizan las últimas tendencias y temáticas de interés para los maestros y responsables de almazaras.

La próxima edición, la número 18, se celebrará el 12 de septiembre en el Auditorio del Hospital de Santiago de Úbeda, que ya fue sede de este evento en la edición de 2023. El equipo de GEA ya

está trabajando para perfilar un atractivo programa que aborde los principales temas de interés de los profesionales del sector oleícola, entre ellos la extracibilidad de las nuevas variedades de aceituna, los polifenoles del aceite de oliva y su importancia para la salud o la revalorización de los subproductos del olivar. Sin olvidar los retos de futuro a

[La próxima edición se celebrará el 12 de septiembre en el Auditorio del Hospital de Santiago de Úbeda]

los que se enfrenta el cultivo, la elaboración y comercialización.

En cada una de las ediciones, GEA lleva al Encuentro temáticas punteras con las que mantener al día a los maestros y responsables de almazara. Así, en anteriores encuentros se ha hablado de la digitalización y automatización de almazaras, la gestión del alperujo, la apuesta por la sostenibilidad de las plantas de producción de aceite de oliva, el control de temperatura durante el proceso de molturación o el presente y las tendencias de futuro del olivar de secano en seto. Además de presentar casos reales de éxito y ofrecer talleres sobre mantenimiento de maquinaria de almazaras.

Por otro lado, este evento se ha caracterizado por contar con ponentes que, sin estar relacionados directamente con el sector del aceite de oliva, han aportado enfoques y valores importantes a los participantes. Es el caso de la nadadora Gemma Mengual, el entrenador de tenis Toni Nadal, el ex baloncestista y médico español Juan Antonio Corbalán, el conferenciante Mario Alonso Puig, el escritor Álex Rovira o los humoristas Leo Harlem y Manu Sánchez.

Todo ello convierte al Encuentro de Maestros y Responsables de Almazara de GEA en una cita de gran interés para un sector en constante cambio. Los interesados en participar en la próxima edición deberán estar atentos a su página de Facebook, GEA Iberia Aceite de Oliva, en la que se lanzará la web de inscripción para apuntarse cuanto antes, ya que las plazas son limitadas. 💧

GEA Iberia
oliveoil.wsib@gea.com
www.gea.com



IAS OliveAnalyzer, nacido para revolucionar el mercado

Siempre con la vista puesta en el futuro y la misión de intentar hacer más fácil y productivo el trabajo en la almazara, Tecnilab es una compañía pionera y líder en el campo de la tecnología NIR que desarrolla equipos innovadores, económicos y dotados de las mejores prestaciones al alcance de cualquier tipo de empresa. Su nuevo analizador de sobremesa IAS OliveAnalyzer presenta numerosas ventajas que le convierten en la solución ideal para la medición de rendimiento graso, humedad y acidez en aceituna entera y grasa y humedad en orujo.

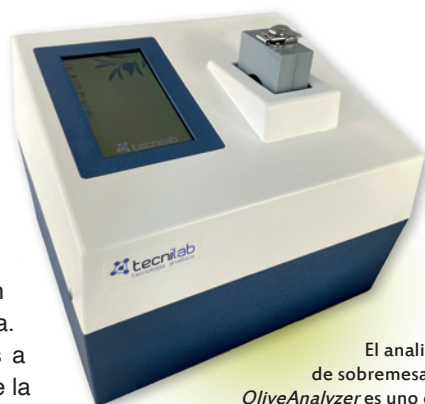


Tecnilab surge en 1996 ante la necesidad de cubrir una carencia que existía en aquel momento en el segmento de la instrumentación NIR, proporcionando a los usuarios de dicha tecnología una atención técnica cualificada y personalizada. Con el paso de los años, y gracias a su encomiable esfuerzo por hacer de la excelencia en el servicio postventa su principal seña de identidad, la empresa ha logrado hacerse un hueco en el mercado, llegando a competir con las grandes multinacionales del sector.

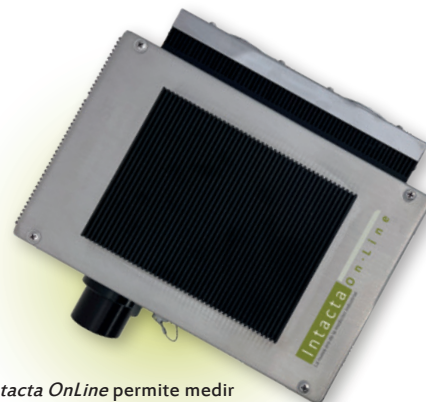
Hoy en día, Tecnilab lidera el campo de la tecnología NIR, donde cuenta con una dilatada trayectoria, y está sólidamente implantada en el sector de la aceituna en España, con una importante presencia en otros países como Marruecos, Chile, Argentina y Portugal. Capaz de proporcionar un servicio integral en aplicaciones quimiométricas, servicio técnico, consultoría y gestión comercial, la compañía con sede en El Casar (Guadalajara) dispone de laboratorio propio, lo que le permite desarrollar de



Laboratorio de Tecnilab en sus instalaciones de El Casar (Guadalajara).



El analizador de sobremesa T-38 OliveAnalyzer es uno de los equipos más populares en España gracias a su excelente relación calidad-precio.



Intacta OnLine permite medir en continuo y sin necesidad de atención humana cada descarga de aceituna.

una forma más precisa las calibraciones de sus analizadores; sin olvidar su estrecha relación con el mundo científico y universitario, todo ello enfocado en el mundo de los aceites y grasas.

Con el fin de desarrollar nuevos productos, soluciones y aplicaciones anticipándose a las necesidades del sector, en 2009 nació una nueva división, Tecnilab Tecnología y Desarrollo I+D, S.L., encar-

gada de fabricar equipos innovadores, económicos y dotados de las mejores prestaciones al alcance de todo tipo de empresas.

Cinco líneas de producto

En la actualidad, la empresa dispone de cinco líneas de producto, tres de ellas centradas en la recepción de la aceituna y fabricación de aceite y subproductos como orujo, con tres equipos de sobremesa y uno en continuo. De estos tres equipos de sobremesa, T-38 OliveAnalyzer mide pasta de aceituna y orujo, siendo uno de los analizadores más po-



Con *IAS OliveAnalyzer* las mediciones de aceitunas enteras y orujo son mucho más estables y precisas.

[La principal ventaja de *IAS OliveAnalyzer* reside en su rapidez y limpieza, dado que no es necesario molturar la aceituna: en apenas 30 segundos podemos conocer el rendimiento graso, la humedad y la acidez de las aceitunas enteras y la grasa y humedad en orujo]

pulares en España gracias a su buena relación calidad-precio.

Por su parte, *Intacta Lab* mide aceituna entera, orujo y aceite. Se trata de un equipo de alto rendimiento basado en tecnología AOTF-NIR que destaca por su enorme versatilidad, pudiendo utilizarse tanto en laboratorio como en campo gracias a las baterías opcionales. Una versatilidad que explica que sus principales clientes sean centros de investigación y universidades.

Intacta OnLine permite medir en continuo y sin atención humana cada descarga de aceituna, favoreciendo un pago más justo por rendimiento y calidad, ya que mide simultáneamente los niveles de grasa, humedad y acidez. Finalmente, otra línea está enfocada a

la calidad del aceite obtenido con *CDR OxiTester*[®], controlando el producto almacenado en bodega y su evolución, en función de parámetros como los polifenoles, acidez, peróxidos o K270, la entrada de cisternas -aceptando o rechazando en el momento-, etc.

Cabe destacar que, con estos equipos, Tecnilab fue pionera en la medición de aceituna entera, una tecnología muy potente y versátil que representa el futuro del sector según la compañía, dado que la medición del rendimiento graso en aceituna molturada se está quedando obsoleta. Así, en 2009 la empresa ya contaba con dos líneas de medición de aceituna entera, *Intacta Lab* para medición de sobremesa e *Intacta OnLine* para medición sobre cinta transportadora.

La vocación de Tecnilab ha sido siempre intentar hacer más fácil y productivo el trabajo en la almazara. Por ello, en colaboración con la empresa asiática *Intelligent Analysis Services Trading CO. Ltd.* -muy potente en el campo de la alta tecnología NIR y que brinda soluciones analíticas a la industria agroalimentaria-, ha desarrollado un nuevo analizador de sobremesa para medición de rendimiento graso, humedad y acidez en aceituna entera y grasa y humedad en orujo, denominado *IAS OliveAnalyzer*.

***IAS OliveAnalyzer*, toda una revolución**

Se trata de un equipo de muy fácil instalación y manejo que se antoja la solu-



El nuevo analizador de sobremesa desarrollado por Tecnilab, *IAS OliveAnalyzer*, es un equipo de muy fácil instalación y manejo que hace más fácil el trabajo en la almazara.

ción ideal tanto para puestos de compra como para cooperativas y grandes y pequeñas almazaras. La principal ventaja de *IAS OliveAnalyzer* reside en su rapidez y limpieza, dado que no es necesario molturar la aceituna: en apenas 30 segundos podemos conocer el rendimiento graso, la humedad y la acidez de las aceitunas enteras y la grasa y humedad en orujo. Además, *IAS OliveAnalyzer* puede trabajar con hasta un kilo de muestra, lo que hace que la medición sea mucho más representativa que si se trabaja con poca cantidad.

Otra de sus grandes ventajas es que, al utilizar un detector InGaAs -diferente a los detectores comunes empleados en la tecnología NIR- y tecnología de doble haz, las mediciones son mucho más precisas -gracias a un rango de recepción más amplio- y estables en cuanto a temperatura y condiciones ambientales del laboratorio. 💧

Soluciones Integrales de Laboratorio, S.L. (Tecnilab)
tecnilab@tecnilab.es
www.tecnilab.es



Kimatec[®], soluciones bioestimulantes para mejorar el rendimiento del olivar

Líder en soluciones biológicas, Kimatec[®] ofrece alternativas naturales radicalmente innovadoras de igual eficacia que las obtenidas a través de la síntesis química. Sus productos libres de residuos buscan satisfacer las necesidades del agricultor, logrando un equilibrio entre productividad, rentabilidad, sostenibilidad y preservación de la salud. En un contexto de precios altos y fuerte demanda, los bioestimulantes de Kimatec[®] - *Bombardier*[®], *Prebiota Ultra*[™] y *Batallón*[®] - presentan una solución integral y efectiva para enfrentar los desafíos climáticos y agronómicos del cultivo del olivar.



En Kimatec[®], biotecnología y naturaleza van de la mano. La compañía almeriense cree en una forma diferente de producir alimentos y apuesta por el cuidado de la salud y la gestión responsable de los recursos y del medio ambiente, rompiendo con las normas establecidas y caminando hacia un nuevo paradigma de agricultura que mejore la agricultura, la alimentación y nuestro planeta.

Las prometedoras lluvias de primavera están marcando un año en el que los olivicultores confían en tener una cosecha abundante. Sin embargo, los cambios bruscos de temperatura, las olas de calor y el estrés fisiológico pueden amenazar la salud de los olivares. Estos problemas incluyen una menor capacidad de las hojas para realizar la fotosíntesis, la reducción de la transpiración debido al cierre de los estomas y el estrés oxidativo. Unas condiciones que reducen el crecimiento vegetativo y productivo, disminuyendo el rendimiento y deteriorando la calidad de las aceitunas.

Para enfrentar estos desafíos, Kimatec[®] ha desarrollado tres bioestimulantes clave en MAAVi Innovation Center[®], el mayor hub de innovación biotecnológica

dedicado a las soluciones naturales de Europa: *Bombardier*[®], *Prebiota Ultra*[™] y *Batallón*[®]. Estos productos ofrecen beneficios comprobados en la mejora del rendimiento, calidad y rentabilidad de los olivares, ayudando no sólo a superar el estrés ambiental y fisiológico, sino optimizando también el metabolismo del árbol, y asegurando una producción eficiente y sostenible en un mercado competitivo.

Como apunta Selam Wearing Prieto, Spain Commercial Director de Kimatec[®], “aprovechar las herramientas bioestimulantes de Kimatec[®] es una estrategia ganadora para los agricultores, permitiéndoles maximizar su capacidad de producción, mejorar la calidad del aceite de oliva y asegurar su rentabilidad en un año de grandes oportunidades en el que los grandes productores de olivar pueden sumarse a los MAAVi Labs, trabajando junto con MAAVi Innovation Center[®] en la creación de soluciones biológicas específicas y eficaces para

los desafíos actuales de la agricultura, garantizando así una ventaja competitiva sostenible y natural”.



Bombardier[®]

Bombardier[®] es un bioestimulante antiestrés que ayuda a los cultivos a tolerar el estrés ambiental (altas temperaturas, sequía, salinidad, heladas) y fisiológico. Optimiza el metabolismo del olivo, mejorando el rendimiento y la calidad de la aceituna. Su composición única incluye aminoácidos, ácidos grasos, osmolitos y metabolitos, resultantes de una fermentación bacteriana dirigida.

Entre sus beneficios se encuentran la versatilidad, al ser útil en cualquier fase fenológica del cultivo, aportando energía y compuestos de alto valor; su probada eficacia, mejorando la fotosíntesis y aumentando la resistencia al estrés climático; y la compatibilidad con fitosanitarios, ya que puede aplicarse junto con fungicidas e insecticidas, potenciando su acción.



Prebiota Ultra™

Por su parte, *Prebiota Ultra™* complementa la acción de *Bombardier®*, enriqueciendo la microbiota del suelo y mejorando su salud. Crea un entorno ideal para el desarrollo del olivo, ofreciendo una estrategia completa para superar los retos actuales en la agricultura y garantizando una producción eficiente y sostenible. Como beneficios pueden citarse los referidos a la salud del suelo, ya que enriquece la microbiota y mejora la estructura del mismo; sin olvidar su sinergia con *Bombardier®*, puesto que juntos optimizan el entorno del cultivo, mejorando su rendimiento y calidad.



Batallón®

Finalmente, *Batallón®* es el bioestimulante orgánico que potencia la producción y calidad de los cultivos, homogeneizando e incrementando los calibres y aumentando el contenido graso de la aceituna. Contiene ácidos fúlvicos de bajo peso molecular, muy reactivos y con efecto auxínico, que activan la planta desde la raíz, mejorando el intercambio de nutrientes incluso en épocas de frío.

Además de mejorar el contenido graso de las aceitunas, produciendo un aceite de oliva de alto valor, otros beneficios son la mayor rentabilidad -incrementa el rendimiento por hectárea y la calidad del aceite, elevando las ganancias- y una óptima producción, garantizando cosechas abundantes y de calidad temporada tras temporada.



Proyecto SMART-O-LIVE

Gracias a su amplia experiencia en el desarrollo de soluciones biológicas, Kimatec® participa activamente en el proyecto colaborativo SMART-O-LIVE, financiado por el Programa "Misiones

Ciencia e Innovación", que se centra en la investigación y validación experimental de nuevos tratamientos específicos para el olivar basados en biofertilizantes que mejoran la retención hídrica del suelo. Kimatec® evalúa su efecto en la capacidad de absorción y retención de agua y nutrientes, así como en la resistencia del olivar a la sequía, mejorando la producción y calidad del cultivo.

Además, dentro del proyecto, Kimatec® realiza muestreos de la población microbiana en diferentes parcelas experimentales en Jaén para desarrollar probióticos específicos. La empresa también trabaja en la investigación y validación de nuevos biopesticidas para el control de enfermedades y plagas comunes en el olivar, buscando reducir la aplicación de insecticidas

químicos y contribuir a una producción más sostenible. Kimatec® valida en parcelas experimentales prototipos seleccionados con potencial actividad como probióticos, bioestimulantes y bioherbicidas.

Colaboraciones estratégicas

Asimismo, Kimatec® ha establecido acuerdos estratégicos de investigación

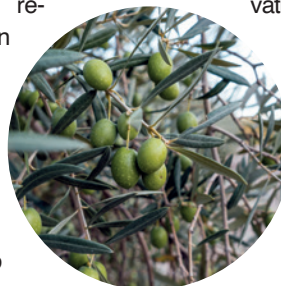
El laboratorio Maavi Innovation Center® abrió sus puertas en 2019, convirtiéndose en el mayor hub de biotecnología de Europa.



[*Bombardier®*, *Prebiota Ultra™* y *Batallón®* ofrecen beneficios comprobados en la mejora del rendimiento, calidad y rentabilidad de los olivares]

a través de la línea de negocio MAAVi Labs con grandes productores del sector olivarero como Nutrifarms, del Grupo Sovena. Estas colaboraciones permiten la investigación y desarrollo en MAAVi Innovation Center® de soluciones adaptadas a las necesidades de los productores de olivar para el control de plagas y enfermedades, la reducción del estrés ambiental, el manejo eficiente del agua y el aumento de la producción y calidad.

Un reto de I+D+i en el que MAAVi Innovation Center®, con un equipo humano de más de 80 científicos e investigadores, trabaja día a día por y para grandes productores del olivar y otros cultivos que comparten la misma visión: cambiar la forma de producir alimentos y sustituir los productos de síntesis química por soluciones naturales con la misma eficacia. 💧



Kimatec
info.marketing@kimatec.com
www.kimatec.com

Entrevista a Manuel Pimentel, autor de *La venganza del campo*

“Con el encarecimiento de los alimentos, la sociedad volverá a valorar a los profesionales que se los proporcionan”



[Texto: Alfredo Briega Martín]

¿En qué consiste exactamente la venganza del campo?
Se trata de un título alegórico, provocador, pero que encierra una honda realidad. El campo europeo ha sido despreciado y perseguido por leyes y normas de una sociedad eminentemente urbana, que confiaba en alimentos de fuera mientras quería su campo para pasear. Ahora que las importaciones se encarecen, nos hemos encontrado con una agricultura encarecida en casa. Tenemos menos oferta y a precios más caros, lo que ha originado una acelerada subida de precios de los alimentos. Ésa es la venganza del campo.

En su obra afirma que, atacado por la “indolente” clase política -de la que Vd. formó parte-, el sector primario “es pisoteado y perseguido por la misma sociedad a la que da de comer”. Explíquese...

No hablo de política en el libro, porque el fenómeno es más profundo. Se trata de sociología, de la mirada de una sociedad que se acostumbró a una alimentación muy barata y abundante, lo que le hizo olvidarse de sus agricultores. Los nuevos -y positivos- valores de sostenibilidad hicieron que esa misma sociedad comenzara a considerar a las actividades agrarias y ganaderas

[“La venganza del campo se expresará en forma de encarecimiento sostenido de los alimentos en los países desarrollados, y como crisis alimentarias que creíamos olvidadas para siempre en los países pobres; podemos evitarla si nuestra mirada regresa a la producción agraria y a su importancia”]

como enemigas del medio ambiente y maltratadoras de animales, por lo que comenzó a restringir, limitar y encarecer sus producciones, confiando en que podría comprar barato de fuera. El ciclo ha cambiado y, como no podía ser de otra forma, la cesta de la compra se encareció sensiblemente.

La crisis alimentaria está por llegar, sostiene en su libro. Dígame, ¿estamos aún a tiempo de evitarla? ¿Cómo?

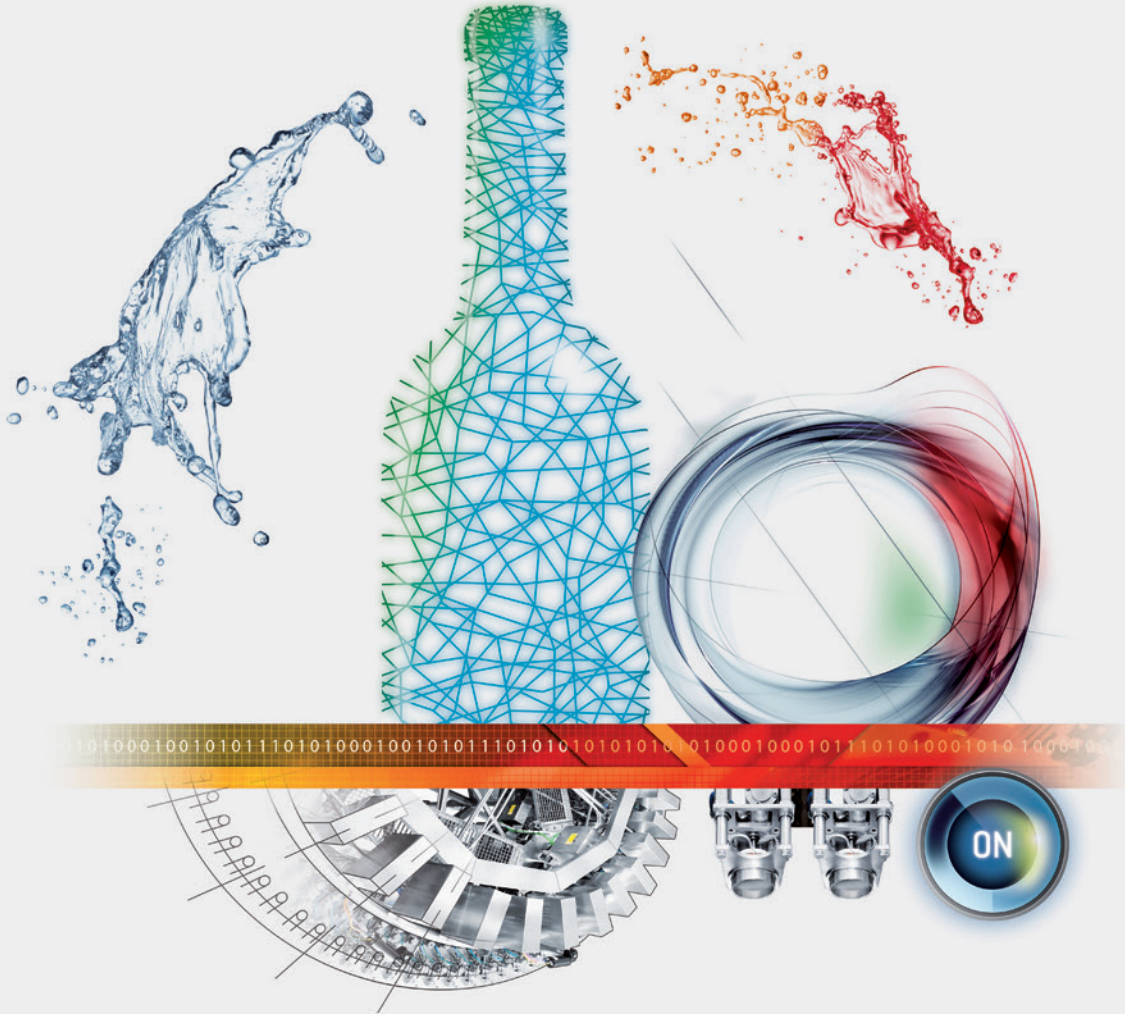
La venganza del campo se expresará en forma de encarecimiento sostenido de los alimentos en los países desarrollados. Sería en los países pobres donde, desgraciadamente, podrían reaparecer crisis alimentarias que creíamos olvidadas para siempre. Podemos evitarla si nuestra mirada regresa a la producción agraria y a su importancia. En Europa precisamos de una nueva PAC que equilibre la sostenibilidad irrenunciable con el derecho de los europeos a una despensa sana, variada y a un precio razonable. Y para ello, agricultores, ganaderos y pescadores son parte de la solución, que no del problema, como hasta ahora han sido considerados.

El escenario que dibuja en su obra es descorazonador. Las gentes del campo agonizan y a casi nadie parece importarles. ¿Qué podemos hacer para revertir todo este alarmante proceso?

Para que el campo no muera y para que los jóvenes se interesen por la actividad agraria son precisos varios requerimientos. Primero, que obtengan rentabilidad, hoy casi inexistente. Segundo, que la actividad recupere prestigio, que se sientan valorados por la sociedad que hoy los desprecia. Tercero, que el

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

“En Europa precisamos de una nueva PAC que equilibre la sostenibilidad irrenunciable con el derecho de los europeos a una despensa sana, variada y a un precio razonable”

mundo rural proporcione servicios adecuados. Los jóvenes quieren sentir los vientos de vanguardia en el rostro y la innovación, automatización y tecnología

se los puede proporcionar. Creo que, con el encarecimiento de los alimentos, la sociedad volverá a valorar a los profesionales que se los proporcionan.

¿Qué opinión le merece la notable subida del precio del aceite de oliva y que le diría a quienes piensan que es un producto caro y que productores y envasadores están aprovechando la situación para hacer caja?



El aceite de oliva ha subido mucho por una simple cuestión de oferta y demanda. Con la sequía, hubo cosechas muy cortas y el aceite subió mucho. Ahora ya ha bajado algo porque en la primavera llovió. El precio en el otoño dependerá de la relación entre oferta y demanda. Los agricultores han obtenido más precio, pero tuvieron menos cosecha y los insumos se encarecieron en idéntica medida. 🍷

La venganza del campo

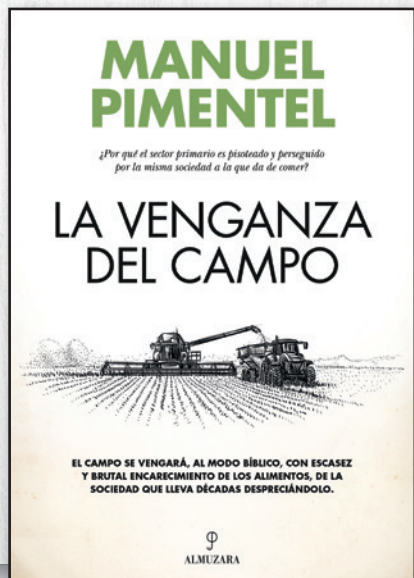
En la portada del último ensayo del ex ministro de Trabajo y Asuntos Sociales Manuel Pimentel Siles (Sevilla, 1961) -ingeniero agrónomo, licenciado y doctor en Derecho y diplomado en Alta Dirección de Empresas, además de escritor y editor- se puede leer la siguiente pregunta: ¿Por qué el sector primario es pisoteado y perseguido por la misma sociedad a la que da de comer? En *La venganza del campo*, el autor pone en negro sobre blanco la realidad de un sector básico para la subsistencia y atacado por una clase política que, para justificar su “indolente somnolencia”, responsabiliza de todos los males de la crisis alimentaria a distribuidores, agricultores, ganaderos y pescadores. “Increíble, pero cierto”, señala Pimentel, quien afirma que “la venganza del campo ya está aquí”, como lo demuestra la fuerte subida de los precios de los alimentos y la crisis alimentaria que está por llegar, cuya culpa -a ojos de los responsables políticos- recae en los distribuidores y agricultores, “tratando de justificar su ineptitud, sus propios yerros y desvaríos”.

Pero, ¿cómo se ha podido llegar a esta triste, injusta y suicida situación? ¿Cómo es posible que la sociedad desprecie a aquellos que les dan de comer? ¿Por qué los agricultores, los ganaderos y los pescadores han pasado de héroes a villanos? ¿Por qué la sociedad actual no sólo no los valora, sino que, al contrario, los considera enemigos del medio ambiente, parásitos de la PAC, “señoritos” de otros tiempos y maltratadores de animales? ¿Por qué, si los precios suben, se siguen abandonando nuestros campos? ¿Por qué ayer sobraban alimentos y hoy parecen faltar?

Estas y otras muchas cuestiones son tratadas en este breve ensayo que intenta comprender los porqués y los cómo de esta situación paradójica y contradictoria, poniendo de manifiesto el desprecio al campo y los desajustes de la globalización: cómo los agricultores y pescadores agonizan sin que a la sociedad que alimentan parezca importarle lo más mínimo; cómo la sociedad y los políticos castigan a las gentes del campo mientras les exigen alimentos abundantes, sanos y a precio de saldo. “Queremos comida buena, bonita y barata, pero sin agricultura ni agricultores; carne sin ganadería ni ganaderos; pescado sin pesca ni pescadores -lamenta Pimentel-. Protestamos por el encarecimiento de los alimentos al tiempo que prohibimos los trasvases, perseguimos a las granjas o cuestionamos los regadíos y los abonados... Y, claro, eso no funciona. Los agricultores, ganaderos y pescadores no son parte de problema, son parte de la solución. Desean trabajar en paz, con dignidad, de manera sostenible y rentable, para cumplir con su misión trascendente de proveernos de alimento. No trabajan sólo por el pan de sus hijos; lo hacen, sobre todo, por el pan de los hijos de todos los demás”. Por todo ello, el autor sostiene que “el campo se vengará, al modo bíblico, con escasez y brutal encarecimiento de los alimentos, de la sociedad que lleva décadas despreciándolo”.

Editorial Almuzara
pedidos@almuzaralibros.com
www.almuzaralibros.com

Año edición:
2023



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



MANTENIMIENTOS PREPARADOS, LISTOS, ¡YA!

CONTACTA YA:

☎ 953 28 40 23 📱 +34 615 50 73 99

✉ info.spain@pialisi.com



GARANTÍA TRANQUILIDAD PLANIFICACIÓN

Consigue un **importante ahorro y el máximo rendimiento** de tu planta con la garantía del servicio oficial Pieralisi.

Con Pieralisi **terminar la campaña sin paros inesperados** es ya una realidad gracias al soporte remoto de nuestros supervisores especializados.



www.pieralisi.com

Del 2 al 8 de septiembre
ArgOliva



La localidad argentina de San Juan acogerá el 14º Encuentro Olivícola Internacional-ArgOliva 2024. Entre los objetivos de este encuentro figura otorgar protagonismo nacional e internacional a la olivicultura argentina; dar a conocer nuevas tendencias

de consumo o mercados de destino, así como los beneficios del aceite de oliva para la salud; y contribuir a crear o fortalecer contactos comerciales internacionales. ArgOliva 2024 incluirá el Concurso Internacional de Aceite de Oliva Virgen Extra "Premio Domingo Faustino Sarmiento"; las reuniones de la Mesa Olivícola Nacional y la Federación Olivícola Argentina (FOA); rondas de negocio para empresas de San Juan y de otras provincias argentinas; conferencias sobre salud, comercialización y mercado, y recursos energéticos; una visita de campo; exposición de pósters por parte de escuelas; y una muestra de maquinaria. También tendrá lugar Expo ArgOliva, que albergará una feria de productores, con exposición, degustación y venta, *shows* artísticos y música.

info@argoliva.com.ar
www.argoliva.com.ar

Del 5 al 7 de septiembre

Conferencia Internacional sobre Sostenibilidad del Olivo



El UC Davis Olive Center organizará una Conferencia Internacional sobre Sostenibilidad del Olivo que se llevará a cabo en el centro de conferencias de la institución, con un programa de medio día en Napa. Durante este encuentro, se darán a conocer investigaciones y proyectos relacionados con la sostenibilidad del olivo y la producción de aceite de oliva, incluida la salud del suelo, la biodiversidad, la utilización de subproductos y la gestión de insumos, entre otros. También se abordarán asuntos tales como la gestión del agua y la fertilidad, el manejo de plagas y enfermedades, la eficiencia y el cuidado del medio ambiente, la agricultura de precisión o el secuestro de carbono. Además de la agenda de tres días, también se realizarán visitas a explotaciones de olivos y centros de investigación de California; y se han planificado eventos sociales, catas de aceite de oliva y sesiones de *networking* para establecer contactos.

oliveconference@ucdavis.edu
<https://olivesustainabilityconference.sf.ucdavis.edu/>

Del 10 al 11 de septiembre

Speciality and Fine Food Fair



Speciality & Fine Food Fair es una feria comercial que congrega en Londres a proveedores de alimentos y bebidas gourmet de Reino Unido y del resto del mundo. Cada año, la muestra atrae como público a profesionales de todos

los sectores de la industria de las especialidades alimentarias y la gastronomía, incluidos los principales responsables de la toma de decisiones del mundo de la venta minorista, mayorista y la restauración. ICEX España Exportación e Inversiones, conjuntamente con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), impulsará la presencia y conocimiento de los productos españoles en Reino Unido -entre ellos el aceite de oliva virgen extra- a través de la participación en el espacio gastronómico que se desarrollará en Speciality & Fine Food Fair. Aquí se llevarán a cabo sesiones formativas, catas y degustaciones sobre productos españoles para presentarlos ante los asistentes a la feria.

sffteam@montgomerygroup.com
www.specialityandfinefoodfairs.co.uk

Del 11 al 14 de septiembre

Feria de Maquinaria Agrícola de Úbeda



La Feria de Maquinaria Agrícola de Úbeda (FEMA) celebrará su 42ª edición en el recinto ferial de la localidad jiennense, donde se espera que participen más de 300 marcas representadas. Este evento nació con el propósito de apoyar, dar visibilidad y favorecer al sector del olivar y al desarrollo de las empresas que comercializan maquinaria agrícola. Un año más, supondrá un escaparate único para promocionar y difundir la cultura del olivar y del aceite de oliva a través de actividades tales como la zona de degustación de AOVEs, *showcookings*, catas para adultos y niños y la celebración del Concurso de Cocina Infantil "PequeChef del AOVE". Por su parte, las "Jornadas Técnicas Olivar y Aceite" abordarán temas de actualidad e interés para los profesionales del sector.

feriamaquinariaubeda@gmail.com
www.feriamaquinariaagricolaubeda.com

Del 16 al 17 de septiembre

Auténtica Premium Food Fest



Auténtica Premium Food Fest 2024, que se celebrará en FIBES-Sevilla, se convertirá en el epicentro nacional para los

más de 7.000 profesionales asistentes de la industria alimentaria, la gran distribución, el retail, el sector Horeca y la alta gastronomía para presentar, descubrir y poner en valor la calidad de los productos Premium y su papel en la Dieta Mediterránea. También servirá como un foro para reflexionar sobre la importancia del origen del producto como elemento distintivo de la Dieta Mediterránea frente a otras dietas. En esta edición, el Auténtica Congress centrará su atención en torno a la innovación relacionada con los productos gourmet, incorporando seis escenarios en paralelo, 120 conferencias y más de 300 ponentes. A su vez, cuenta con foros específicos para cada perfil profesional: Culinary Fest by Gusto del Sur, Gran Distribución y Retail Forum, Horeca Forum, Gastromarketing Forum, Summit de Directores de Compras y Aula Degusta.

info@autenticafest.com
www.autenticafest.com

El 24 de septiembre

II Jornada de Etiquetado Nutricional y Saludable de los AOVEs en la UE



QvExtra! Internacional organizará esta jornada en el Palacio de la Diputación de Córdoba y contará con aforo limitado para 120 asistentes. Tras la presentación de este encuentro, Suelen Souza, directora de Salud y Nutrición de Grupo Danone, impartirá la ponencia "Danacol reduce el colesterol". Posteriormente, se llevará a cabo



una ponencia sobre las guías EFSA y las alegaciones saludables generales y, para finalizar, se celebrará mesa redonda -moderada por Herminia Millán, gerente de QvExtra!- en la que se presentará el proyecto “Declaración de alegación saludable al artículo 14 del aceite de oliva virgen relativa a la reducción del riesgo de enfermedad”. En ella participarán, entre otros, María del Carmen Millán, científica titular del CSIC y responsable de redacción del dossier técnico que la asociación ha presentado a la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA, por sus siglas en inglés) en el mes de abril; Miguel Ángel Martínez, catedrático de Medicina Preventiva y Salud Pública en la Universidad de Navarra y miembro del comité científico de QvExtra!; y Dulce Miranda, colaboradora del proyecto desde Deloitte.

qvextra@qvextra
www.qvextra.es



Del 19 al 23 de octubre
SIAL París



SIAL París celebrará su histórico 60º aniversario en el

Parc des Expositions de Paris Nord Villepinte, ofreciendo una oportunidad única para que los profesionales de la industria reflexionen sobre seis décadas de innovaciones revolucionarias. La edición de 2024 albergará a más de 7.500 expositores que representan a más de 130 países y se espera que un 75% de los asistentes sean visitantes internacionales. Bajo el lema “Apropiarse del cambio”, la feria tiene como objetivo reunir a los profesionales de la industria para que adopten las transformaciones en curso y aborden los desafíos alimentarios globales. Este movimiento colectivo se verá impulsado por la exhibición de las iniciativas de RSE de los expositores y el énfasis en la experiencia a través de SIAL Insights, un análisis bienal de las tendencias de la industria; SIAL Innovation, que ofrece un vistazo a los desarrollos futuros; y SIAL Start-Up, que contará con el doble de empresas emergentes prometedoras en 2024, incluyendo conceptos en etapa inicial. Con una asistencia estimada de 285.000 profesionales, SIAL París ofrece oportunidades de negocio incomparables en el escenario mundial.

visit@sialparis.com
www.sialparis.com



Índice de anunciantes

Agrinaco	118	HAUS.....	39
Agrinaco	119	Herpasur.....	Portada
Agroisa	27	Ifamensa.....	87
Amenduni Ibérica.....	71	Ildelfonso Rosa Ramírez e Hijos “JAR”.....	61
Amenduni Ibérica.....	Lomo	IMS Pesaje	Int. Portada
Ansotec.....	21	Indea Technologies.....	135
AUSERE.....	69	Industrias de la Rosa.....	80
Autelec.....	125	Industrias de la Rosa.....	81
Automatismos ITEA.....	210	Innovaciones Oleícolas	127
Automatismos ITEA.....	Int. Contraportada	Inoelec	65
Auxiliar Conservera	95	Inoxcaucho	57
Auximara	89	lpacklab	106
Axflow	169	lpacklab	107
BALAM Agriculture	137	JAENCOOP Grupo.....	165
Bayer	145	Kubota	141
Berlin Packaging.....	113	Kubota	Espónsor pie de página en toda la revista
Bombas Parra la Mancha	153	Laboratorio Tello	45
Bombas Trief	41	Lagar Herdade Vale Formoso	117
CaixaBank	79	Lecciana, Variedad (Agromillora)	157
Caja Rural Jaén.....	23	Libro La Revolución del Olivar (Agromillora).....	151
Calero (Ingeniería y Desarrollo Agro-Industrial).....	49	Mabeconta.....	147
Canals (Manufacturas Metálicas Canals).....	103	Magusa.....	47
Carmonagro.....	133	Manzano – Flottweg	11
CDR OXITester (Tecnilab)	63	Olmos Maquinaria	93
Centrifugación Alemana	3	Olvesa	31
Centrifugación Alemana	Triángulo de portada	Palacín	123
Centrifugación Alemana ...	Desplegable de portada	Pastrana Ingeniería y Servicios.....	171
Codi-Pack, Marcaje y Codificación.....	35	Pieralisi	206
COLIVAL.....	13	Pieralisi	207
COLIVAL.....	14	ProciÓleo.....	29
CONSULAI	37	Prosur	33
Coreti Etiquetaje Industrial	85	Quatro Etiquetas.....	109
Coriana, Variedad (Agromillora)	155	Revista La Semana Vitivinícola	205
Corteva Agriscience.....	139	RIVERO (Calderería Rivero)	43
Cotecnisur	99	Saint-Gobain Weber	55
De Bujalance Calderería Inox.....	59	Secaderos de La Loma (Joaquín Molina Chamorro)	177
DOP Antequera	97	Serijerez (Jerezana de Serigrafía Publicitaria)	19
Dosificadores García Fernández.....	8	SOL D’Oro 2025	193
DS Smith Tecnicarton	115	TACSA	51
El Vivero de Abel	159	Talleres Espí Serrano	75
Esbelt, Bandas Transportadoras	17	Talleres González y París.....	121
Esteryfil.....	129	Tamesur.....	25
Feria Oleomaq - Oleotec 2025	130	Tecnilab – Tecnología Analítica	111
Feria Oleomaq - Oleotec 2025	131	Tecnoagri.....	187
Feria SIMEI 2024.....	203	The Climate Box.....	143
FILTROX Southern Europe	173	Todolivo	5
Foss.....	149	Torrent	77
Fourfam Pack	101	Treico-Remasa-Granaoliva	6
Gallardo.....	105	Treico-Remasa-Granaoliva	7
GEA Westfalia Separator Ibérica.....	73	Vetreria Etrusca.....	83
GEA Westfalia Separator Ibérica.....	Contraportada	Vidrala	91
Gesca Automatismos.....	53	VLS Technologies (VELO Maquinaria).....	167
		WEG Iberia.....	181



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.