

INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR Mercacei MAGAZINE

Especial Packaging & Envasado (II)

- Etiquetado como forma de diferenciación y fuente de información para los consumidores
- Campo de batalla: el supermercado. La ciencia del neuromarketing
- Un nuevo marco jurídico para los aceites de oliva
- Nuevos retos para nuevos tiempos: envases sostenibles y funcionales
- Empresas proveedoras

La Entrevista

Antonio Luque, presidente de Dcoop:
"El fraude no se acaba tapándolo, es una bomba que hay que desactivar ya"

Agromercacei

El arte de envejecer bien: claves para la longevidad de tu olivar

Sostenibilidad

El potencial de la industria de biogás en España a partir del orujo



 **herpasur sa**
CALDERERÍA INOX

**LA CALIDAD
NUESTRA RAZÓN
DE SER LÍDER**

 **SECOVISA**
GRUPO

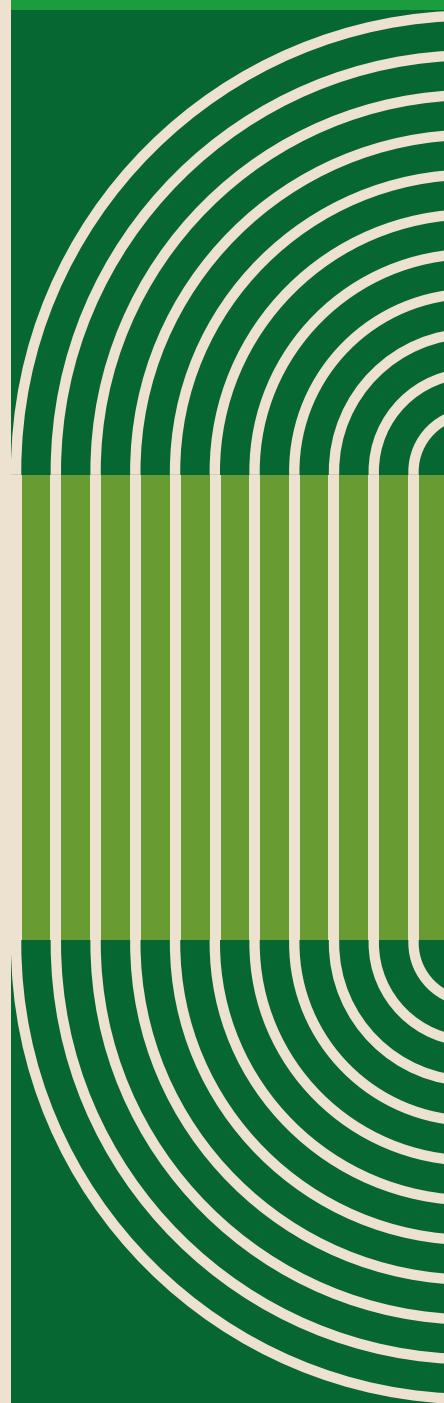
Polígono Industrial El Portal / C. Sudáfrica, Parcela 83 / 11408 Jerez de la Frontera (Cádiz)
Tlf: + 34 956 14 32 71 / Fax: + 34 956 14 36 27
Email: info@herpasur.com / www.herpasur.com

LA
EXTRACCIÓN

EN PERFECTA
SINCRONÍA

**centrifugación
alemana**

www.centrifugacionalemana.com





IMS

CONTROL INDUSTRIAL

IMS
PATENTADO



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

IA

953 75 49 81

www.imscontrolindustrial.com
info@imscontrolindustrial.com

Fundadora

M. Dolores Peñafiel Fernández

Corresponsales y colaboradores

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

Directora

Pandora Peñamil Peñafiel

Redacción

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

Edita



CEO & Editor

Juan A. Peñamil Alba

Redacción, Administración y Publicidad

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

Coordinación de Redacción y Publicidad

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

Administración

Cristina Álvarez Llorente
 admin@mercacei.com

Publicidad

José Manuel Hernández, Natalia de las Heras

Corresponsal Italia

Daniela Capogna

Corresponsal América del Sur

Leonardo Moral

Suscripción

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

Sólo MERCACEI MAGAZINE (4 nºs)

Anual: 130 € (Extranjero: 150 €)

Maquetación

Aller Studio

Producción

Jomagar

Depósito Legal

M-38185-1994

ISSN

1134-7104

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

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



Sumario

4 EDITORIAL

9 ANÁLISIS DE MERCADO

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

18 LA ENTREVISTA

Antonio Luque, presidente de Dcoop: "El fraude no se acaba tapándolo, es una bomba que hay que desactivar ya"

24 EL MUNDO DE LAS MARCAS

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

32 ACTUALIDAD

Gala EVOOLEUM • X Simposio Nacional de Olivicultura (Portugal) • XI Fiesta del Primer Aceite de Jaén • Feria del Campo 4.0-Expo AgriTech • 6º Simposio Internacional de Yale sobre Aceite de Oliva y Salud • 50º aniversario de KUBOTA en Europa • XVI edición del Curso Superior de Especialización en Olivicultura • Presentación de "Jaén Selección" 2025 en Futur

74 EL LINEAL

Sucesores de Hermanos López, la honestidad del origen

86 SECCIÓN CITOLIVA

Cooperalpe convierte a las cooperativas oleícolas en un refugio de biodiversidad

90 AGROMERCACEI

Adaptación y comportamiento agronómico de la variedad lecciana cultivada en seto en secano en Extremadura • Programa de mejora genética de olivo (Promegeol) • El arte de envejecer bien: claves para la longevidad de tu olivar

108 EXPERIENCIA GOURMET

AMA, La Cocina de Amarga y Pica: toda una celebración del AOVE

112 CLUB LECCIANA

Entrevista a Antonio López y Pedro Sarrión, gerente y técnico de producción de Almazara Casa de la Arsenia

116 I+D+i

El agua de aceituna: un nuevo ingrediente para productos alimentarios y un nuevo aprovechamiento de la aceituna y sus subproductos

124 ASOCIACIONES

Entrevista a Belén Luque, presidenta de la Asociación Empresarial de Almazaras Industriales de Córdoba (ACORA): "La Ley de la Cadena Alimentaria no se adapta al normal funcionamiento del sector"

128 ACEITE DE ORUJO DE OLIVA

Aceite de orujo de oliva: un prometedor aliado en la lucha contra el Alzheimer

134 MERCACEI AMÉRICA

Mantikir, AOVE Premium del olivar más alto del mundo

142 SOSTENIBILIDAD

El potencial de la industria de biogás en España a partir del orujo

146 ESPECIAL PACKAGING Y ENVASADO (II)

Nuevos retos para nuevos tiempos • Campo de batalla: el supermercado. La ciencia del neuromarketing • Empresas • *Il buono nel bello*, toda una filosofía de vida • Un nuevo marco jurídico para los aceites de oliva • El etiquetado de los aceites de oliva como forma de diferenciación y fuente de información para los consumidores • El vidrio, un envase eterno para un producto eterno • Envase metálico, una opción sobresaliente para el aceite de oliva • Sostenibilidad, necesidades del mercado y concepto creativo

194 SALUD

Caracterización del aceite de oliva virgen y de sus componentes en modelos preclínicos experimentales

200 ACEITUNA DE MESA

Aumentando la seguridad de las aceitunas negras estilo californiano

206 PUBLICREPORTAJES

Manzano-Flottweg • BALAM Agriculture • Grupo Torrent • AGROSAN • Bioiberica • The Climate Box • GGM • Kimatec

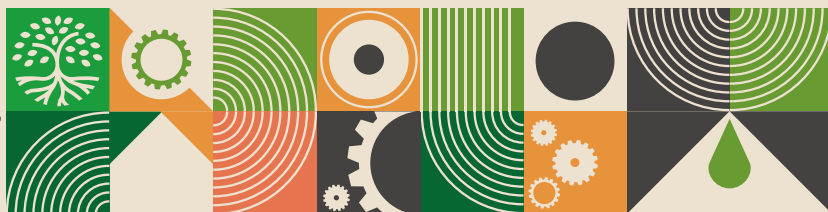
222 BIBLIOTECA

224 AGENDA

225 ÍNDICE DE ANUNCIANTES

HAUS
 TECNOLOGÍAS DE CENTRIFUGA
 #BECAUSEWECARE


 Encuéntranos
 en la pág. 35





Por la boca “vive” el pez

Pandora Peñamil Peñafiel

Dicen que “por la boca muere el pez”, pero bien es sabido que algunas personas saben darle la vuelta al refranero español. Una de ellas es, sin duda, Antonio Luque. El presidente de Dcoop es de los pocos que logran que sus palabras revolucionen al sector -ya sea para bien o no tan bien-, más aún cuando toca temas clave como precios o fraude, y salir indemne. Por ello, en este *Mercacei Magazine* hemos querido acercarle el micrófono para “aclarar” -o no- unas declaraciones que pronunció a finales de noviembre y que fueron más que *#trendingtopic* en la industria oleícola dentro y fuera de nuestras fronteras.

Para los que están acostumbrados a hacer *scroll* y no tienen tiempo que dedicar al placer de la lectura, aquí va un resumen de la entrevista principal de este número: “El sector lleva muchos años siendo conocedor de estas prácticas, que hemos denunciado ante la Administración, y vemos que no se hace nada”; “Si existe una gran producción y se siguen produciendo mezclas con otros aceites, es obvio que afecta negativamente a la comercialización y consecuentemente al precio”; “Lo que realmente pasa factura -y mucha- es la pérdida de dinero que provocan estas prácticas fraudulentas a los olivares y a la industria que lo hace bien y que está sufriendo competencia desleal”; “La manera de acabar con la corrupción es denunciándola, abordándola y solucionándola. No creo que quienes defienden no publicarla quieran realmente acabar con ella”; “En Italia sí se han puesto manos a la obra para acabar con esta problemática”; “Nuestro objetivo no es destapar ningún escándalo ni ir contra ninguna empresa, sino trabajar por erradicar definitivamente cualquier práctica irregular y generar confianza en los consumidores”. Seis “confesiones” que definen el momento que atraviesa el sector y de las que estarán muy pendientes Asoliva y Anierac, que no dudaron en desmentir “enérgicamente” las declaraciones que pronunció Luque en noviembre. Pase lo que pase, el debate está servido.

Pero si han observado bien la paginación, este número está dedicado, en gran parte, al packaging y envasado. El etiquetado como forma de diferenciación y fuente de información para los consumidores; el supermercado como campo de ba-

talla del neuromarketing; la exploración de un nuevo marco jurídico para los aceites de oliva; o nuevos retos para nuevos tiempos -envases sostenibles y funcionales- son algunos aspectos que tratamos en profundidad en estas páginas en las que se demuestra que, además del contenido, también importa -¡y mucho!- el continente.

Además, secciones como *Agromercacei*, *Sostenibilidad e I+D+i* vuelven repletas de novedades. Por ejemplo, en “El arte de envejecer bien: claves para la longevidad de tu olivar” abordamos las claves en la gestión de la poda en el olivar moderno para salvaguardar la longevidad del seto, diferenciando entre poda de formación, poda de producción y poda de regeneración o reestructuración del seto; mientras que en “El potencial de la industria de biogás en España a partir del orujo” visualizamos el aprovechamiento de residuos agroindustriales como el orujo de las almazaras -que puede ser transformado en biogás mediante procesos de digestión anaerobia- como una oportunidad única.

Por su parte, en “Las cooperativas oleícolas, un refugio de biodiversidad” mostramos cómo las aplicaciones de un modelo de agricultura sostenible mejoran la rentabilidad agrícola a través de la recuperación de la biodiversidad. ¿Quién dijo que la sostenibilidad ambiental estaba reñida con la sostenibilidad económica?

Asimismo, en *Experiencia Gourmet* degustamos las deliciosas elaboraciones de AMA, La Cocina de Amarga y Pica, un innovador restaurante que sitúa al aceite de oliva virgen extra en el centro de su propuesta de la mano del chef Daniel García Peinado; en *Actualidad* celebramos de nuevo la Gala EVOOLEUM -¡y nos colamos en su *photocall*!-, que se ha consagrado como la “Gran Fiesta Mundial del AOVE”; y en *Asociaciones* hablamos con Belén Luque, presidenta de la Asociación Empresarial de Almazaras Industriales de Córdoba (ACORA), acerca de la Ley de la Cadena Alimentaria. Porque, como sabemos bien los que nos dedicamos a esto, en el sector del aceite de oliva no nos aburriríamos. Sigamos divirtiéndonos y viéndonos, que la primavera está a la vuelta de la esquina y, con ella, algunos de los eventos más esperados del año. ¡Feliz “comidilla”! 🍀

¿BUSCAS EL ENVASE PERFECTO PARA TU ACEITE?



Diseño, seguridad y elegancia en cada botella

ENVASES
AYRTAC 

Visítanos en



@envasesybotellasayrtac



¡PRÓXIMA APERTURA EN **ANDALUCÍA!**

 envasesybotellasayrtac.com

 Parque Empresarial El Águila Coors, Nave 14.
50180 Utebo. Zaragoza

 976 784 475

treico®

Industrial Machinery Solutions

TREICO SERVICES

Central y Fábrica
Ctra. A-318, km. 20
14500 Puente-Genil
(Córdoba) SPAIN
Apdo. de correos 61
+34 957 600 150
services@treico.com



TREICO ENVIRONMENTAL

Sede Social
Ctra. A-318, Km.20
14500 Puente Genil (Córdoba)
Apdo. de correos 173

Fábrica y Oficinas
Alfonso Álvarez Miranda, 29J
39408 Los Corrales de Buelna
(Cantabria)
+34 942 598 373
environmental@treico.com

www.treico.com

CALDERERÍA GARMO

Pol. Ind. Porcuna, nave 30
23790 Porcuna (Jaén)
+34 953 544 082
caldereriagarmo@treico.com



EMPOWERING CIRCULAR ECONOMY & INDUSTRY

Treico inicia una nueva etapa

Con este paso adelante fortalecemos nuestros pilares fundamentales de calidad en la fabricación, enfoque en la innovación y orientación total al cliente. Esta revolución en estructura y medios conlleva la adopción de nuevos valores y estándares de calidad. Como parte de nuestro propósito de ser pioneros en el sector de la maquinaria industrial, hemos hecho nuestros los principios de sostenibilidad y compromiso con el medioambiente y con la sociedad.

A través de tres divisiones especializadas en sus respectivas áreas (Services, Environmental y Arids), desarrollamos soluciones de maquinaria industrial adaptadas a las necesidades de nuestros clientes:

**Almazaras,
limpieza y
lavado**

**Tolvas de
recepción y
almacenamiento**

**Cintas
transportadoras**

**Elevadores de
cangilones**

**Rodillos y
transportadores
de rodillos**

**Almendras,
limpieza y
mantenimiento**

**Compuertas,
tajaderas,
transportadores
curva, giratorios,
trippers...**

Sinfines

**Bandas (caucho,
PVC,
alimentarias,
modulares...)**

**Depuración de
aguas
residuales**

Redlers

remasa
by **treico**

granaoliva
by **treico**

calderería
garmo
by **treico**



VIRGEN EXTRA. ASÍ SOMOS. HECHO EN ESPAÑA

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

Dosificadores Volumétricos para talco y cualquier otro producto pulverulento.
La ayuda que necesitas para sacar todo lo bueno de tu tierra.
Nuestros clientes, los mejores fabricantes de aceite de oliva virgen extra del mundo.



DOSIFICADORES®
garcía fernández

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

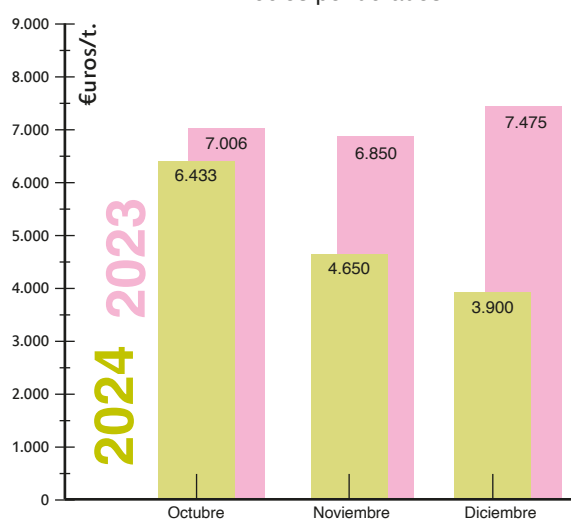


Desplome de precios y escasa operatividad a la espera de los aceites frescos

- **Aceite de oliva:** Pronunciada caída de las cotizaciones de todas las categorías en una campaña con retraso y muy poca operatividad.
- **Aceite de orujo:** Descenso de los precios, una vez más, a causa de la escasa demanda.
- **Aceite de semillas oleaginosas:** Incrementos notables en todas las categorías.
- **Aceites y grasas para uso industrial:** Precios al alza en prácticamente todos los aceites y grasas.

Aceite de Oliva Lampante, base 1º

Precios ponderados



Aceite de oliva

Pronunciada caída de las cotizaciones de todas las categorías en una campaña con retraso y muy poca operatividad.

A mediados de octubre todavía no terminaba de arrancar una nueva campaña que se veía retrasada por las precipitaciones registradas por todas las regiones productoras. Así, iban saliendo tímidamente algunos AOVes frescos, pero no encontraban demanda.

En Jaén, el mercado se percibía muy denso a la espera del aceite fresco, con escasa operatividad que obligaba a ofrecer precios meramente orientativos, con la oferta intentando deshacerse del poco aceite viejo que le quedaba ante una demanda que mostraba muy poco interés. En este sentido, el lampante y el refinado se establecían a 6.600 euros/t.; el virgen, a 6.800/7.000 euros/t.; y el virgen extra, a 7.100/7.300 euros/t.

Llegaba noviembre con la victoria de Donald Trump en las elecciones es-

tadounidenses y sus consecuencias económicas parecían generar cierta preocupación en el sector oleícola de Andalucía y, sobre todo, en el de Jaén, principal productora de toda España y donde se esperaba un crecimiento importante en la próxima cosecha. Todo ello se debía a la posibilidad de que la nueva administración republicana imponga una serie de aranceles al aceite de oliva, tal y como hizo en 2019 en medio de la guerra comercial que enfrentó a Airbus y Boeing. De hecho, el secretario regional de la Unión de Pequeños Agricultores, Cristóbal Cano, definía esta situación como una "amenaza" y reclamaba a la Unión Europea "que muestre su fortaleza" con el fin de alcanzar "alianzas comerciales con el país norteamericano. Mientras tanto, dentro de nuestras fronteras, los mercados colgaban el cartel de "sin cotizaciones" debido a una campaña retrasada y una ausencia total de operatividad.

Unas semanas después, los precios sufrían una caída sin precedentes en todas las categorías, con el lampante cotizando a 4.400/4.500 euros/t.; el virgen, a 4.600/4.700 euros/t.; el virgen extra, a 4.700/4.800 euros/t.; y el refinado, a 4.550 euros/t.

Antes de finalizar el año, la organización agraria Asaja-Jaén pedía tranquilidad en la venta de aceite de oliva ante "la hecatombe de precios" en el inicio de campaña. El gerente y portavoz de Asaja en Jaén, Luis Carlos Valero, pedía "calma" en el inicio de una campaña en la que, a su juicio, "no hay una gran motivación que no sea nada más que la necesidad de recuperar esa financiación que tiene el agricultor, que necesita vender urgentemente". En este sentido, y ante la escasa operatividad a pesar de la aparición del comprador italiano, el lampante se establecía a 3.500/3.600 euros/t.; el virgen, a 3.800/3.900 euros/t.; el refinado, a 3.750/3.800 euros/t.; y el AOVE, a 4.000/4.200 euros/t.



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

		1ª sem. Oct.	4ª sem. Dic.
ANDALUCÍA			
JAÉN	Lampante, base 1º	6.800	3.500
	Virgen	6.900/7.000	3.800
	Virgen extra	7.100/7.300	4.000/4.100
	Refinado	6.800	3.600/3.650
CÓRDOBA			
	Lampante, base 1º	6.750	3.500
	Virgen	6.900/7.000	3.700/3.800
	Virgen extra	7.100/7.200	4.000/4.200
	Refinado	6.450	3.850/3.900
SEVILLA			
	Lampante, base 1º	Sin oper.	3.200
	Virgen	6.900/7.000	3.700
	Virgen extra	7.150/7.800	4.000/4.300
	Refinado	6.500	Sin oper.
GRANADA			
	Lampante, base 1º	6.800	3.500
	Virgen	6.900/7.000	3.800
MÁLAGA			
	Lampante, base 1º	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra	7.200/7.400	3.800/4.200
CATALUÑA			
LÉRIDA	Virgen extra (DOP Garrigues)	Sin oper.	Sin oper.
TARRAGONA	Virgen extra (DOP Siurana)	Sin oper.	Sin oper.
CASTILLA-LA MANCHA			
TOLEDO	Virgen	6.900	3.800/4.000
	Virgen extra	7.100/8.400	4.000/4.400
COMUNIDAD VALENCIANA			
ALICANTE	Lampante, base 1º	6.700	3.900
	Virgen	6.800	4.000
	Virgen extra	7.200	4.100
	Refinado	6.800	4.100
EXTREMADURA			
BADAJOZ	Lampante, base 1º	6.500/6.700	3.200/3.400
	Virgen	6.800/6.900	3.500/3.700
	Virgen extra	7.000/7.500	3.900/4.500

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

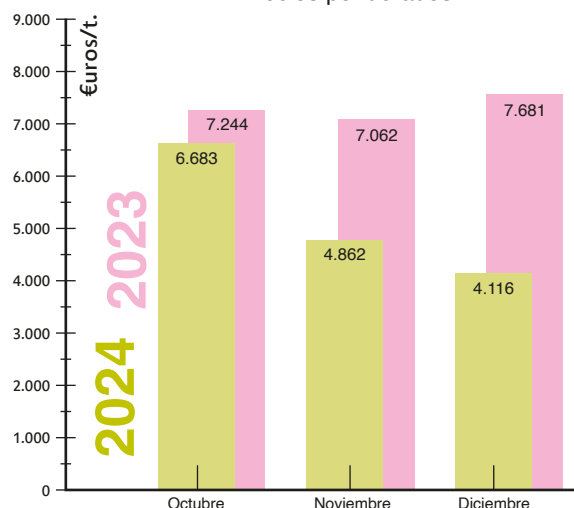
	1ª sem. Oct.	4ª sem. Dic.
ANDALUCÍA		
Refinable, base 10º	Sin oper.	1.500/1.600
Refinado, winterizado, a granel, sobre origen	3.550/3.600	2.500

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

	1ª sem. Oct.	4ª sem. Dic.
ANDALUCÍA		
ACEITE DE GIRASOL (Sobre origen a granel)		
Crudo	Sin oper.	Sin oper.
Refinado	1.080	1.280/1.300
ACEITE DE SOJA (Sobre origen cisternas)		
Crudo	800	1.100
Refinado	850	1.150
ACEITE DE SEMILLAS		
Refinado	1.080	1.280/1.300

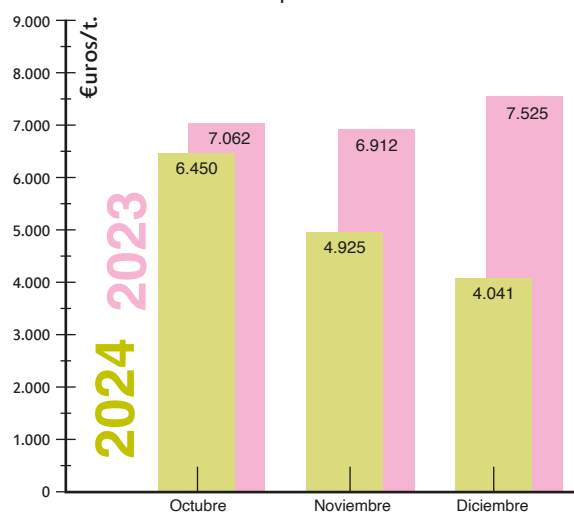
Aceite de Oliva virgen

Precios ponderados



Aceite de Oliva refinado

Precios ponderados



Aceite de orujo

Descenso de los precios, una vez más, a causa de la escasa demanda. Se mantuvieron en el último trimestre del año las caídas de precio que comenzaron durante el verano. En este sentido, el aceite de orujo refinado cedía hasta los 2.500 euros/t. tras haber cotizado a 3.550/3.600 euros/t. de junio a septiembre. El refinable, por su parte, tras meses sin mostrar cotización, se establecía a 1.500/1.600 €/t., lo que suponía un descenso del 48% con respecto a la cifra en la que se movía esta categoría a principios de año: 2.900 €/t.



Palacín
Sistemas de extracción continua

Lanzamiento nuevo decanter

Innovación | Rendimiento | Excelencia

+34 953 75 71 12
info@jpalacin.com

Polígono Industrial Los Cerros 2-3
23400 Úbeda (Jaén)
www.jpalacin.com



Producción

La producción mundial de aceite de oliva se situará en 3,37 millones de toneladas en la campaña 2024/25

La producción mundial de aceite de oliva de la campaña 2024/25 se estima que se sitúe en 3.375.500 toneladas, lo que supondrá un aumento del 32% respecto a la campaña anterior, según datos oficiales de los países y estimaciones de la Secretaría Ejecutiva del Consejo Oleícola Internacional (COI). Este organismo prevé que las importaciones y exportaciones superen la cifra de 1,2 millones de toneladas.

Los países miembros del COI estiman en su conjunto una producción de 3.193.000 toneladas, el 95% del total mundial para la campaña 2024/25, que supondrá un aumento del 33% respecto a la campaña anterior.

El conjunto de países productores de la UE prevé una producción de 1.973.000 toneladas, un 29% más. Para España estima una producción de 1,29 millones de toneladas (+51%), mientras que Italia producirá 224.000 t. (-32%); Grecia, 250.000 t. (+43%); y Portugal, 195.000 t. (+21%).

En el resto de los países miembros del COI se estima que produzcan un total de 1.220.000 toneladas (+40%).

El consumo mundial podrá alcanzar 3.064.500 toneladas, un 10% más respecto a la campaña anterior.

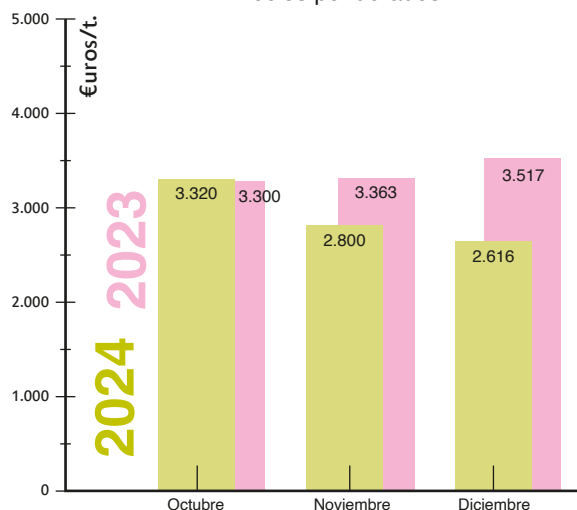
Aceite de semi-las oleaginosas

Incrementos notables en todas las categorías.

Tras unos meses de apatía y precios a la baja, los aceites de semillas recuperaron la alegría. Así, el refinado se incrementaba hasta los 1.280/1.300 euros/t. tras meses a 1.080 euros/t. El aceite de soja refinado, por su parte, se alzaba desde los 850 €/t. hasta los 1.150 euros/t.; y el crudo, desde los 800 €/t. hasta los 1.100 euros/t.

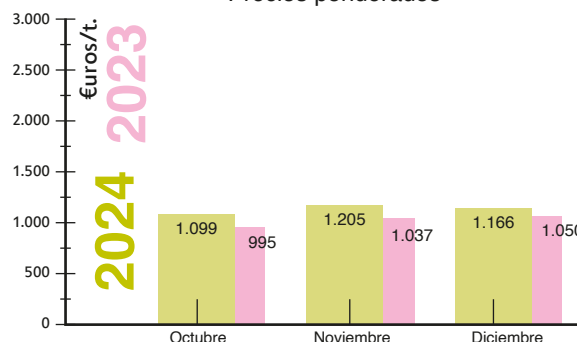
Aceite de Orujo refinado

Precios ponderados



Aceite de Girasol refinado

Precios ponderados



MERCADO INTERNACIONAL - Cuarto trimestre de 2024

ITALIA

	(Euros/kg.)	
	1ª sem. Oct.	4ª sem. Dic.
SUR DE PUGLIA & CALABRIA		
ACEITE DE OLIVA virgen extra	8,80	8,50
ACEITE DE OLIVA refinado	6,40	4,20
ACEITE DE OLIVA lampante	4,90	3,25
ACEITE DE ORUJO refinado	3,80	2,75
ACEITE DE GIRASOL refinado	1,10	1,26
ACEITE DE MAÍZ refinado	1,20	1,22
ACEITE DE SOJA refinado	1,13	1,16
ACEITE DE CACAHUETE refinado	2,22	2,20
NORTE DE PUGLIA & CALABRIA		
ACEITE DE OLIVA virgen extra	9,00/9,10	9,20/9,40
ACEITE DE OLIVA virgen	Sin oper.	Sin oper.
ACEITE DE OLIVA refinado	5,50/5,60	4,00

TÚNEZ

ACEITE DE OLIVA virgen extra	7,50/7,60	3,20/3,60
------------------------------	-----------	-----------

MARRUECOS

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

TURQUÍA

ACEITE DE OLIVA refinado	5,50/5,60	Sin oper.
--------------------------	-----------	-----------

GRECIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	7,40/7,50	5,00
------------------------------	-----------	------

Aceites y grasas para uso industrial

Precios al alza en prácticamente todos los aceites y grasas.

Los aceites y grasas para uso industrial experimentaron incrementos durante todo el trimestre, a excepción del aceite de pescado, que finalizó el año a 4.850 €/t. (-19%). La subida más notable fue la del aceite de palmiste (18%), seguida de la del aceite de coco (17%). Menos pronunciados fueron los ascensos de los aceites de palma y colza (8%), maíz (4%) y ricino (0,2%).

Previsiones de la CE para 2035 en el sector de la aceituna de mesa de la UE

El último informe de la Comisión Europea (CE) sobre las perspectivas agrícolas de la UE señala que las condiciones climáticas plantean un contexto complicado para los productores europeos de aceitunas de mesa. En este sentido, se espera que la producción de aceitunas de mesa de la UE se enfrente a desafíos similares a los de la producción de aceite de oliva tales como las condiciones climáticas y la escasez de agua. En comparación con 2020-2024 se estiman aumentos de producción anuales del 0,4% y el 1,1% en España y Portugal; mientras que en Italia y Grecia se prevé una disminución anual de alrededor del 0,3% en las áreas cultivadas, lo que implica una perspectiva pesimista para la producción. En Italia, esta tendencia se ve reforzada por descensos de rendimiento anual de alrededor del 1,3%. En 2035, la producción podría alcanzar casi 200.000 t. y 56.000 t. en Grecia e Italia, respectivamente.

Por otro lado, se espera que el consumo per cápita de aceitunas de mesa en la UE aumente ligeramente en la próxima década. En España se prevén aumentos anuales del consumo de alrededor del 0,5% con respecto al periodo 2020-2024, alcanzando niveles de consumo per cápita de alrededor de 4,1 kg. en 2035. También se estiman aumentos anuales más fuertes en Grecia, Italia y Portugal (en el rango de 1,2-2, %), así como en el resto de la UE, aunque a un ritmo más lento (0,5% anual). Según Bruselas, las propiedades beneficiosas del consumo de aceitunas y las crecientes preocupaciones sanitarias con respecto a los hábitos alimentarios respaldan esta expansión.

ACEITES Y GRASAS INDUSTRIALES (euros/t.)

Cuarto trimestre de 2024

	1ª sem. Oct.	4ª sem. Dic.
Sebo fundido	s/c	s/c
Sebo fundido, Extra-fancy	s/c	s/c
Sebo fundido, Fancy	s/c	s/c
Aceite de coco	1.978	2.330
Aceite de palma	1.597	1.740
Aceite de palmiste	2.163	2.560
Aceite de maíz	1.447	1.510
Aceite de ricino	1.297	1.300
Aceite de colza	1.181	1.280
Aceite de pescado tipo hígado de bacalao	6.030	4.850



SIERRA
PRIETA



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
veró*





Estudio comparativo de los precios al consumo de aceites en el trimestre (Octubre/Diciembre 2024)

Aceite de oliva virgen extra

ENVASES	Oct. 2024	Dic. 2024	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Lata 5 l.	60,7	56,4	-4,3	-7,1
Envase 5 l.	54,6	50,1	-4,5	-8,2
Lata 3 l.	48,5	46,3	-2,2	-4,5
Botella 1 l.	16,5	15,7	-0,8	-4,8
Cristal 3/4 l.	13,8	13,2	-0,6	-4,3

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 octubre de 2024 y la cuarta semana de diciembre 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	Oct. 2024	Dic. 2024	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Lata 5 l.	52,8	43,7	-9,1	-17,2
Envase 5 l.	45,7	41,9	-3,8	-8,3
Envase 3 l.	27,9	23,5	-4,4	-15,7
Botella 1 l.	10,4	9,2	-1,2	-11,5

Aceite de oliva virgen extra

Tras unos ligeros descensos durante el otoño, en invierno llegaron a los lineales las pronunciadas caídas de los precios en origen. La caída más acusada la protagonizó el envase de 5 l., que descendió un 8,2%; seguido de la lata de 5 l., que cedió un 7,1%. La botella de 1 l., por su parte, experimentó una caída del 4,8%; al tiempo que la lata de 3 l. cayó un 4,5%; y el cristal de 3/4 hizo lo propio un 4,3%.

Aceite de orujo de oliva

ENVASES	Oct. 2024	Dic. 2024	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Envase 5 l.	23,5	23,4	-0,1	-0,4
Botella 1 l.	4,8	4,6	-0,3	-4,1

Aceite de oliva

Lo mismo ocurrió con el oliva, que vio reflejado en el PVP el descenso de los precios en origen. Los envases que más se abarataron fueron la lata de 5 l. y el envase de 3 l., que descendieron un 17,2% y un 15,7%, respectivamente. También cedió la botella de 1 l., hasta los 9,2 euros (-11,5%); y el envase de 5 l., que se fijó a 41,9 euros a finales de diciembre, un 8,3% menos que a principios del trimestre.

Aceite de orujo de oliva

Caídas -aunque más moderadas- también en los dos formatos del aceite de orujo, que vio cómo su botella de 1 l. descendía un 4,1% -hasta situarse a 4,6 euros-; y su envase de 5 l. un 0,4%, ofertándose a 23,4 euros.

Aceite de girasol refinado

ENVASES	Oct. 2024	Dic. 2024	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Envase 5 l.	12,7	13,1	0,4	3,1
Botella 1 l.	2,1	2,4	0,3	14,3

Aceite de girasol refinado

Tras unos meses de ligeras caídas, volvieron las fluctuaciones al girasol, con una botella de 1 l. que se incrementó un 14% hasta los 2,4 euros; y un envase de 5 l. que hizo lo propio con una subida del 3%, hasta los 13,1 euros. 🟢

* Las medias incluyen también los aceites de orujo enriquecidos.

* Las medias incluyen también los aceites de girasol enriquecidos.

**SOLICITA YA EL
MANTENIMIENTO
PROGRAMADO DE TU
ALMAZARA Y BENEFÍCIATE
DE DESCUENTOS EXCLUSIVOS**



Hasta el 31 de Marzo de 2025

20% DESCUENTO en taller y repuestos
+ 5% ADICIONAL en mano de obra

SI SOLICITAS AHORA TU MANTENIMIENTO

Del 31 de Marzo al 31 de Mayo de 2025
10% DESCUENTO en taller y repuestos



1. **Zona Portugal** JOSE MARÍA CABRERO +34 615 507 399
2. **Zona Sur y Centro** RAMÓN RODRÍGUEZ+34 615 507 421
3. **Zona Norte y Este** PABLO MUÑOZ +34 615 507 418



CONTACTA YA:

Solicitud e-mail: trinidad.bellido@pieralisi.com

Solicitud telefónica: Oficina Jaén 953 284 023 / 615 507 393
Oficina Zaragoza 976 466 020 / 615 507 418



Antonio Luque

Presidente de Dcoop

El presidente de Dcoop, Antonio Luque, participó a finales del pasado año en Madrid en un encuentro con medios de comunicación en el que abordó los principales temas de actualidad del sector, aprovechando la ocasión para denunciar que “existe un fraude importante y nadie está haciendo nada”. Estas declaraciones causaron un gran revuelo en el sector; sin embargo, para Luque sirvieron para abrir un debate que espera que contribuya a mejorar la imagen del aceite de oliva español, erradicando el fraude “de una vez por todas”. Así lo afirma en esta entrevista exclusiva para *Mercacei Magazine*, en la que ahondamos sobre el porqué de estas afirmaciones acerca de unas prácticas con las que, a su juicio, hay que acabar decididamente. “Los que me conocen de verdad saben que tengo un defecto: siempre digo lo que pienso, y eso hay a quien no le gusta”, nos aseguró en una entrevista anterior. Y es que Antonio Luque no deja indiferente a nadie.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

Tras dos campañas muy negativas en el sector y justo al comienzo de una campaña con previsiones razonablemente buenas, ¿consideras que fue el momento idóneo para realizar unas declaraciones afirmando que existe un fraude importante en el aceite de oliva?

No podemos centrar el debate en si se debe hablar o no sobre el fraude. Hay evidencias y situaciones de mercado que indican que el fraude existe y lo que hay que hacer es acabar con él. Como no se acaba es tapándolo.

Siempre es buen momento para la lucha contra el fraude y la apuesta por la calidad. El sector lleva muchos años siendo conocedor de estas prácticas, que hemos denunciado ante la Administración, y vemos que no se hace nada.

Precisamente en los momentos de mayor producción es cuando más daño se hace al auténtico aceite de oliva. Si existe una gran producción y se siguen produ-

ciendo mezclas con otros aceites, es obvio que afecta negativamente a la comercialización y consecuentemente al precio.

Los medios de comunicación generalistas han destacado, durante meses y de forma muy insistente, el elevado precio del aceite de oliva en los lineales. En este contexto, ¿valoraste la repercusión que iban a tener unas declaraciones de este tipo en los medios?

Hace ya más de un año presentamos en Madrid junto a Deoleo un estudio muy concienzudo y bien hecho científicamente cuya conclusión es que había muchos aceites de oliva al límite del cumplimiento de la norma, algo que es imposible de forma natural. La pasada campaña vimos momentos en los que el aceite refinado estaba más barato que el lampante y eso va contra la lógica del mercado. También venimos alertando a las autoridades sobre esta problemática. Trabajamos con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) en un Real Decreto de calidad que nos ha cargado de burocracia, pero cuyo incumplimiento no se controla. Apostamos claramente por la certificación de procesos para aumentar la transparencia y la buena reputación del producto. En Italia hemos visto que sí se han puesto manos a la obra para acabar con esta problemática y desgraciadamente se han importado esas prácticas. Y para concluir, el encuentro

“Si existe una gran producción y se siguen produciendo mezclas con otros aceites, es obvio que afecta negativamente a la comercialización y consecuentemente al precio”

con medios de comunicación -en el que estuvo *Mercacei*- no fue para hablar de esto, sino que surgió en ese momento.

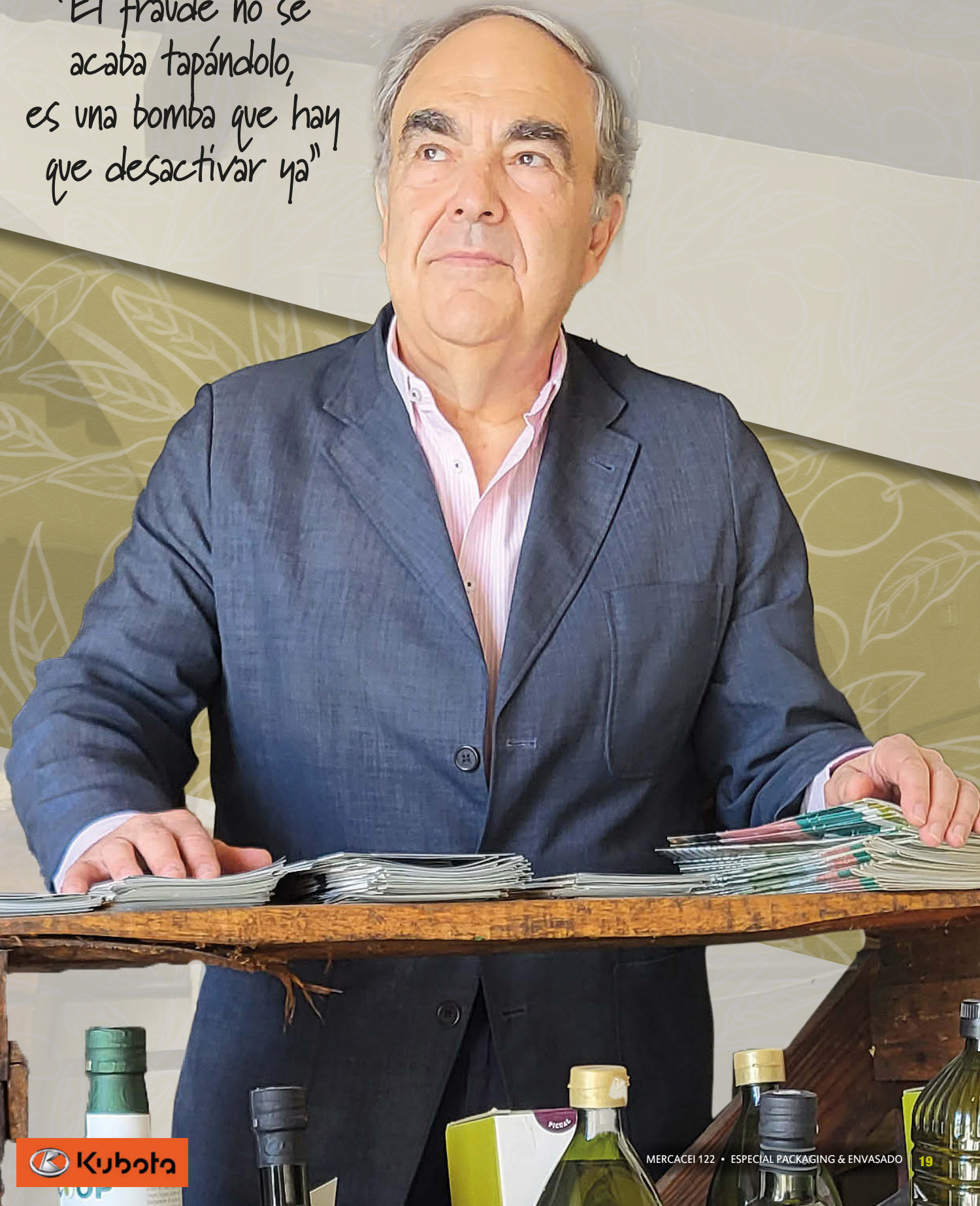
Como productores, somos los primeros perjudicados por estas prácticas fraudulentas que van, claramente, contra la rentabilidad de los agricultores. Somos la mayor empresa productora y una de las grandes comercializadoras que sufre competencia desleal con esto; por tanto, es nuestra responsabilidad defender la buena imagen del aceite de oliva español. Después de liderar la producción y ahora la comercialización, España tiene el reto de ganar también la imagen de calidad y en eso debemos participar todos.

La manera de acabar con la corrupción es denunciándola, abordándola y solucionándola. No creo que quienes defienden no publicarla quieran realmente acabar con ella.

“El sector lleva muchos años siendo conocedor de estas prácticas, que hemos denunciado ante la Administración, y vemos que no se hace nada”



"El fraude no se
acaba tapándolo,
es una bomba que hay
que desactivar ya"





“Lo que realmente pasa factura -y mucha- es la pérdida de dinero que provocan estas prácticas fraudulentas a los olivareros y a la industria que lo hace bien y que está sufriendo competencia desleal”

El consumidor ha estado percibiendo el aceite de oliva como uno de los productos más caros de la cesta de la compra. ¿Crees que introducir el término “fraude” contribuye a añadir malestar y desconfianza en el consumidor? ¿Puede haber contribuido a generar un problema de credibilidad en torno al sector del aceite de oliva? Creo que los consumidores lo que buscan es fiabilidad, transparencia, seguridad y calidad en lo que compran y pienso que pueden hacer una reflexión sobre lo que se encuentra en el mercado, lo que compran, buscando y confiando en los productos que realmente aseguren que contienen lo que se dice.

Lo que no les gusta a los consumidores es que haya fraude, que los engañen, que les oculten información... no sólo en el aceite sino en cualquier producto.

Tenemos una espada de Damocles, una bomba que hay de desactivar ya. Hemos denunciado para que se corte y se solucione, e indudablemente mucho peor será que salgan a la luz los casos. Nuestro objetivo no es destapar ningún escándalo ni ir contra ninguna empresa, sino trabajar por erradicar definitivamente cualquier práctica irregular y generar confianza en los consumidores.

Tenemos sospechas, indicios, evidencias de que algo pasa y cuando tengamos pruebas concretas contra alguien, por supuesto las denunciaremos.

Algunos profesionales del sector han calificado tus declaraciones como “nocivas”, “incendiarias”, “temerarias” o

“alarmantes”. ¿Crees que han provocado tensión en el propio sector?

Lo que veo es mucho cinismo e hipocresía. Cuando en el día a día del comercio del aceite todos oímos hablar de desodorizado, de precios ilógicos entre categorías en determinados momentos, del uso y destino de otros aceites... ¿ahora algunos se rasgan las vestiduras?

No creo que se haya generado tensión, porque todo el mundo conoce estas prácticas fraudulentas. Lo que sí creo es que ha provocado un debate que confiamos en que sirva para que nos conjuremos todos (Administración y sector) en mejorar la imagen del aceite de oliva español eliminando, decididamente, este cáncer de una vez por todas.

No sólo denunciemos, sino que también proponemos soluciones como la certificación de procesos del Patrimonio Comunal Olivarero, que apoyamos dos grandes operadores como Deoleo y el Grupo Dcoop. La adhesión a esta iniciativa demuestra una clara apuesta por la transparencia, por lo que confiamos

“La manera de acabar con la corrupción es denunciándola, abordándola y solucionándola. No creo que quienes defienden no publicarla quieran realmente acabar con ella”

en que otros operadores se unan y no tengan reticencias, miedo y excusas ante este proyecto que no entendemos. Se trata de una oportunidad para todo el sector oleícola español.

En el caso concreto del sector cooperativo, ¿tus declaraciones podrían pasar factura al Grupo Dcoop, como también se ha dicho?

Entre las cooperativas siempre hemos tenido muy claro que teníamos que trabajar para eliminar estas prácticas y, de hecho, lo hemos denunciado muchas veces a las distintas administraciones siendo conscientes de la reacción que esto provoca en nuestra base social y en el sector.

En el caso de Dcoop, se trata de una cooperativa transparente y participativa, donde se abren debates en los que intervienen muchas personas, por lo que yo soy el presidente que traslada esta línea de trabajo en algo en lo que estamos precisamente alineados: la apuesta por la calidad y la lucha contra el fraude.

Lo que realmente pasa factura -y mucha- es la pérdida de dinero que provocan estas prácticas fraudulentas a los olivareros y a la industria que lo hace bien y que está sufriendo competencia desleal. Nuestros cooperativistas -y por extensión los de otras entidades- son perjudicados claramente y por eso trabajamos para solucionar este tema.

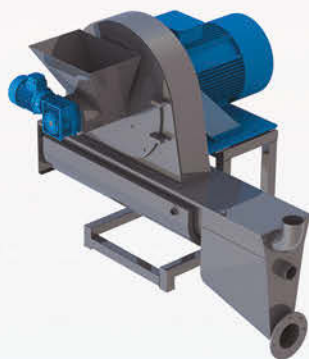
Te has mostrado muy contundente al afirmar que se comete fraude en el sector. ¿Cuál es vuestra solución para revertir esta situación?



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 • amenduniberica



[[“En Italia sí se han puesto manos a la obra para acabar con esta problemática”]]

Lo he señalado anteriormente, por ejemplo, con la certificación de procesos para que se controle toda la trazabilidad del aceite desde el origen. Ahora mismo los controles están centrados ya en la botella, por lo que es muy difícil conocer los pasos que ha habido antes, donde se puede cometer el fraude. Con el control de los transportes, la Administración ha avanzado algo positivamente, pero creemos que se puede hacer más y así se lo hemos trasladado. La norma sin control no sirve de nada.

Sobre este tema, aseguraste que “hay muchas cosas que nos gustaría hacer de forma muy distinta a como lo plantean Asoliva y Anierac”. ¿A qué acciones te refieres?

En ese momento me refería a cuestiones como la implantación de la certificación voluntaria de procesos para mejorar la trazabilidad y la imagen de calidad del aceite de oliva español. Ambas organizaciones siempre se han mostrado reticentes a que se haga sin que den una explicación convincente y eso que es voluntaria.

Nosotros somos una cooperativa y defendemos que la mayor rentabilidad

vaya a los olivereros. Lógicamente, ellos representan a la industria que lucha por obtener el mayor rédito para sus empresas asociadas.

También indicaste que “hemos basado todo en la cata y nos hemos olvidado de lo más importante”. ¿Qué es lo más importante?

Precisamente el fraude que hemos denunciado, como las mezclas con otros aceites o la conversión de lampante en extra mediante desodorización. Esto es lo que verdaderamente provoca grandes pérdidas económicas y problemas de imagen para el sector oleícola español. Si nos enfocamos (en las inspecciones, en el debate público, en la actuación política...) en las divergencias que puede haber en las catas estamos “tapando” lo más grave.

No basta con centrar el control sobre el producto, donde ya sabemos que hay mucho margen. Hay que controlar el proceso productivo, lo que implica la trazabilidad y hacer balance de ventas en las empresas, que concuerde lo que se compra con lo que se vende.

Comentaste asimismo que “la manera de controlarlo es con trazabilidad”. ¿Qué protocolo habría que implantar en este sentido y quien debería liderarlo y velar por su cumplimiento?

A él me vengo refiriendo con una de las soluciones que está en marcha: la cer-

[[“Nuestro objetivo no es destapar ningún escándalo ni ir contra ninguna empresa, sino trabajar por erradicar definitivamente cualquier práctica irregular y generar confianza en los consumidores”]]

tificación de todo el proceso desde que se obtiene el aceite hasta que llega a la botella. Que se pueda saber y controlar en todo momento el origen y el destino de todos los aceites. Esto se está implementando ya, pero no se está controlando. Siempre hemos estado abiertos a estudiar otras iniciativas.

¿Crees que tus declaraciones han podido tener alguna influencia en la caída de los precios en origen? ¿Cuáles son tus previsiones de la evolución de los precios a corto plazo?

Eso es matar al mensajero. Quienes piensan eso me están otorgando un poder que no tengo. Pensando que me critican, lo que hacen es alabarme. Me podría hacer que una palabra mía sirviera para bajar o subir los precios, porque sería muy fácil aumentar la rentabilidad de las miles de familias de olivereros que conforman Dcoop.

Pasa como con el fraude: hay quien, para justificar una mala decisión tomada o por competencia, busca siempre a alguien externo para echarle la culpa, pero todo el mundo sabe que los precios han bajado por la lógica de mercado al haber más disponibilidad. Sólo hay que repasar la hemeroteca para ver que desde el verano -no sólo yo- muchos actores del sector analizaban la situación del mercado con estas conclusiones.

En cuanto a los precios, creo que habrá que estar atento a la evolución de las salidas y -nuevamente- a la climatología, porque al cierre de esta entrevista hace falta que llueva más para que la próxima campaña sea buena. 🍯

MANZANO
Flottweg



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



¿Qué se oculta tras

El

MUNDO

de las

MARCAS?

Pathos, pasión griega

La familia de George Saridakis cultiva olivos en Kalavaria Estate (Heraklion, Creta) desde hace muchas generaciones con amor, pasión y respeto absoluto por el medio ambiente y los árboles que le procuran alimento, comenzando a envasar y comercializar su propio AOVE hace cuatro años. Con el foco puesto en obtener la máxima calidad, los frutos se recolectan a principios de octubre y se trasladan diariamente en un camión frigorífico a 17° C a la almazara de la familia Kokolaki en Limnes Lasithiou, a 200 kilómetros de los olivares. El aceite obtenido es prensado en frío, filtrado y almacenado en depósitos de acero inoxidable inertizados con nitrógeno a una temperatura constante para mantener intactas sus excelentes propiedades organolépticas y alto contenido en polifenoles. Con cerca de medio centenar de premios conquistados en apenas dos años, y elaborado con aceitunas de la variedad griega por excelencia, la koroneiki, recogidas a mano a principios de octubre en un olivar tradicional de montaña situado en la falda oriental del Monte Psiloritis, *Pathos* -pasión en griego- es un AOVE Premium ecológico de producción limitada presentado en una botella de cristal de 500 ml. de diseño único, pintada a mano y con estampado en oro. El packaging fue creado por esta pequeña empresa familiar dedicada principalmente a la exportación con la ayuda de un diseñador gráfico. El tapón está fabricado en madera de roble con corcho de alta calidad, mientras que el lujoso estuche destaca por su ergonomía, ya que se pliega en tamaño de sobre para facilitar su traslado.

“Ser sabio requiere tiempo y esfuerzo, pero sobre todo honestidad”
(Platón)



SERIJEREZ

DECORACIÓN EN VIDRIO



MÁXIMO CUIDADO PARA UN ACABADO PERFECTO

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

MÁS DE 35 AÑOS DE EXPERIENCIA

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

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

www.serijerez.com

ELLA, un canto a la vida

En la comarca tarraconense de la Terra Alta, en las Terres de l'Ebre, los aceites de oliva vírgenes extra de Az-Azeytun proceden de una tierra de olivares legada por los árabes y remiten a la denominación con la que se refirió a este territorio surcado por los valles de los ríos Ebro, Segre y Cinca el escritor árabe Al-Idrisi. También es el nombre del proyecto de un joven emprendedor de Batea, Abel Maijó, nacido en el seno de una familia campesina con una larga tradición oleicultora que atesora olivos monumentales

heredados de generación en generación, y que transmite carácter, autenticidad y territorio.

La colección de AOVEs *ELLA -L'Ariadna, l'Adam y l'Natres-* se obtiene de una finca familiar de olivos centenarios empeltres -la principal variedad de la comarca junto con la arbequina- que es la favorita de la hermana de Abel y alberga una gran variedad de aves, su debilidad. Obra del estudio gráfico Debonatinta, el diseño de las tres etiquetas de *ELLA* está conectado por un hilo conductor: una alegoría a la familia retratada a través de la ilustración de una familia de herrerillo común volando entre los olivos y construyendo su nido. La botella de color azul se presenta dentro de una caja-nido de madera diseñada a medida que puede ser reutilizada para los pequeños pájaros que suelen anidar en los olivos. Un precioso packaging que fue reconocido con la Medalla de Bronce al Mejor Diseño Innovador en los EVOOLEUM Packaging Awards 2024.

“Buena salud y buenas emociones son dos de las mayores bendiciones de la vida”

(Publilio Siro)



Jaramagos, sostenibilidad y diseño

“El mayor patrimonio de un agricultor es el suelo, la tierra, la quintaesencia de su herencia, presente y legado”. Es lo que se puede leer en el precioso estuche de cartón reciclado de *Jaramagos BIO* -adornado con detalles artesanales como un sello de lacre y un ramillete de flores secas de jaramago-, un coupage ecológico Premium de cosecha temprana y edición limitada -con botellas numeradas- de aceitunas arbequinas con un toque de hojiblanca, recolectadas de manera tradicional con el máximo respeto y molturadas a la mayor brevedad. Resultado de la “armonía entre todos los seres vivos que forman el bosque”, en su degustación se perciben infinidad de sensaciones que evocan recuerdos de sabores escondidos desde la niñez. “Pese a no inventarlo, el término jaramagos nace en casa. Y es que, con el advenimiento de la primavera, cumplido un año desde que nació el proyecto, el montaraz jaramago y su flor se hicieron con la pradera, inundando de oro el campo, como salido de la paleta de un pintor, y dando vida a millones de insectos que se convirtieron en relevantes actores dentro del guión de nuestro olivar ecológico, escribiendo el primer capítulo de la recuperación de la diversidad”, señalan desde la empresa propiedad de la familia Yamuza Magdaleno, Yamandalus, S.L. Su diseño de packaging, a cargo de Al Margen Branding & Packaging y galardonado con un Premio Liderpack 2024 en la categoría Premium Pack, está inspirado en primigenias tipografías góticas de libros

“Sin tierras y olivares, ¿qué sería de las ciudades?”

(Popular)

antiguos junto a una ilustración original del jaramago, la planta más sencilla que puebla el olivar y alimenta su biodiversidad, conectando con los valores de producto natural y ecológico. Un ecodiseño con estética botánica *vintage* que cuida y respeta el medio ambiente a través de impresiones que no manchan en exceso la superficie del papel, materiales reciclables como la original botella de vidrio o su etiqueta en papel procedente en un 80% de fibras recicladas.





vetrolatino

llame al +39 0744 441049

escribir a info@vetrolatino.com

www.vetrolatino.com



NOVEDADES Y LANZAMIENTOS

Hergaoliva presenta su virgen extra ecológico certificado *AOVE Del Olivo* y la nueva imagen de su *AOVE con Orgullo*



La familia García Aguilar produce, envasa y distribuye aceites de oliva vírgenes extra de gran calidad procedentes de sus olivares bañados por las aguas del río Genil, cuidando con mimo todo el proceso del olivar a la mesa. Su nuevo AOVE ecológico certificado, un monovarietal de hojiblanca, supone una clara apuesta por la sostenibilidad, la excelencia y el compromiso con la tierra y el mundo rural. Presentado en dos formatos, vasija de 700 ml. y lata de 2,5 l., ambos se pueden adquirir tanto en la tienda situada en la localidad de Palenciana, en plena Subbética Cordobesa, como en la tienda *on line* aovedelolivo.com. La vasija es una pieza de artesanía diseñada a medida y acabada con una pintura a mano que representa la esencia de la marca. El material elegido es gres porcelánico, una cerámica de pasta compacta y dura, coloreada y no porosa, que permite mantener la temperatura ideal del producto y, al ser opaca, protegerlo de la

luz, pudiendo disfrutar de todas sus propiedades organolépticas desde la primera hasta la última gota. Por otra parte, la empresa ha presentado la nueva imagen de su línea *AOVE con Orgullo*, una edición limitada con la que fue pionera en 2020 al lanzar un virgen extra con motivo del Día Internacional del Orgullo LGTBIQ+ que se celebra cada 28 de junio. El nuevo diseño, en el que dos personas se funden en un poderoso abrazo con la bandera del colectivo LGTBIQ+, ha corrido a cargo de 82 consejos Comunicación & Marketing, más concretamente del ilustrador Alberto Burgos, creador de las ilustraciones *Trendibujos*, con las que denuncia las injusticias y defiende el apoyo a la diversidad en sus redes sociales. 🍯



Disfruta de la naturaleza con *Garden Olive*, la nueva colección de AOVes de Nobleza del Sur

Comprometidos con el medio ambiente, en Aceites Nobleza del Sur respetan el ciclo de la vida mediante la utilización de packaging sostenibles y reutilizables. Su nuevo estuche *Garden Olive* contiene una selección de cuatro AOVes de cosecha temprana -en formato de lata de 250 ml.- y un pack de semillas que permite crear en casa un “mini huerto” de plantas aromáticas. Un producto innovador, sostenible, responsable y reciclable en su totalidad que invita a “recargarse de vitalidad y conectar con la naturaleza” reutilizando las cuatro latitas y plantando el pack de semillas de albahaca, cilantro, orégano y tomillo. 🍯



Verde Íbero, AOVE con cultura

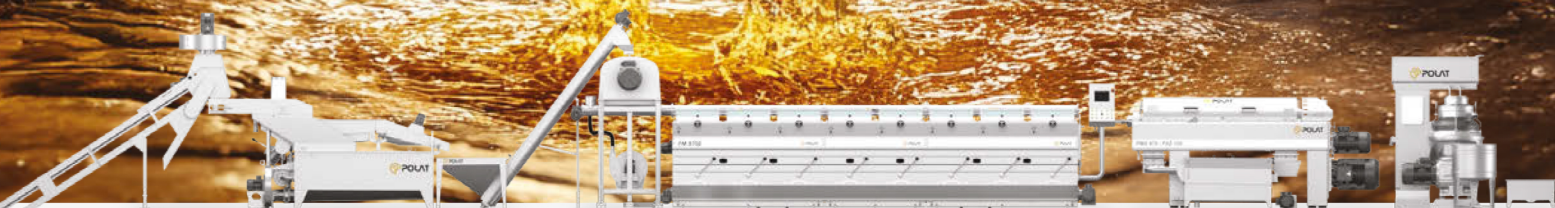
Verde Íbero es una colección de exquisitos monovarietales de cosecha temprana y producción artesanal -picual, picual ecológico, picual sin filtrar, arbequina, frantoio y royal- que surge de la ilusión por aunar la tradición olivarera jiennense con la innovación tecnológica. Situada en Peal de Becerro, a los pies de la Sierra de Cazorla, y con una capacidad de 2.500 kg./hora, la microalmazara Campos de Jaén de Aceites Verde Íbero se ha diseñado minuciosamente para controlar todas

las etapas del proceso de producción, en busca de obtener la mayor calidad posible: utilización de acero inoxidable y bandas alimentarias, extracción en frío y sistema de enfriamiento, filtrado a través de placas de celulosa para no deteriorar el producto, almacenamiento en bidones nitrogenados, etc. De esta manera, la empresa garantiza la excelencia del *oro verde* procedente de su olivar tradicional de montaña -sometido a analíticas periódicas-, amparado por el sello de calidad de la IGP Aceite de Jaén. A destacar su elegante packaging, caracterizado por el minimalismo y la utilización de materiales biodegradables y reciclables, reafirmando su firme compromiso con la sostenibilidad. 🍯



POLAT ESTÁ EN EL CORAZÓN DE LA VIDA

Estamos en el corazón de la vida con todo el equipo necesario para su proceso de producción de aceite de oliva y nuestros diseños modulares adaptados para el aumento de capacidad.



Tecnología De Centrifugación Y Extracción

● www.polatas.com.tr

● +90 850 255 1978

 **POLAT**®



Pintarré, AOVE ecológico y temprano de Sierra Mágina



Nacido en 2014, *Pintarré* es un AOVE ecológico Premium de recolección temprana que debe su nombre a una de las fincas de olivar de la familia Lorite en Torres (Jaén), en el territorio amparado por la DOP Sierra Mágina. Elaborado exclusivamente con aceitunas de la variedad picual, en su cultivo se aplican las directrices de la agricultura ecológica, entre ellas el manejo de la cubierta vegetal sólo con ovejas o la colocación de cajas-nido para que aniden las aves insectívoras y así evitar plagas. Su catálogo comprende tres gamas de AOVEs, presentados en botella de cristal de 500 y 700 ml. con tapón dosificador exento de bisfenol A: *Pintarré Verde* y *Pintarré Envero*, dos vírgenes extra de edición limitada y numerada con DOP Sierra Mágina obtenidos de frutos recogidos en los primeros y últimos días de octubre; y *Pintarré Rama*, otro AOVE temprano en este caso sin filtrar que destaca por su elevado nivel de polifenoles. Además, la empresa produce, envasa y comercializa mermelada de AOVE, miel, crema de miel, jalea real, polen, crema de avellanas y cacao con AOVE y chocolate negro ecológico. Todos ellos están disponibles exclusivamente en tiendas de productos ecológicos y gourmet o en la web www.campoantano.com.



Squizz, biberones de AOVE de diseño para crear tendencia

Con el ánimo de impulsar una nueva tendencia de consumo procedente de EEUU, Acesur ha lanzado al mercado *Squizz*, una nueva marca de biberones de AOVE de diseño que apuesta por un estilo desenfadado y lúdico sin descuidar la calidad. Respaldada por *Coosur*, uno de los líderes en envasado de aceite de oliva virgen extra en España, *Squizz* llega a España tras una fuerte inversión acometida en dos vertientes distintas: la industrial, en líneas de envasado adaptadas a estos formatos con depósitos específicos para la mejor conservación del producto y altos niveles de sensorización en todas las fases del proceso para cuidar cada detalle; y la de comunicación y marketing, con el lanzamiento de una web y redes sociales como primer paso para crear un universo en el que *Ali* y *Teo*, los personajes que se identifican con los dos productos de la marca, crearán una comunidad. *Squizz* es una onomatopeya en la que la *i* está invertida, transformándose en exclamación, en un logo con formas irregulares y una forma de comunicar que conectará con un consumidor joven y al día de las tendencias actuales que pueda ejercer como prescriptor de la marca. Si *Squizz Aliño* es un picual temprano de Jaén con elevado picor y amargor y un frutado equilibrado, antojándose la opción perfecta para ensaladas, pastas, arroces, pizzas, tostadas, salsas o aliños; *Squizz Salteo* destaca por su versatilidad y frutado, siendo ideal para plancha o sartén, freidora de aire, carnes, barbacoa, salteados o *wok*. Ambas referencias cuentan con tapón regulable para disfrutar en cada momento de la cantidad que se prefiera.



Aceite los Robledos, tradición, calidad y sabor en cada gota desde 1843

La de Aceite los Robledos es la historia de un legado familiar transmitido de generación en generación cuyos orígenes se remontan a 1843, durante el reinado de Isabel II, y que comienza en la centenaria finca Los Robledos, situada en Santisteban del Puerto (Jaén), donde los olivos son cultivados siguiendo prácticas sostenibles. Tradición, pasión y respeto por la naturaleza y el medio ambiente se unen para dar vida a un monovarietal temprano de picual de intenso sabor frutado y lleno de matices, con notas verdes que recuerdan a la hierba recién cortada, el tomate y la almendra verde. Ideal tanto para los amantes de la alta gastronomía como para quienes buscan incorporar productos saludables y de calidad a su cocina diaria, cada botella

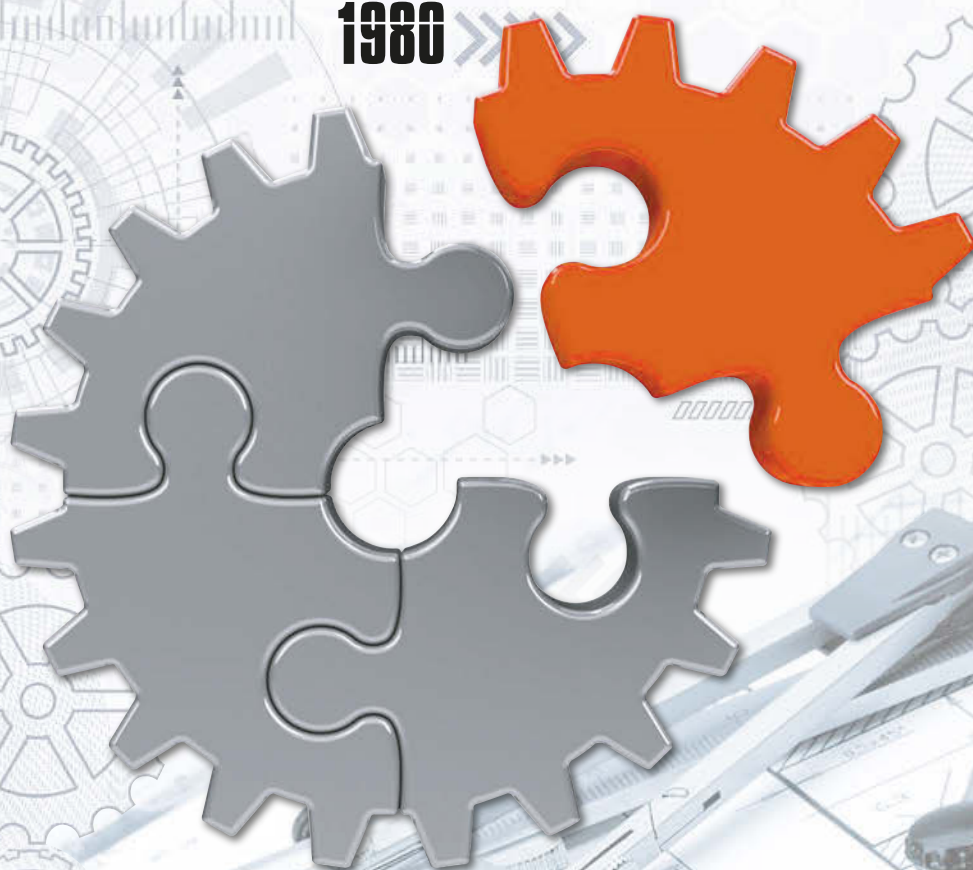
encapsula el esfuerzo y dedicación de cuatro generaciones de olivereros y representa un homenaje a la riqueza del Mediterráneo. Su moderno diseño de packaging, obra de Al Margen Branding & Packaging, apuesta por una imagen limpia y minimalista que pone el foco en los detalles y acabados, transmitiendo elegancia y exclusividad, al tiempo que conserva la identidad histórica de la marca de una forma innovadora. En la botella de 500 ml. de color verde claro destacan las dos etiquetas sobrepuestas, una blanca -con una decoración de líneas y siluetas de ramas de olivo realizada con la técnica del golpe en seco y acabados en *stamping* color oro- y otra en color verde oscuro que funciona como un sello, con la silueta de Isabel II en *stamping* oro.





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



AgroBank



macho



Madrid celebra la excelencia del AOVE en

La Gala EVOOLEUM



Espacio Rastro Madrid acogió el pasado 10 de diciembre la Gala de entrega de los Premios Internacionales a la Calidad del Aceite de Oliva Virgen Extra EVOOLEUM Awards, consolidada como la “Gran Fiesta Mundial del AOVE”. El glamoroso y exclusivo evento contó con la presencia de destacados productores nacionales e internacionales provenientes de países como Italia, Portugal, Grecia, Turquía, Israel, Croacia, Marruecos o Brasil. En esta edición, el Premio al Mejor AOVE del Mundo fue para el AOVE manchego *Dehesa el Molinillo Coratina*; mientras que los Premios Embajador del AOVE fueron otorgados al cómico Leo Harlem y al chef y empresario Javier Bonet (Sala de Despice y Sala Cero).

[Texto: Pandora Peñamil Peñafiel]

El evento, patrocinado por CaixaBank, Caja Rural de Jaén, Barcelona y Madrid, Peralisi, Kubota, Grupo Macho, Ayrta y Autelec Tecnología, fue conducido un año más por Cristina Villanueva, presentadora de “Noticias Fin de Semana de LaSex-

ta”, y congregó también a una amplia representación del sector oleícola y oliviero tanto nacional como internacional, así como a periodistas gastronómicos y chefs del panorama madrileño.

La inauguración corrió a cargo de Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei y editor de la *Guía EVOOLEUM*,

que felicitó a todos los galardonados y alabó el comportamiento de los consumidores “que han dicho *SÍ* al aceite de oliva virgen extra, que es lo mismo que decir *SÍ* a la salud, a la calidad, a la gastronomía, a la cultura, a la tradición y a la innovación”.

Por su parte, Cristina de Toro, directora general de Industrias, Innovación



Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei y editor de la *Guía EVOOLEUM*, durante su intervención.

y Cadena Agroalimentaria de la Junta de Andalucía, destacó que “casi el 40% de los 100 mejores aceites de oliva vírgenes extra es andaluz, lo que supone una prueba irrefutable de la calidad de la producción de nuestra Comunidad”.

Asimismo, José Miguel Herrero, director general de Alimentación del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, resaltó que “la altísima calidad de los AOVEs españoles está reconocida en esta Guía” y subrayó que “donde hay olivar hay riqueza, hay vida, hay actividad económica en los pueblos y dinamismo exportador”.

A la cita también acudieron Rafael García González, viceconsejero de Medio Ambiente, Agricultura y Ordenación del Territorio de la Comunidad de Madrid; Andrés Lorite, vicepresidente primero de la Diputación de Córdoba; Ma-

rian Aguilar, tercera teniente de Alcalde del Ayuntamiento de Córdoba; y Antonio José Arenas Casas, vicerrector de Formación Continua, Empleabilidad y Emprendimiento de la Universidad de Córdoba.

En esta Gala se entregaron los Premios EVOOLEUM al Mejor de Cada Categoría, así como los Premios del TOP20 AOVEs de Producción Limitada (para pequeños productores), los galardones a los mejores diseños de packaging (EVOOLEUM Packaging Awards); y el TOP10 de los AOVEs más saludables del mundo. Sin olvidar el Premio a la Mejor Mujer Productora, que recibió Consoli Molero, maestra de almazara, gerente y responsable de producción de la Cooperativa Oliverera de Valdepeñas (COLIVAL); y el Premio al Mejor Maestro de Almazara de AEMODA que recogió Carlos García Caracuel, jefe de Bodega de Almazaras de la Subbética.

The Best of the best

Si la pasada edición de los Premios Internacionales a la Calidad del Aceite de Oliva Virgen Extra-EVOOLEUM Awards aupaba al Olimpo de los mejores AOVEs del mundo a un zumo sudafricano, en esta novena convocatoria del concurso privado más importante del mundo el triunfador absoluto -EVOOLEUM ABSOLUTE BEST- ha sido un AOVE



Cristina de Toro, directora general de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria de la Junta de Andalucía destacó el protagonismo de los AOVEs andaluces en este certamen.



José Miguel Herrero, director general de Alimentación del MAPA, resaltó la altísima calidad de los AOVEs españoles.

español, *Dehesa el Molinillo Coratina* (97 puntos sobre 100), un monovarietal manchego de la empresa Nortia Agrícola, S.A. procedente de un ecosistema que abarca 4.200 ha. situadas a 750 metros de altitud entre Toledo y Ciudad



Real, al abrigo de los Montes de Toledo y el Parque Nacional de Cabañeros.

Junto a Dehesa el Molinillo Coratina, el podio lo completan, ambos con 96 puntos, Rincón de la Subbética -uno de los que nunca falla-, un monovarietal hojiblanco nacido en las Sierras Subbéticas cordobesas; y el italiano Guglielmi Monocultivar Coratina -otro de los clásicos de EVOOLEUM-, de Guglielmi Saverio, S.n.c.

Hasta 11 países cuentan con representación en el TOP100 de EVOOLEUM Awards 2024 (España, Italia, Turquía, Portugal, Croacia, Francia, Túnez, Marruecos, Brasil, Grecia e Israel), 10 de ellos pertenecientes a la Cuenca Mediterránea. A pesar de acumular dos campañas consecutivas de baja producción debido a las inclemencias meteorológicas, España, el mayor productor mundial de aceite de oliva, coloca nada menos que 59 AOVEs -de ellos 37 andaluces, y seguida a gran distancia por Italia, con 19- en un TOP100 en el que figuran 32 zumos ecológicos y otros 34 con Denominación de Origen Protegida (DOP).

Embajadores del AOVE

Por su parte, los Premios Embajador del AOVE recayeron en Javier Bonet, artífice de Sr. Bonet, compuesto por la



José María Penco, director del Concurso EVOOLEUM, dirigió una cata del TOP10 de EVOOLEUM a los periodistas y chefs asistentes a la Gala.

cantina Patrón Lunares en Palma de Mallorca y los restaurantes de tapeo y cocina vista Sala de Despiece y Sala Cero, auténticos espacios de referencia en Madrid; y Leo Harlem, cómico, actor

y presentador que ha participado en exitosos programas de TV como *"La noche D"*, *"La hora de José Mota"* y *"Se hace saber"* de TVE; *"El Club del Chiste"* y *"Me Resbala"* de Antena 3; *"Sé lo que hicisteis"* y *"Zapeando"* de La Sexta; o *"Leo Talks"* de Movistar.





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



El chef Javier Bonet recogió el trofeo Embajador del AOVE en Restauración.

Durante su intervención, Bonet agradeció este reconocimiento y anunció que llevará la promoción del AOVE a Reino Unido, donde abrirá próximamente su nuevo restaurante, Sala de Despiece Londres.

A su vez, Leo Harlem agradeció de forma jocosa su galardón, asegurando que le parece “alucinante que nos estemos dando cuenta de lo importante que es el aceite de oliva en 2024”. Además, reincidió en la idea de crear, no sólo un Ministerio del Aceite de Oliva, sino embajadas por todo el mundo para “luchar contra la tristeza gastronómica del resto del mundo”.



El cómico Leo Harlem recibió el trofeo Embajador del AOVE.



La Gala finalizó con un cóctel de Ménage à Tres maridado con los 7 AOVEs españoles del TOP10 de EVOOLEUM: *Dehesa el Molinillo Coratina, Rincón de la Subbética, LOA 77, Oleum Hispania Nature Premium Pajarera, Valdenvero Hojiblanco, O.Live Ecologic y Ma'Sarah Lecciana*.

La Gala finalizó con un cóctel maridado con los 7 AOVEs españoles del TOP10 de EVOOLEUM.



Guía EVOOLEUM 2025

Con una periodicidad anual, la *Guía EVOOLEUM 2025* -bilingüe castellano/inglés-, se puede adquirir en la web www.evooleum.com. Asimismo, se distribuye a más de 2.000 restaurantes con estrella Michelin y a todos los incluidos en *The World's 50 Best Restaurants*; así como a consultores gastronómicos, escuelas de cocina, resorts de oleoturismo y tiendas gourmet. Una publicación única que, gracias a su éxito entre chefs y foodies, se ha convertido en la más influyente a nivel mundial: un manual del aceite de oliva accesible y práctico, una pieza de coleccionista que no puede faltar en ninguna biblioteca. 🟡



CONTROLA LA ENTRADA DE ACEITUNAS
EN TU ALMAZARA CON NUESTRAS

BÁSCULAS PARA RECEPCIÓN DE ACEITUNA

PRECISIÓN | EFICIENCIA | RENTABILIDAD

BÁSCULA PUENTE
PESA CAMIONES

INDICADOR DE AUTOSERVICIO
MC-SELFEST

GRAN BÁSCULA PARA TOLVAS DE ACEITUNA
CONTÍNUA AUTOMÁTICA

BÁSCULA DE ACEITE
OLIVA 3D PRO

Aumenta la productividad y el rendimiento
de tu almazara

Contáctenos

+351 253 606 590 | geral@barcelbal.com | www.barcelbal.com





Photocall Gala EVOOLEUM 2025

Así posaron en el Photocall algunos de los invitados a la Gala EVOOLEUM 2025...







El X Simposio Nacional de Olivicultura reúne a expertos ibéricos en Bragança



Investigadores ibéricos del sector del olivar y del aceite de oliva se dieron cita en el X Simposio Nacional de Olivicultura, que tuvo lugar en el Instituto Politécnico de Bragança (IPB) en Portugal del 23 al 25 de octubre de 2024. El encuentro contó con 150 participantes de Portugal, España, Brasil y Túnez, entre ellos académicos, olivicultores, técnicos, estudiantes, críticos gastronómicos, nutricionistas, médicos, farmacéuticos y políticos.

[Texto: Nélia Silva, revista@aphorticultura.pt]

El tema central de este evento puso el foco principalmente en las condiciones actuales del cultivo del olivo, ante un escenario de cambio climático, con severas sequías y calor extremo que han provocado importantes caídas en la producción. Así, se abordaron algunas temáticas relativas a las estrategias puestas en marcha, y a la aplicación de prácticas, tecnologías y métodos innovadores en la producción de aceitunas y aceite de oliva, con el objetivo de hacer la olivicultura más sostenible en términos ambientales, económicos y sociales.

El programa incluyó 109 comunicaciones técnico-científicas (76 carteles, 29 orales y cuatro sesiones plenarias)

bajo cuatro áreas temáticas: “Conservación y valorización de recursos genéticos”; “Gestión del olivar y sostenibilidad”, “Tecnología de productos del olivar” y “Olivicultura, economía circular y valorización”.

“El Simposio Nacional de Olivicultura se reafirmó como un espacio privilegiado de debate y valoración del sector oleícola nacional en un momento en el que es imprescindible implementar estrategias que garantizan el mantenimiento de la productividad del olivar y donde la sostenibilidad está en el centro de atención”, afirmó Nuno Rodrigues, vicepresidente de Olivicultura de APH y presidente del comité organizador.

Este evento es una iniciativa de la Associação Portuguesa de Horticultura

(APH) y contó en esta décima edición con la colaboración de IPB y la Associação dos Produtores em Protecção Integrada de Trás-os-Montes e Alto Douro (APPITAD).

Valorizar las variedades tradicionales de aceituna

Teniendo en cuenta que el 75% de la superficie olivarera de Portugal está formada por olivares de secano de variedades tradicionales, resulta fundamental estudiar, conservar y valorar estos recursos genéticos que dan lugar a aceites de oliva diferenciados genuinamente portugueses.

Un consorcio, liderado por la empresa biotecnológica DEIFIL, presentó el proyecto de investigación *MiOlive3*



Apertura del Simposio.

que utiliza la biotecnología para desarrollar plantas de olivo a partir de variedades tradicionales con características mejoradas. Los investigadores utilizan el cultivo *in vitro* para la micropropagación de plantas, realizan micro-injertos para asegurar el vigor de las plantas en campo y aplican bioestimulantes a base de microorganismos micorrízicos, con el objetivo de obtener plantas de olivo más resilientes y mejor adaptadas a diferentes sistemas de producción, ya sean tradicionales, en copa o en seto.

La gestión del olivar con vistas a la sostenibilidad económica y ambiental es crucial para el futuro del sector y el Simposio presentó varias contribuciones en este sentido.

La solución para controlar las enfermedades del olivar puede estar en la propia naturaleza, según demostró Paula Baptista, investigadora del Centro de Investigação de Montanha do Instituto Politécnico de Bragança (CIMO-IPB). La investigadora estudia los microorganismos endófitos (hongos y bacterias beneficiosos) que habitan de forma natural en los tejidos del olivo, así como los metabolitos que producen, y ha identificado algunos que, aislados y aplicados en olivos enfermos, reducen la incidencia y gravedad de la antracnosis y la tuberculosis, dos de las principales enfermedades del olivar.

La olivicultura de precisión permite reducir costes, disminuir el impacto ambiental de las aplicaciones de fertilizantes y pesticidas químicos sintéticos y ayuda en la gestión eficiente del uso del agua en riego. Las herramientas tecnológicas a disposición de los agricultores son numerosas: desde estudiar la conductividad eléctrica aparente del suelo, antes de plantar el olivar, hasta definir los sectores de riego; el uso de sondas de monitorización de la humedad del suelo y de imágenes CWSI (*Crop Water Stress Index*) para una gestión diferenciada del riego a nivel de olivo; o incluso el uso de trampas digitales para el seguimiento automático de plagas. Sin embargo, es urgente formar a los profesionales del sector para que el uso de estas tecnologías sea accesible a todos los sistemas de producción, desde el pequeño olivar tradicional hasta el gran olivar en seto, según advirtió Francisco Mondragão Rodrigues, investigador de la Escola Superior Agrária do Instituto Politécnico de Portalegre.



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



Para ver las determinaciones
acreditadas en otros aceites
vegetales, consultar nuestro
Alcance Técnico.

OTROS ACEITES VEGETALES



ANÁLISIS DE CONTAMINANTES



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.

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).**



Inteligencia Artificial en el olivar y la almazara

La Inteligencia Artificial puede ser un aliado para los olivicultores en momentos cruciales de la gestión del olivar. El investigador Hélder Fraga, de la Universidad de Trás-os-Montes y Alto Douro, presentó una herramienta que desarrolló para predecir la producción de aceituna en la fase inicial, basada en modelos de aprendizaje automático (algoritmos no lineales) que relacionan la producción de aceituna con la concentración de polen del olivar, la temperatura y la precipitación.

En la almazara, la Inteligencia Artificial promete ser una valiosa ayuda para mejorar el proceso de extracción y la calidad del aceite de oliva. Investigadores de CIMO-IPB y de la Universidad de Minho desarrollaron un método para almazaras de generación 4.0 que identifica y cuenta las aceitunas en cinco estados de maduración en tiempo real cuando se reciben en la almazara. Esta tecnología utiliza algoritmos de aprendizaje profundo y se ha demostrado que tiene una precisión del 76%, contribuyendo potencialmente a la separación inteligente de las aceitunas y a la consiguiente mejora de los parámetros de extracción del aceite de oliva.

Las almazaras 5.0 van un paso por delante, presuponiendo una mayor colaboración y comunicación entre humanos y máquinas, y el uso de tecnologías que mejoren la calidad de la labor de los trabajadores y hagan más sostenible el proceso de extracción del aceite de oliva, con menos consumo de energía y agua y, por tanto, menos residuos de la producción en el molino. “Con el uso de sensores, la toma de decisiones inteligente basada en Inteligencia Artificial y la actuación automática en tiempo real, hemos conseguido optimizar todo el proceso de extracción del aceite de oliva”, explicó José María Penco, director de la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO).

Economía circular y créditos de carbono

La valorización de los subproductos generados a lo largo del proceso de ex-



AOVE de honor del Simposio.



tracción del aceite de oliva fue otro de los temas tratados. Varios autores presentaron soluciones para nuevas aplicaciones de estos subproductos, como la reutilización para producir biomasa, energía, cosméticos e incluso fertilizantes, reduciendo residuos, generando una economía circular y promoviendo la sostenibilidad.

La economía circular a través de la valorización de subproductos del proceso de extracción del aceite de oliva fue el tema de una de las sesiones del Simposio. José Antonio La Cal, investigador de la Universidad de Jaén (UJA) y fundador de la empresa Bioliza, presentó una tecnología emergente para la valorización del residuo seco de orujo de oliva: la gasificación. El producto que se obtiene mediante este proceso es el biogás, llamado gas de síntesis, que puede utilizarse para generar energía térmica, electricidad, hidrógeno verde y metanol.

El mercado voluntario de carbono podría resultar una oportunidad para el sector olivarero, ya que los créditos de carbono generados en el olivar servirían como complemento a los ingresos de los productores. Assunção Cristas, profesora de la Facultad de Derecho de la Universidad de Nova, socia del despacho de abogados Vieira de Almeida Associados y ex ministra de Agricultura de Portugal, explicó la legislación aplicable y lo que está en juego para las empresas.

El reciente decreto-ley nº4/2024 regula el mercado voluntario de carbono en Portugal, sin embargo, las metodologías para su funcionamiento aún no se han definido y cada subsector puede presentar metodologías para su validación a la Agencia Portuguesa de Medio Ambiente. “Es una oportunidad para que el sector olivarero se organice y tome la iniciativa. La adicionalidad fi-



El director de AEMO, José María Penco.



Mesa redonda sobre el aceite de oliva como elemento funcional.

nanciera es un obstáculo en el caso del superintensivo, pero en el caso de los olivares tradicionales, más extensivos, puede ser un complemento de ingresos para los olivareros”, afirmó la abogada, al tiempo que explicó que “es preciso mirar la tipología de olivar y saber si habrá adición física desde el punto de vista del secuestro de carbono”.

El Simposio debatió también el tema de “Percepción de sostenibilidad y va-

lorización en el sector del aceite y de la aceituna”, una mesa redonda que constató la necesidad de crear sinergias entre los diferentes eslabones de la cadena de valor del olivar y del aceite de oliva para transferir conocimientos que generen innovación, concretamente desde los académicos al sector productivo, y de los técnicos a los olivicultores, a través de un lenguaje adecuado a cada público objetivo. Y, no menos importan-

te, queda mucho trabajo por hacer en la promoción del aceite de oliva, a partir de comunicar sus virtudes gastronómicas y sus beneficios para la salud.

“El ácido oleico es beneficioso para la salud, pero hay otras grasas vegetales, como el aceite de colza y el aceite de girasol, que también lo tienen en su composición. Por tanto, la diferenciación del aceite de oliva radica en sus componentes minoritarios que son indicadores de

Vitroval
ENVASES DE VIDRIO - GLASS PACKAGING

La solución en packaging para tu aceite.
Tu proveedor **de confianza.**

+34 962 208 001 | comercial@vitroval.com
www.vitroval.com



su autenticidad físico-química, como los alcoholes terpénicos, los esteroides, los carotenos o los compuestos fenólicos, entre otros”, explicó José María Penco.

El aceite de oliva como elemento funcional

La segunda mesa redonda del Simposio se centró en el aceite de oliva como elemento funcional. Miguel Costa, médico de la Unidad Hospitalaria Macedo de Cavaleiros, afirmó que existen derivados del aceite de oliva que se utilizan para controlar diversas neoplasias y señaló que numerosos artículos científicos han comprobado los beneficios del aceite de oliva en la prevención de demencias, enfermedades cardiovasculares y diabetes. Ingerir dos cucharadas de aceite de oliva al día (25 gramos) es, en opinión de la investigadora del IPB Vera Lebres, suficiente para obtener beneficios para la salud.

Susana Casal, investigadora de la Facultad de Farmacia de la Universidad de Oporto, sugirió invertir en la producción de suplementos alimenticios a base de aceite de oliva: “Si vamos a la farmacia a comprar aceite de hígado de bacalao, podríamos tener otra línea de suplementos que nos aporte el potencial nutracéutico del aceite de oliva”.

Miguel Costa destacó la necesidad de “evolucionar del conocimiento nutricional a la alfabetización nutricional, es decir, hay que enseñar a los niños que les guste el aceite de oliva y saber utilizarlo”.

José Alberto Pereira, coordinador científico de CIMO-IPB, consideró que “tenemos que valorar lo nuestro, nuestras variedades de aceituna, y mirar el aceite de oliva como un elemento que nos une. Porque un buen aceite de oliva pasa a un nivel superior en cualquier plato, y sirve para reforzar aquello que es nuestro”.

La clausura contó con la presencia del secretario de Estado de Agricultura del Gobierno de Portugal, João Moura, que elogió la enorme calidad del trabajo de investigación realizado en institutos y universidades públicas, trasladando a la organización del Simposio que “el Ministerio de Agricultura tiene abiertas sus puertas en materia de cooperación”.



Clausura del Simposio.



Visita a la Cooperativa de Olivicultores de Valpaços.



El presidente del IPB, Orlando Rodrigues, afirmó que “estos días fueron esclarecedores sobre el dinamismo de la comunidad científica en el sector oleícola” y agradeció al Instituto Politécnico de Bragança por su realización.

La presidenta de la Associação Portuguesa de Horticultura, Ana Cristina Ramos, anunció que la 11ª edición del Simposio Nacional Oleícola está prevista para 2026 y el presidente de APPITAD, Francisco Pavão, concluyó afirmando que “fueron tres días extraordinarios de simposio internacional. Estamos listos para seguir trabajando por este sector”.

Visitas técnicas

El Simposio finalizó con visitas técnicas a la Cooperativa de Olivicultores de Valpaços (Valpaços) y Casa de Santo Amaro (Suções, Mirandela).

La Cooperativa de Olivicultores de Valpaços cuenta con 2.000 oleicultores asociados, recibe una media de 13 mi-

llones de kilos de aceitunas al año de toda la región de Trás-os-Montes, en el norte de Portugal, y extrae 2 millones de litros de aceite de oliva. Sus aceites de oliva de la marca *Rosmaninho* se derivan de las variedades de aceituna portuguesas cordovil, madural, verdeal y cobrançosa. Además, es el mayor productor de DOP Azeite de Trás-os-Montes y fue pionera en la producción de aceites monovarietales en Portugal. La cooperativa bonifica a los socios que entregan la aceituna anticipadamente, pagando un extra de 1 euro/litro de aceite de oliva extra en las dos primeras semanas de la campaña y 0,50 euros/litro en la tercera y cuarta semana. El objetivo es obtener aceites de oliva de calidad superior.

Por su parte, Casa de Santo Amaro, situada en Suções (Mirandela), cuenta con 160 hectáreas de olivar, de las cuales cerca de 50 hectáreas corresponden a olivos centenarios. Predomina la variedad co-



Visita a Casa de Santo Amaro.

brançosa, a la que se suman verdeal, madural, negrinha de Freixo y transmontana.

Todo el olivar es de secano y el 50% de la superficie está certificada en producción ecológica, el resto en PRODI.

La almazara funciona con el antiguo sistema de molino de piedra y, además de su propia producción, entre 60.000 y 70.000 litros de aceite de oliva/año,

elabora aceitunas de otros olivicultores de la región. Esta empresa se centra en la producción de aceites de oliva monovarietales y *blends* cuidadosamente seleccionados.

El X Simposio Nacional de Olivicultura contó con el patrocinio y apoyo de las siguientes entidades: Ascenza-Selectis, Deiba, Fitolivros, Hubel Verde, Rovensa

Next, BASF, BLC3 Campus de Tecnologia e Inovação, Syngenta, Tarazona Agrosolutions, Agromillora, Biothermic-Coprax, Deifil, Joao Violas Filho, José Manuel Gomes dos Santos Lda, Lainco, Magos Irrigation Systems, SMC Agro, Conservatório de Música e Dança de Bragança, Junta de Freguesia de Santulhão e Mo Freita. 🍷



EXCLUSIVE SPONSOR



INTERNATIONAL EXTRA VIRGIN OLIVE OIL COMPETITION

OVIBEJA  AWARD

REGISTRATION AND SAMPLE DELIVERY UNTIL MARCH 28TH TO:

Casa do Azeite Associação Do Azeite de Portugal
Rua Pinheiro Chagas, nº17, 4º Esq. 1050-174 Lisboa | Portugal
Telephone: (+351) 21 384 18 10 **Email:** geral@casadoazeite.pt

🍷 OVIBEJA

WWW.AZEITE-OVIBEJA.PT



Miles de visitantes y un centenar de empresas se dan cita en la XI Fiesta del Primer Aceite de Jaén



La ciudad de Andújar acogió los días 9 y 10 de noviembre la XI Fiesta del Primer Aceite de Jaén en la que participaron un centenar de empresas oleícolas de la provincia jiennense -93 almazaras y cooperativas y siete firmas relacionadas con la cosmética del aceite y la madera del olivo- y que albergó un amplio programa de actividades, entre ellas catas, demostraciones, visitas guiadas, actuaciones musicales y talleres infantiles.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

El diputado de Promoción y Turismo, Francisco Javier Lozano, resaltó que “desde la Diputación de Jaén destacamos un más que positivo desarrollo de esta edición y el importante impacto económico que ha tenido esta muestra al contar con una altísima participación y afluencia de visitantes”. En esta línea, Lozano subrayó “la presencia de miles de visitantes en la XI Fiesta del Primer Aceite de Jaén procedentes de la provincia y de fuera de la misma”. De igual forma, incidió en el papel que han jugado los distintos stands instala-

dos para la promoción y venta de aceite temprano. “Esa asistencia multitudinaria ha hecho que la parte más importante de esta feria, como es la venta de AOVE, se haya visto muy reforzada. Podemos hablar de miles de botellas de aceite de recolección temprana vendidas en esta Fiesta del Primer Aceite”, detalló.

El acto institucional de inicio de la fiesta contó con la presencia del presidente de la Diputación de Jaén, Francisco Reyes, quien subrayó que “un año más nos congregamos en torno a nuestro producto estrella y a la milenaria cultura del olivo, de la que nuestra tierra es referente mundial”.

Este evento se ha convertido “en una cita imprescindible y muy esperada tanto por el sector oleícola jiennense como por el turístico y aquí mostramos la esencia de lo que somos, de esa sangre verde que corre por las venas de nuestra provincia, de ese oro líquido que nos distingue y que, hoy por hoy, nos sitúa como referentes de la producción del aceite de oliva de máxima calidad”, remarcó.

En este acto institucional -en el que también intervinieron el alcalde de Andújar, Francisco Carmona, y el delegado del Gobierno andaluz en Jaén, Jesús



Acto institucional durante la primera jornada de la fiesta.

vez más clara y evidente por parte del sector". Este viaje hacia la calidad que comenzó hace algo más de una década "ha sido, sin duda, exitoso, porque hoy en día en todas las comarcas jiennenses y, en prácticamente todos los municipios, se producen AOVEs tempranos selectos". Al respecto, detalló que "cada vez son más las cooperativas y almazaras que se deciden a adelantar la recolección para recoger los 70 millones de olivos que tapizan toda la geografía provincial, de los que salen los mejores aceites de oliva vírgenes extra".

El pregón de la fiesta corrió a cargo del cómico y presentador jiennense David Broncano, mientras que también se nombró embajador de la misma al chef Enrique Sánchez.

Reyes reconoció y agradeció el vínculo de David Broncano con Jaén, también con Orcera, que "lleva a gala en su programa, y toda la promoción que hace de su tierra, de nuestra tierra, y de uno de sus productos más emblemáticos: el

Estrella-, el presidente de la Diputación recordó que es la segunda vez que esta fiesta recalca en la ciudad andujareña. "Volvemos a Andújar ocho años después de que celebráramos aquí la tercera edición en 2016, un tiempo en el que se

ha consolidado esta muestra de aceites tempranos, que ha crecido, ha mejorado y es el mejor reflejo del progreso que ha experimentado el propio sector".

Reyes resaltó que "la apuesta por la calidad en Jaén es irreversible, cada

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



La Fiesta del Primer Aceite de Jaén se traslada a Sabadell

La Diputación Provincial de Jaén trasladó hasta Sabadell la Fiesta del Primer Aceite de Jaén, en la que se promocionó del 15 al 17 de noviembre la calidad de los aceites de oliva vírgenes extra jiennenses. Más de una treintena de cooperativas y almazaras jiennenses, y también varias empresas de cosmética elaborada con aceite de oliva, se desplazaron hasta esta ciudad catalana de la mano de la Administración provincial para mostrar sus AOVEs tempranos de esta cosecha.

En la inauguración del evento, el presidente de la Corporación provincial, Francisco Reyes, agradeció al Ayuntamiento de Sabadell, “y en especial a su alcaldesa y su equipo de Gobierno, por todas las facilidades que nos han dado para que esta fiesta vuelva a Cataluña por segunda vez, ya que en 2018 estuvimos en la ciudad de Hospitalet de Llobregat, de donde nos fuimos muy contentos porque es un territorio que valora y conoce el aceite de oliva y sus ciudadanos son consumidores de este producto de calidad”.

Por su parte, la alcaldesa de Sabadell, Marta Farrés, apuntó que “nos gusta ser capital de muchas cosas, pero qué mejor que ser capital de la gastronomía con un producto tan preciado para nosotros como el aceite de oliva y que define tan bien lo que somos culturalmente”. Por ello, agradeció al presidente de la Diputación “que hayáis escogido la ciudad de Sabadell para venir, estamos encantados de que hagáis esta fiesta aquí, que es vuestra casa y de tanta gente de Jaén que también reside en nuestra ciudad”.

Asimismo, el presidente de la Generalitat de Cataluña, Salvador Illa, que acudió a la clausura de esta fiesta, se refirió a los andaluces que emigraron a tierras catalanas y valoró esta acción de promoción de los AOVEs de cosecha temprana. “Felicitó a la Diputación por no quedarse en casa y explicar el buen aceite que se produce allí, por ir a contarlo al resto de España. Por segunda vez habéis decidido venir a Cataluña y es un honor y estamos encantados de acogerlos aquí”, resaltó.

En concreto, un total de 35 empresas jiennenses se desplazaron hasta Sabadell para participar en esta Fiesta del Primer Aceite de



Jaén, que dio comienzo con la degustación de tostadas con aceite temprano. A lo largo de sus tres días de duración, en este evento se dieron a conocer 32 marcas de aceites verdes jiennenses, a las que se sumaron empresas de cosmética elaborada con aceite.

El público pudo adquirir y degustar estos aceites de oliva y productos, además de participar en catas de aceite de oliva virgen extra -que realizaron profesionales de la IGP Aceite de Jaén y de la DOP Sierra Mágina- y en degustaciones gastronómicas de productos de la marca *Degusta Jaén*.

También en el marco de esta fiesta -a la que acudieron más de 3.000 personas- se llevaron a cabo espectáculos de flamenco a cargo del cuadro de Carmen Álvarez y actuaciones musicales de la rondalla “Hijos de Bedmar en Cataluña” y del coro romero “Añoranza de mi tierra”.

Finalmente, el diputado de Promoción y Turismo, Francisco Javier Lozano, valoró muy positivamente el resultado de este evento, “no sólo por la afluencia de público, sino también por el buen nivel de ventas, según nos han trasladado los responsables de la treintena de cooperativas y almazaras, así como las empresas de cosmética elaborada con aceite de oliva que han participado”.

aceite de oliva”. Un agradecimiento que hizo extensivo a Enrique Sánchez, chef y presentador del programa *Cómetelo* de Canal Sur Televisión, que “siempre ha alabado las cualidades beneficiosas del aceite de oliva virgen extra en la cocina, por lo que es un magnífico embajador de este maravilloso producto”.

Por su parte, David Broncano destacó que “hablar del aceite de oliva y de la provincia de Jaén es fácil, no sólo por mi vinculación con esta tierra, sino porque además el AOVE es el producto más sencillo de vender, ya que sólo necesita ser probado para entender la importancia y la calidad que posee”. En la misma línea, el chef Enrique Sánchez recalcó “sentirse orgulloso de ser embajador de

un producto tan exquisito y saludable, un elemento fundamental en la cocina que tiene nombre y apellido propio, AOVE de Jaén”.

Programa de actividades

El acto institucional de esta fiesta estuvo precedido por una degustación de tapas con el primer aceite y pan y miel de esta ciudad, en la que participaron las autoridades presentes, así como el pregonero y el embajador de este año, quienes posteriormente procedieron a la apertura de la feria de los aceites, en la que el público pudo degustar las cerca de un centenar de marcas de virgen extra temprano presentes en esta edición, así como adquirir productos

cosméticos o artesanos elaborados con aceite de oliva o madera de olivo.

La Plaza de España y la Plaza de la Constitución de Andújar acogieron la mayoría de las propuestas que conformaron la programación de este evento. Así, durante dos días se llevaron a cabo catas guiadas de aceite ofrecidas por las tres DOPs de la provincia y la IGP Aceite de Jaén; actuaciones musicales y de baile -que en esta ocasión corrieron a cargo de la Academia de Baile Pilar Algaba de Andújar, el cuadro flamenco de Carmen Álvarez, Mario Moraga y Antonio Mena, y el grupo Almoradú-; un *showcooking* centrado en “La tapa sobre la regañá de aceite”, que presentó la bloguera Ana María Gutiérrez; visitas



El pregón de la fiesta corrió a cargo del cómico y presentador jiennense David Broncano, mientras que se nombró embajador de la misma al chef Enrique Sánchez.



Miles de visitantes acudieron a la Fiesta del Primer Aceite de Jaén.

visible", ofrecidos por Animación Infantil Burbujas, y el cuento "La aceituna y mural nuestro olivo", representado por Mi Planeta Eventos. A su vez, se premió la implicación del comercio local con un concurso de escaparates de la Fiesta del Aceite. También fue protagonista la singular oferta oleoturística de la provincia, ya que varios hoteles y alojamientos andujareños ofrecieron catas, menús degustación y desayunos con los AO-VEs tempranos. 🫒

guiadas a diferentes museos, centros de interpretación y enclaves históricos de la ciudad de Andújar; y actividades y talleres infantiles con el olivo y el aceite como protagonistas.

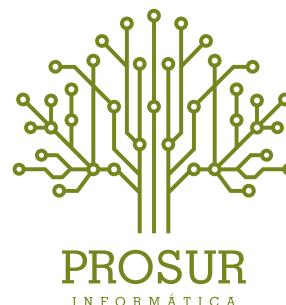
Igualmente, se celebró el Fotomaton de la Fiesta del Primer Aceite, una muestra fotográfica titulada "Génesis", así como los talleres infantiles "Memory, los paisajes del olivar" y "El majano in-

UTILIZANDO AGROCUADERNO, SUPERAR CUALQUIER RETO ESTARÁ EN SU MANO

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



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





Expo AgriTech acoge un foro exclusivo dedicado a la olivicultura



La primera edición de la Feria del Campo 4.0-Expo AgriTech 2024, que tuvo lugar del 26 al 28 de noviembre en Málaga, acogió el congreso Agritech 4.0, que contó con un foro exclusivo dedicado al olivar donde se conocieron de primera mano las últimas soluciones, productos y tecnologías para impulsar la competitividad de este cultivo. Organizado por Olivérica, la Asociación Ibérica de Olivar en Seto, el encuentro mostró las últimas tecnologías aplicadas al olivar en seto y evaluó las oportunidades y desafíos del mercado del aceite de oliva.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

La Feria del Campo 4.0-Expo AgriTech 2024 cerró sus puertas con la visita de 7.829 profesionales de la cadena de valor de la industria agroalimentaria provenientes de más de 15 países. En la zona expositiva del encuentro -que contó con el apoyo de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía y los fondos europeos FEDER- se presentaron un total de 566 innovaciones, las cuales fueron mostradas por 171 firmas expositoras. Tractores autónomos inteligentes, robots que recogen la producción en su momento óptimo, drones que monitorizan las explotaciones, cámaras de visión artificial que cuentan fruta, un robot cuadrúpedo para el análisis de las fincas o un equipo electrónico que mediante radiación lumínica, atrae y captura las plagas, fueron algunos ejemplos.

De forma paralela a la feria, se organizó el Congreso AgriTech 4.0 donde se abordaron los desafíos y tendencias del sector. Este encuentro tecnológico citó en este congreso a 405 expertos, los cuales pusieron en valor las oportunidades de los datos y las tecnologías avanzadas -como la Inteligencia Artificial generativa, los gemelos digitales, el *blockchain*, los drones o la robotización- para disponer de explotaciones más rentables y eficientes.

Otro de los grandes temas examinados fue el auge de la agricultura regenerativa con la que se quiere hacer frente a los problemas de salud del suelo que tiene Europa -hasta el 70% de ellos están deteriorados- y estimular la biodiversidad. Paralelamente, el foro trató la aplicación de nuevas fuentes de energía en los cultivos, las ayudas que brinda la reciente Política Agraria Común (PAC) y el reto de la falta de relevo generacional, entre otros asuntos.

Foro dedicado al olivar

La organización de este congreso incluyó también talleres prácticos y foros especializados dirigidos a los productores de aceite de oliva, entre otros sectores. En este sentido, contó con un foro exclusivo dedicado a la olivicultura organizado por Olivérica, la Asociación Ibérica de Olivar en Seto.

En el foro, entre otros temas, se abordaron los beneficios de la aplicación de las soluciones digitales para el cultivo del olivo en seto y cómo ha potenciado aún más sus ventajas en términos de productividad y sostenibilidad. En concreto, Raúl de la Rosa, investigador científico del CSIC, ahondó en los criterios de selección de variedades de olivo para el cultivo en seto. Así, y a partir de ensayos comparativos de variedades evaluados durante años, presentó una visión de las características agronómicas más importantes que influyen en la adaptación de las

INOELEC

automatización industrial



Avd. Malaga nº37 bis
Montilla (Córdoba), España



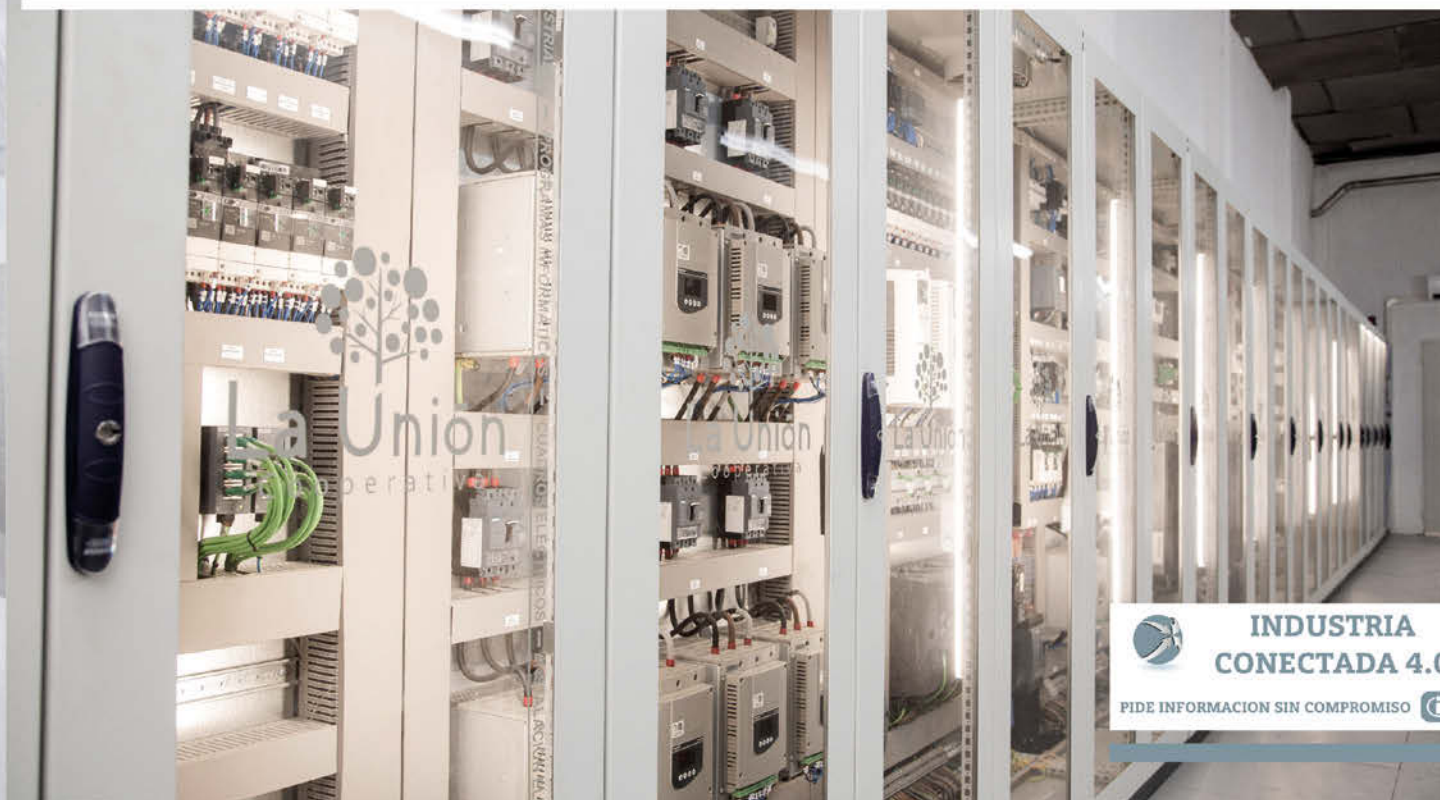
+ 34.957664334

Oficinas



www.inoelec.com
info@inoelec.com

AUTOMATIZACION INDUSTRIAL - SOLUCIONES A SU ALCANCE



**INDUSTRIA
CONECTADA 4.0**

PIDE INFORMACION SIN COMPROMISO





Algunas de las novedades tecnológicas presentadas por las firmas expositoras



Equipo electrónico de radiación lumínica de Agrocaptur.



Robot cuadrúpedo para el análisis de las fincas. Andalucía Agrotech Digital Innovation Hub (Junta de Andalucía).



Dron para monitorizar las explotaciones presentado por Vortex y Mapfre.



Tractor presentado por Trivium de la marca John Deere para una gestión agrícola más precisa y eficiente.



Raúl de la Rosa, investigador científico del CSIC.

variedades a la formación en seto y a la recolección con máquinas cabalgadoras.

Por su parte, Javier Hidalgo, investigador del IFAPA, ofreció un análisis de marcos de plantación y tecnologías avanzadas para maximizar la eficiencia y rentabilidad del cultivo del olivo en seto.

Los asistentes al congreso también pudieron conocer las oportunidades que ofrece la tecnología para el cultivo del

olivo ecológico, abordando asuntos tales como la salud del suelo, la biodiversidad y la creación de un modelo más respetuoso con el medio ambiente.

Asimismo, Expo AgriTech profundizó en el uso de modelos predictivos basados en la Inteligencia Artificial o el Big Data, que están ayudando a evitar el uso excesivo de recursos hídricos y a predecir cuándo y cuánto fertilizar con

materias orgánicas; y estudió las posibilidades de la robotización de tareas, como el control de malezas o la siembra de cultivos de cobertura.

En el foro se realizó un recorrido por las propuestas tecnológicas que maximizan la producción, mejoran la calidad del producto y aumentan la eficiencia operativa de las almazaras, entre ellas el uso de sensores y sistemas automatizados o la integración del *blockchain* para garantizar la trazabilidad y la transparencia.

Evolución de los precios

Coincidiendo con el Día Mundial del Olivo, celebrado el 26 de noviembre, y en el marco de este foro, diversos expertos del sector pusieron sobre la mesa algunos temas relevantes como la evolución de los precios y el futuro de la producción.

En este sentido, el director de la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO), José María Penco, pre-



PROCISA
PROYECTOS, CONTROL E INVESTIGACIÓN



INGENIERÍA, AUTOMATIZACIÓN, CONTROL Y GESTIÓN DE PROCESOS PARA ALMAZARAS

45 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



Citoliva cultiva un “Olivar Andaluz 4.0”

Citoliva presentó en Expo AgriTech 2024 el revolucionario concepto del “Olivar Andaluz 4.0”, un espacio inmersivo diseñado para mostrar la diversidad del olivar andaluz y su transición hacia la agricultura de precisión. En concreto, este entorno permitió a los visitantes explorar de forma tangible las variedades más representativas de los sistemas de cultivo -tradicional, intensivo y superintensivo-. Esta estación experimental mostró cómo las tecnologías más avanzadas permiten monitorizar en tiempo real el estado del olivar, evidenciando la transición hacia la agricultura de precisión.

El espacio “Digitalización y optimización del olivar” visualizó la importancia de la digitalización para la sostenibilidad y trazabilidad del sector oleícola. A través de datos en tiempo real, los visitantes comprendieron cómo la tecnología optimiza la toma de decisiones clave sobre riego, control de plagas y calidad del aceite, reduciendo costes y maximizando el valor del producto final en el mercado global.

Asimismo, a través de “Sensorización del olivar”, un olivo equipado con sensores avanzados midió variables clave como temperatura, humedad del suelo y flujo de savia. Los datos se visualizaron en tiempo real en pantallas interactivas, permitiendo a los visitantes entender cómo la agricultura de precisión mejora la toma de decisiones en el campo.

Liderazgo en innovación agronómica

Citoliva compartió también sus avances en el campo de la agrotecnología para el olivar a través de su infraestructura y experiencia en proyectos de Grupos Operativos y transferencia de conocimiento, que abarcan desde la agronomía hasta la industria de la almazara, pasando por el uso de aceite de oliva virgen extra para el desarrollo de alimentos saludables. Estas



iniciativas engloban aspectos como la agricultura inteligente, minimización del uso de insumos en campo, estudio del microbioma del suelo, selección y caracterización de variedades en el contexto del cambio climático, eliminación de riesgos por contaminantes en campo y almazara, mejora de la calidad del aceite de oliva a través del control y monitorización de la producción de aceite de oliva y valorización de subproductos del olivar.

En el marco del evento, este centro moderó la sesión “Innovación y Sostenibilidad Energética”, organizada por la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, donde se presentaron resultados de Grupos Operativos como Cooperative, liderado por Citoliva junto a SEO/BirdLife, Grupo Interóleo y la Diputación Provincial de Jaén. Este proyecto, financiado por FEADER y la Junta de Andalucía, ha impulsado el modelo de Olivares Vivos en cooperativas andaluzas. A su vez, aprovechó este foro para presentar “AGRO-live: Agronomía Ad hoc”, que se centra en un asesoramiento técnico especializado para respaldar al productor en las tareas agronómicas más importantes, incluyendo el manejo de cubiertas vegetales, fertilización, riego y fertirriego, control de plagas y control biológico. Dentro de este servicio destaca “AGRO-LIVE Aliados Naturales”, diseñado para potenciar la actividad de organismos beneficiosos que contribuyen al control efectivo de plagas y enfermedades en el cultivo.

También dio a conocer “OLEO-live: AOVEs Originales”, un servicio integral de asesoramiento técnico que acompaña al productor en todas las etapas de elaboración del aceite de oliva virgen extra, desde la selección de parcelas y determinación del momento óptimo de recolección, hasta el control en bodega, pasando por un acompañamiento personalizado durante la producción en almazara, garantizando la máxima calidad del producto final.

sentó un análisis exhaustivo sobre las tendencias, oportunidades y desafíos a los que se enfrenta el mercado del aceite de oliva donde variables como la superficie de olivar, los sistemas de cultivo y las condiciones climáticas están configurando un nuevo futuro para el sector.

Penco explicó que mientras que el cultivo tradicional ha perdido protagonismo, los sistemas intensivo y en seto han experimentado un crecimiento significativo debido a su mayor eficiencia y rendimiento.

El director de AEMO detalló que España, responsable del 40,6% de la producción mundial, podría alcanzar una producción potencial de hasta 2.354.368

toneladas en 2032, dependiendo de factores climáticos y de la adopción de técnicas más avanzadas. A nivel global se espera que el crecimiento en la producción de aceite se sitúe entre el 10% y el 30% para esa misma fecha.

En cuanto a los precios, Penco insistió en la importancia de que el agricultor pueda cubrir los costes, que de media se sitúan en torno a los 3,5 y 4 euros por kilo de aceite, y asegurar, de este modo, la sostenibilidad de toda la cadena de valor.

Respecto a la evolución del precio del aceite de oliva en el mercado global, todos los expertos coincidieron en la necesidad de abordar la volatilidad



del sector y poner el foco en planes y estrategias a medio plazo. Carmelo Sánchez, CEO de Terranovus, resaltó que “la caída de precios ha sido más



El director de AEMO, José María Penco.



Mesa sobre el precio del aceite de oliva en el mercado global.

fuerte de lo que esperábamos, aunque la previsión es buena para este año estabilizando su valor". Asimismo, Sánchez indicó que mercados como Túnez y Turquía están aportando grandes cantidades de aceite, algo que podría influir en el precio.

Por su parte, Francisco de Mora, presidente de la Cooperativa de Lucena, consideró que "la transparencia en los precios beneficia a toda la cadena de

valor" e hizo un llamamiento para atraer a jóvenes agricultores para renovar el sector, puesto que el envejecimiento de los profesionales también se presenta como un desafío.

A su vez, Juan Manuel Luque, director de Luque Ecológico, apuntó que "es fundamental aprender a gestionar la anomalía de los precios altos (8-9 euros)"; mientras que Enrique Escudero, CEO de IFFCO Iberia, instó a reforzar la comuni-

cación sobre las propiedades saludables del producto. "Falta educación sobre DOPs y la calidad es clave para consolidar mercados internacionales", añadió.

Finalmente, José Antonio Torres, CEO de Citea Oleícola, concluyó que "el sector tiene un margen de crecimiento importante, pero debemos empezar a trabajar desde la eficiencia en todos los puntos de la cadena y aprovechar la tecnología para mantener la competitividad".

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





Creta celebra el 6º Simposio Internacional de Yale sobre Aceite de Oliva y Salud



Harris Pastides, presidente emérito y profesor emérito de Epidemiología de la Universidad de Carolina del Sur.

Heraklion (Creta) acogió del 1 al 4 de diciembre el 6º Simposio Internacional de Yale sobre Aceite de Oliva y Salud, en el que investigadores y profesionales del mundo del aceite de oliva, que lideran el estudio de los potenciales beneficios para la salud de este producto y su difusión y adopción, debatieron una amplia diversidad de temas, entre ellos, la calidad, la sostenibilidad y las políticas actuales en torno al aceite de oliva y otros productos del olivo.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

Co-organizado por la Escuela de Salud Pública de Yale (YSPH) y el Instituto de Biología Molecular y Biotecnología de la Fundación para la Investigación y la Tecnología-Hellas, el simposio reunió a científicos, responsables de políticas, expertos de la industria y productores de todo el mundo en torno a presentaciones de investigaciones, mesas redondas y catas.

“Cada año nos centramos en un tema y en esta edición nuestro enfoque se compartió entre varios caminos principales”, resaltó Tassos C. Kyriakides, profesor asistente de bioestadística en YSPH y uno de los co-organizadores del simposio junto a Vasilis Vasiliou, jefe del Departamento de Ciencias de la Salud Ambiental de YSPH; y Susan Dwight Bliss, profesora de Epidemiología en la Escuela de Salud Pública de Yale. En-

tre los miembros del comité organizador de este encuentro destacaron académicos de EEUU, España, Italia, Portugal y Brasil, así como expertos de los sectores relacionados con el aceite de oliva.

Harris Pastides, presidente emérito y profesor emérito de Epidemiología de la Universidad de Carolina del Sur, pronunció el discurso inaugural y resaltó que “el 6º Simposio Internacional de Yale sobre Aceite de Oliva y Salud probablemente sea la reunión interdisciplinaria más importante jamás celebrada sobre este tema. El aceite de oliva está recibiendo un intenso reconocimiento mundial sobre su impacto en la salud humana, la longevidad, el medio ambiente e incluso la paz”.

En concreto, en este evento se profundizó en cuestiones actuales y emergentes, abarcando temas tales como el impacto del aceite de oliva y las acei-



Vasilis Vasiliou, jefe del Departamento de Ciencias de la Salud Ambiental de la Escuela de Salud Pública de Yale.

tunas en la salud pública y planetaria (Dieta Mediterránea y resultados de salud, recomendaciones nutricionales y alimentarias y futuros sostenibles); la calidad, la autenticidad y la química del aceite de oliva; las estrategias de marketing; el reciclado de subproductos del olivar para la alimentación animal; la bioeconomía (circularidad y sosteni-



bilidad); y los desafíos y oportunidades que plantea el cambio climático.

El programa incluyó presentaciones, mesas redondas, catas y reuniones, y contó con un enfoque específico para estimular la participación activa y fomentar la colaboración entre los asistentes.

Desde la organización del simposio resaltaron las propiedades saludables del aceite de oliva, rico en polifenoles con propiedades antioxidantes. Además, subrayaron que se ha demostrado que reduce los riesgos asociados a las enfermedades cardiovasculares y otras afecciones como la diabetes tipo 2.

Cabe recordar que la North American Olive Oil Association (NAOOA) ha contado con Kyriakides para crear y desarrollar la metodología para un estudio puesto en marcha en EEUU con el objetivo de fortalecer aún más la confianza de los consumidores en la autenticidad y la calidad del aceite de oliva. Utilizando métodos de análisis a ciegas, la asociación analizará aleato-



Los co-organizadores reciben el olivo del simposio. De izquierda a derecha: Aris Kefalogiannis, director ejecutivo de Cratea Foods PC; Alexis Kalokairinos, alcalde de Heraklion; y el profesor Nektarios Tavernarakis, de la Fundación para la Investigación y la Tecnología-Hellas y la Universidad de Creta (Grecia).

riamente más de 200 muestras representativas del aceite de oliva disponible en varios puntos de venta para evaluar su calidad. Según la NAOOA, se trata del "estudio de análisis de aceite de oliva más completo y riguroso hasta la fecha". Por su parte, Kyriakides

considera que debería implementarse como un método regular de garantía de calidad y realizarse, si no cada seis meses, al menos una vez al año. Este proyecto está actualmente en marcha y se espera obtener los resultados a principios de 2025. 🟢



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)



Entrevista a Tassos C. Kyriakides,

Profesor asistente de bioestadística de la Escuela de Salud Pública de la Universidad de Yale

¿Qué destacaría del 6º Simposio Internacional de Yale sobre Aceite de Oliva y Salud?

El 6º Simposio Internacional de Yale sobre Aceite de Oliva y Salud, al que asistieron cerca de 100 profesionales de 15 países diferentes, fue un gran éxito. Hubo muchas conversaciones interesantes y oportunidades para establecer contactos y debatir proyectos futuros. Tal vez lo más destacado de la edición de este año fue el enfoque global en el concepto de “One Health (Una sola salud)”, que incorpora reflexiones de la agricultura, la agronomía, la salud animal y del suelo, la resiliencia y el cambio climático. Este concepto se convirtió rápidamente en el centro de los debates durante y después del simposio, como un enfoque más integrado para pensar en el olivo y su impacto en la salud humana y planetaria.

¿Cuáles fueron los principales temas que se abordaron en el programa de este encuentro?

Tras la conferencia inaugural, que incitó a la reflexión sobre “¿Qué hará falta para que el olivo tenga un impacto global en la salud pública?”, las numerosas sesiones y paneles se centraron en una exploración de las mejores prácticas en el olivar para contrarrestar los efectos del cambio climático, así como los desafíos en materia de marketing que plantean los elevados precios de los aceites de oliva.

También se abordaron los estudios científicos actuales sobre la Dieta Mediterránea tradicional, que continúan reforzando los beneficios para la salud del aceite de oliva como lípido dietético central en una dieta rica en alimentos integrales en gran medida no procesados, y cómo la gastronomía mediterránea tradicional y la modificación de otras dietas pueden mejorar el bienestar humano en todo nuestro planeta.

Se trataron las iniciativas llevadas a cabo en la restauración, la comunicación y el marketing inspirados en la cultura, así como las elecciones de los consumidores en una época de amplias y variadas opciones de consumo, y lo que influye en las decisiones que se convierten en un activo estratégico y un desafío ético para los especialistas en marketing.

A su vez, se habló sobre la reutilización de los residuos de la producción de aceite de oliva a través de prácticas sostenibles para el bienestar animal; así como las mejores prácticas para producir aceite de oliva de alta calidad en el contexto de enfoques innovadores para la olivicultura sostenible que garanticen la productividad con procesos respetuosos con el medio ambiente.



“El consumo de aceite de oliva en Yale ha aumentado hasta alcanzar casi 6,5 litros por persona al año”

Asimismo, se analizaron tecnologías innovadoras para garantizar la calidad e integridad del AOVE y cómo la industria debe adoptar e invertir en tecnologías que detecten el fraude, restaurando así la confianza y la integridad en todos los sectores del mercado, desde la producción hasta el consumidor.

Finalmente, se debatió sobre los beneficios para la salud de las aceitunas de mesa y el proceso de desamazarado; y sobre las soluciones para las enfermedades crónicas en el contexto de la salud planetaria.

Además, hubo dos sesiones de presentaciones breves que cubrieron diversos temas, desde la química hasta los beneficios para la salud, el marketing y las prácticas sostenibles en las explotaciones.

¿Qué estudios recientes destacaría relacionados con los beneficios para la salud del aceite de oliva?

Creo que los hallazgos más interesantes que están surgiendo en la actualidad son los resultados de estudios sobre los beneficios del aceite de oliva para la salud cerebral. Son igualmente importantes las investigaciones sobre el impacto del aceite de oliva en el microbioma, lo cual está relacionado con el sistema inmunológico.

¿Qué proyectos o estudios está llevando a cabo actualmente la Universidad de Yale relacionados con el aceite de oliva?

Estamos esperando financiación para poner en marcha un estudio que implique la suplementación de las comidas con aceites con alto contenido fenólico. Además, a través de un programa de alfabetización alimentaria muy sólido y en colaboración con Yale Hospitality, estamos ampliando el alcance de nuestra oleoteca a más estudiantes, además de desarrollar proyectos que destacan tanto la Dieta Mediterránea como su pilar principal, el aceite de oliva.

Yale es una de las universidades más prestigiosas de EEUU. ¿Cómo ha evolucionado el consumo de aceite de oliva entre sus estudiantes?

Con asociaciones y colaboraciones con varios grupos en todo el campus, hemos podido crear conciencia sobre el aceite de oliva y su impacto en la salud humana y planetaria. En los últimos 6-7 años, a través de actividades que van desde cenas temáticas hasta presentaciones y conversaciones, así como la oleoteca -que creo que es la primera de su tipo en una institución académica como Yale-, hemos aumentado el consumo de aceite de oliva en el campus desde 1 litro por persona al año (el promedio de EEUU) hasta casi 6,5 litros por persona al año.



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





KUBOTA celebra 50 años en Europa con un evento exclusivo



Kubota en el exterior del Centro de Convenciones PortAventura.

Kubota celebró su 50º aniversario en Europa con un evento exclusivo en PortAventura (Tarragona) bajo el lema *"It's All About People"*. Este encuentro, que tuvo lugar a finales de octubre, dio la bienvenida a más de 900 asistentes, incluyendo concesionarios, distribuidores, socios, medios de comunicación internacionales y empleados, "mostrando el prestigio de la empresa como fabricante líder de equipos de agricultura, jardinería y construcción", según resaltó la compañía japonesa.

En el evento, que ofreció la oportunidad de celebrar, conectar y comprender el futuro de Kubota, se presentaron a los asistentes interesantes novedades de la creciente gama de productos de la compañía, incluido el lanzamiento la Serie M7004 y un modelo edición limitada de aniversario, del que sólo se fabricarán 50 unidades. También se desveló una edición única "1 de 1", firmada por el expiloto de automovilismo Jean Alesi, invitado especial de la velada, que trazó fascinantes paralelismos entre la Fórmula 1 y el éxito de Kubota, destacando las contribuciones de las personas que hay detrás.

Desde la perspectiva de tractores compactos y segadoras, Kubota desveló una próxima segadora de recolección



Sesión de conferencias.

frontal delantera de 44 CV, que contribuirá al rápido crecimiento de este sector. Además, aprovechando el éxito de

la Serie EK1 en toda Europa, una versión hidrostática aumentará la gama de tractores compactos asequibles.

La combinación perfecta para su olivar



Kubota



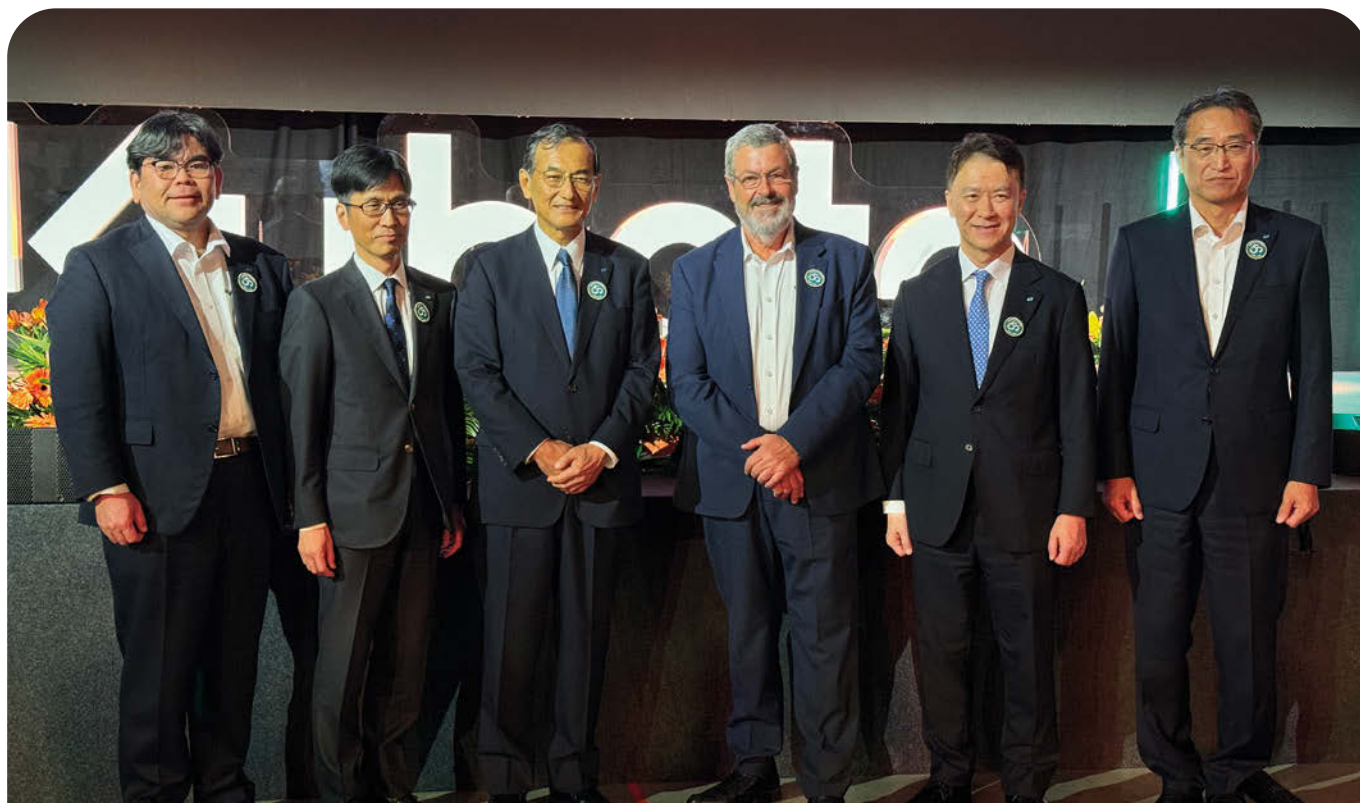
Kubota **M5002 Narrow** y pulverizador **XTA33**

Máxima potencia, rendimiento y total precisión,
al servicio de tu cultivo.



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

For Earth, For Life
Kubota



De izquierda a derecha: Satoshi Suzuki, presidente Tractor Business Unit UE Kubota; Nobushige Ichikawa, director general de la División de Tractores Compactos; Yuichi Kitao, presidente y director representante de Kubota Corporation; Germán Martínez, presidente de Kubota España; Dai Watanabe, director general de la División Consolidada de Maquinaria Agrícola e Industrial Kubota Corporation; y Yasukazu Kamada, presidente de Kubota Holding Europe K.V.

El evento también puso énfasis en el compromiso de Kubota con las tecnologías del futuro, como la automatización y la conectividad. Los asistentes presenciaron demostraciones en directo del KFAST, un pulverizador autónomo desarrollado para soluciones de pulverización en cultivos de alto valor.

A su vez, se presentaron en la zona de demostraciones un tractor de la Serie M7 y otro de la serie L1, equipados con un kit autónomo de AGC (Agreen-culture), diseñado para abordar retos del sector como la escasez de mano de obra y la precisión en la agricultura.

Asimismo, Kubota despertó la curiosidad de los asistentes con una máquina misteriosamente cubierta, que más tarde se reveló como parte de una colaboración comercial con Agrobot. Esta colaboración presenta el Robotti, “un emocionante porta-implementos autónomo que pronto estará disponible en el canal Kubota de toda Europa, y del que se darán más detalles a su debido tiempo”, resaltó la compañía.



Celebración de su 50º aniversario.

La jornada concluyó con una dinámica animación en el Parque PortAventura, con espectáculos de luz, música en direc-

to y diversas actividades “que hicieron de la velada una celebración digna del legado y el futuro de Kubota en Europa”. 🍀

EXPOLIVA

XXII
FERIA INTERNACIONAL
DEL ACEITE DE OLIVA
E INDUSTRIAS AFINES

XXII
INTERNATIONAL FAIR
OF THE OLIVE OIL
AND ALLIED INDUSTRIES

PATROCINA



14
AL
TO
17
MAYO
MAY
2025
IFEJA
JAÉN, SPAIN

WWW.EXPOLIVA.INFO

ORGANIZADORES



PATROCINADORES



COLABORADORES





Finaliza con éxito la XVI edición del Curso Superior de Especialización en Olivicultura organizado por el IFAPA



Un total de 24 técnicos y profesionales -provenientes de distintas partes de Andalucía, Madrid y Murcia, así como de Brasil, Italia y Perú- completaron con éxito el XVI Curso Superior de Especialización en Olivicultura, organizado por el Instituto Andaluz de Investigación y Formación Agraria, Pesquera, Alimentaria y de la Producción Ecológica de la Junta de Andalucía (IFAPA) y celebrado del 23 de septiembre al 18 de octubre de 2024 en su centro Alameda del Obispo en Córdoba.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

La presidenta del IFAPA, Marta Bosquet, fue la encargada de inaugurar el curso, junto con Francisco Acosta, delegado de Agricultura de la Junta de Andalucía en Córdoba, y Abderraouf Laajimi, director ejecutivo adjunto del COI, quien impartió la clase inaugural denominada “Situación de la olivicultura mundial: retos de sostenibilidad y oportunidades”.

El curso, de 150 horas lectivas y coordinado por Javier Hidalgo, ingeniero agrónomo por la UCO y técnico especialista titular en el Departamento de Ingeniería y Tecnología Agroalimentaria del IFAPA Centro Alameda del Obispo (Córdoba), contó con más de 40 profesores, entre ellos los investigadores y técnicos del IFAPA que trabajan en el cultivo del olivar, que llevaron una parte importante de la carga lectiva. En la formación colaboraron también otras

instituciones y centros de investigación como el Instituto de Agricultura Sostenible de Córdoba (IAS) -perteneciente al CSIC-, la Universidad de Córdoba, el Hospital Universitario Reina Sofía, el Consejo Oleícola Internacional (COI), la Agencia de Gestión Agraria y Pesquera (AGAPA), el Laboratorio de Producción y Sanidad Vegetal de Jaén, el Cabildo de Tenerife, CAAE, la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) y la Asociación de Técnicos de Producción Integrada en Olivar (ATPIOlivar).

Entre los objetivos de este itinerario formativo del IFAPA figuran mejorar la cualificación de los profesionales del sector olivarero mediante la transferencia de las técnicas más avanzadas y la discusión de las bases científicas, con especial énfasis en la obtención de producciones de calidad y en la defensa del medio ambiente; servir de foro para el intercambio de información y experien-



cia entre alumnos y profesores; y favorecer la cooperación científica y técnica entre los participantes y sus empresas, organismos e instituciones.

Temáticas de máximo interés

En el curso se abordaron temas de máximo interés, prestando especial atención a las nuevas plantaciones adaptadas a la recolección mecanizada integral, con propuestas de nuevos marcos de plantación y variedades fruto de la mejora va-

Variedad
TODOLIVO
I-15^P

Productividad elevada y constante.
Elevado rendimiento graso temprano.
Alta tolerancia a enfermedades y sequía.
Fácil manejo y excelente AOVE.

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



Todolivo SL · Córdoba (España)
Tel. (0034) 957 42 17 40
www.todolivo.com





En la clase magistral que sirvió como clausura del curso, el doctor López Miranda habló sobre el papel relevante que juega el aceite de oliva virgen extra en la Dieta Mediterránea



rietal llevada a cabo desde instituciones públicas y privadas, e incluyendo la visita de diversos viveros y campos de ensayo del IFAPA y de empresas como Todolivo o AGR by De Prado. En este sentido, el Banco Mundial de Germoplasma del Olivo del IFAPA sorprendió gratamente a los alumnos, quienes pudieron comprobar la gran variabilidad existente en el cultivo. Las nuevas tecnologías también fueron protagonistas en el curso, con herramientas basadas en la teledetección y en equipos no tripulados, y la aplicación de fitosanitarios y abonos de forma localizada; sin olvidar la visita a la Red de Información Agroclimática de Andalucía y a su laboratorio de sensores.

La actividad cooperativa, muy potente en el sector olivarero, también tuvo una presencia destacada en el curso, con visitas a grandes referentes como Jaencoop, Agrosevilla y Oleoestepa. La Producción Integrada, entendida como apuesta por una producción sostenible y respetuosa con el medio ambiente, junto con la producción ecológica, fueron otros asuntos que suscitaron gran interés y provocaron vivos debates en esta formación especializada de cuatro semanas de duración que se caracteriza por un



importante componente práctico, y que celebrará su próxima edición en 2026.

La fisiología del cultivo, los métodos de propagación, el control de la erosión mediante el uso de cubiertas vegetales, el uso racional de fertilizantes, la aplicación del riego, el control de plagas y enfermedades, los sistemas de recolección, la huella de carbono, la olivicultura de precisión o los costes del cultivo fueron otras de las materias tratadas en un curso que, a modo de enlace con el Curso Superior de Especialización en Elaio-tecnia que se celebrará en 2025, incluyó en el programa una introducción a la cata de AOVEs dirigida por Brígida Jiménez, codirectora del mencionado curso.

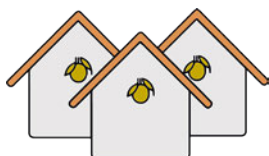
La clase magistral que sirvió como clausura del curso corrió a cargo de José López Miranda, catedrático de Medicina, jefe del Servicio de Medicina Interna y director de la Unidad de Lípidos y Arteriosclerosis del Hospital Universitario Reina Sofía de Córdoba, e investigador principal del proyecto CordioPrev, base de su ponencia "Dieta Mediterránea, ejemplo de dieta cardiosaludable". En ella, el doctor López Miranda habló sobre las causas de muerte por enfermedades cardiovasculares y la idoneidad del ejercicio y de la Dieta Mediterránea como hábitos de vida saludable, junto con el papel relevante que juega el aceite de oliva virgen extra en dicho patrón alimentario. 🫒

Oleoestepa

Verdaderamente extraordinario



**+7.500
FAMILIAS
AGRICULTORES**



**19 ALMAZARAS
COOPERATIVAS
ASOCIADAS**



**+60.000
HECTÁREAS
OLIVAR**



**+9.000.000
OLIVOS**



**40.000.000 Kgs.
PRODUCCION MEDIA.**



**MÁXIMA CALIDAD
CERTIFICADA POR
D.O. ESTEPA**



**COMPROMISO INTEGRAL
DE RESPONSABILIDAD
EMPRESARIAL**



**100%
PRODUCCION SOSTENIBLE
(ECOLOGICA E INTEGRADA)**



**RECOLECCION
TEMPRANA**



**EXTRACCION
EN FRIO**



www.oleoestepa.com



La gastronomía, el oleoturismo y los AOVEs “Jaén Selección”, protagonistas de la oferta turística de la Diputación en Fitur 2025

La Diputación de Jaén promocionó en la Feria Internacional de Turismo, Fitur 2025, que se celebró del 22 al 26 de enero en IFEMA Madrid, todos los destinos jiennenses, con especial protagonismo para la gastronomía y el oleoturismo. La muestra acogió un año más la entrega del distintivo “Jaén Selección 2025” a los ocho mejores aceites de oliva vírgenes extra jiennenses de esta campaña.



[Texto: Cristina Revenga Palacios]

El presidente de la Diputación de Jaén, Francisco Reyes, acompañado por la directora general de Políticas Turísticas de la Secretaría de Estado de Turismo, Ana Muñoz, entregó en el stand de la provincia de Jaén el reconocimiento “Jaén Selección 2025” a las cooperativas y almazaras productoras de los seis aceites convencionales y dos ecológicos premiados en esta edición -*Oro Bailén Picual*, de Aceites Oro Bailén Galgón 99, de Villanueva de la Reina; *Picualia*, de la cooperativa Agrícola Virgen de Zocueca, de Bailén; *Jabalruz Gran Selección*, de la SCA Sierra de la Pandera, de Los Villares; *Señorío de Camarasa*, de la cooperativa Santa Isabel, de Torres; *Melgarejo*, de Aceites Campoliva, de Pegalajar; *Dominus Cosecha Temprana*, de Monva, de Mancha Real; y los ecológicos *O.Live Extra Virgin Olive Oil*, de Hacienda Olivar de Santa María, de Linares; y *Oleícola Jaén*, de Grupo Oleícola Jaén, de Baeza-.

“Estamos en una de las ferias turísticas más importantes del mundo y nuestra provincia vuelve a poner el foco en aquello que nos distingue, que nos singulariza y que nos define, que es el aceite de oliva virgen extra. Y lo hacemos con los Óscar del aceite, con los

que reconocemos a los ocho mejores entre los mejores, y eso no es fácil”, subrayó Reyes, que avanzó que estas ocho marcas se convierten “en la punta de lanza de la promoción del mejor aceite de oliva virgen extra jiennense y, por lo tanto, también de la propia provincia de Jaén”.

El presidente de la Administración provincial puso en valor el incremento del número de aceites de calidad producidos en el territorio jiennense desde que la Diputación creó este distintivo en 2003. “Dos décadas después podemos afirmar que ha habido una apuesta clara por parte de los agricultores de la provincia por la calidad, una apuesta que es indiscutible y en la que no se puede dar ni un paso atrás. Por ello, la provincia de Jaén es el principal productor de aceite de oliva de calidad del mundo. Prueba de ello es la normalización del adelanto de la recolección de la aceituna”, resaltó Reyes, que también se refirió a las novedades de esta edición, a cuya cata-concurso se presentaron 55 marcas producidas por 45 empresas ubicadas en 35 municipios de la provincia.

“Las tres cooperativas y cinco almazaras cuyos aceites lucirán este distintivo durante 2025 sois la vanguardia de un sector clave en nuestra provincia”,

celebró el presidente de la Diputación que, además, puntualizó que el aceite de oliva virgen extra de calidad es “la piedra angular de otros dos segmentos turísticos que son fundamentales, la gastronomía y el oleoturismo”.

Respecto a la gastronomía, Reyes afirmó que “Jaén se ha convertido en un auténtico paraíso gracias a la labor de una amplia red de cocineros y cocineras, encabezados por los cinco chefs estrella Michelin, a los que se suma un listado interminable de restaurantes en la gran mayoría de los municipios”, mientras que sobre la oferta oleoturística, manifestó que “habrá pocas experiencias en la provincia de Jaén y en otros territorios que en tan poco tiempo hayan tenido este nivel de seguimiento. Hoy, *Oleotour Jaén* agrupa a más de 150 recursos turísticos en toda la provincia, una iniciativa que pusimos en marcha por ese elemento diferenciador que representan los casi 70 millones de olivos que conforman el paisaje jiennense”.

En Fitur ha comenzado la acción promocional de los AOVEs “Jaén Selección 2025” que, de la mano de la Diputación de Jaén, estarán en citas tan importantes como Madrid Fusión, San Sebastián Gastronomika, la gala de los 50 Mejores Restaurantes del Mundo, la Gala Michelin España, el Salón de Gourmets,

Jaén selección|2025

Aceites de oliva virgen extra

Dominus Cosecha Temprana

www.monva.com

Melgarejo

www.aceites-melgarejo.com

Picualia

www.picualia.com

O.Live Extra Virgin Olive Oil

www.aceitesolive.com

Jabalucz Gran Selección

www.aovejabalucz.com

Oro Bailén

www.orobailen.com

Señorío de Camarasa

www.santaisabeldetorres.es

Oleícola Jaén

www.oleicolajaen.es





Representantes de los AOVEs “Jaén Selección 2025”



Dominus Cosecha Temprana.



Jabalruz Gran Selección.



Melgarejo.



Oleícola Jaén.



O.Live Extra Virgin Olive Oil.



Oro Bailén Picual.



Picualia.



Señorío de Camarasa.

Alimentaria o la World Olive Oil Exhibition (WOOE), además de otras ferias y muestras turísticas y gastronómicas nacionales e internacionales.

Degustaciones gastronómicas

Por otro lado, el potencial gastronómico y deportivo de los parques naturales de Jaén brilló en Fitur, donde se presentó el producto gastroturístico sostenible del Parque Natural de las Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas, una iniciativa a la que se han adherido 56 empresas locales. Bajo el eslogan “Saborea un

mosaico de paisajes únicos”, este nuevo producto gastroturístico ofrece 32 experiencias de turismo gastronómico en contacto con productores, industrias visitables o empresas de actividades; 17 menús sostenibles diseñados por los restaurantes y alojamientos que pasarán a formar parte de su oferta; y 11 lotes de productos típicos de estas sierras comercializados por los comercios de las tres comarcas.

Asimismo, en el marco de Fitur, la Diputación de Jaén organizó diversas demostraciones culinarias para dar a cono-

cer el potencial gastronómico de la provincia. Así, la feria acogió un *showcooking* con productos del Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas, que corrió a cargo de los chefs Raquel Oliver y Miguel Martínez, de los restaurantes El Curro, ubicado en La Iruela, y la Casa del Cordero, situado en la población de Pontones, respectivamente.

La cocina del Parque Natural de Sierra Mágina también fue protagonista en la feria, así como el potencial gastronómico de Sierra Morena, que aúna el entorno de Sierra de Andújar y Despeñaperros. 🟡



**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

**INDUSTRIAS
DE LA ROSA**

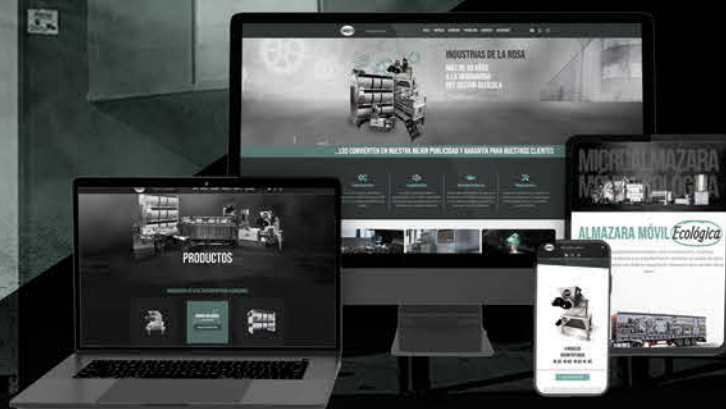
**40 AÑOS A LA VANGUARDIA
DEL SECTOR OLEÍCOLA**

**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



Sucesores de Hermanos López, la honestidad del origen



Con olivares y almazara propia desde 1918, Sucesores de Hermanos López es una empresa familiar de Luque (Córdoba), en pleno Parque Natural de las Sierras Subbéticas, que lleva más de un siglo apostando por la calidad, la innovación, el diseño y la excelencia en el servicio que ofrece a sus clientes, persiguiendo siempre la plena satisfacción del consumidor final.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

La historia de Sucesores de Hermanos López se remonta a 1840, casi dos siglos atrás. Desde entonces, generación tras generación, la familia López fue acumulando todo un patrimonio agrario que en 1919 se completó con una almazara equipada con la tecnología más avanzada en aquel momento, con prensas hidráulicas y muelas troncocónicas para extraer el mejor aceite. El trabajo de consolidación de la propiedad lo concretaron los hermanos Antonio y Vicente López Jiménez -cuarta generación-, quienes hicieron crecer la empresa hasta la constitución de Sucesores de Hermanos López, S.A. en 1978. Por entonces la empresa ya contaba con 600 hectáreas de olivar tradicional -mayori-

tariamente de secano-, una superficie de cultivo que prácticamente no ha variado desde los años 50 y donde obtiene los frutos para la elaboración de sus excelentes aceites de oliva vírgenes extra.

Con la gerencia siempre en manos de la familia, en los años 90 se dio otro paso adelante modernizando la vieja almazara para dotarla de un moderno sistema continuo de dos fases y apostando de forma decidida por comercializar sus aceites.

Hoy, la sexta generación liderada por Andrea López Vericat y Antonio López Figueres ocupa la gerencia y el Consejo de Administración con el reto de modernizar la compañía y sacar el máximo partido a la larga tradición familiar. Para obtener sus AOVEs de alta calidad, la empresa controla todo el proceso de producción, desde el cultivo hasta el envasado.

Sucesores de Hermanos López es, en suma, una empresa familiar incardinada en el territorio y su tradición milenaria en el olivar que ha sabido transitar hacia un modelo de producción moderno y medioambientalmente sostenible. Esfuerzo y dedicación, experiencia y compromiso, espíritu innovador y de constante mejora, búsqueda de la excelencia y adaptación a los cambios para seguir siendo competitivos son los valores que definen a esta ejemplar compañía de Luque, sin olvidar su fuerte compromiso social con esta comarca olivarera.

Entre Luque y Baena

Las fincas familiares se localizan en el Parque Natural de las Sierras Subbéticas, distribuidas entre los términos de Luque y Baena. La explotación, con





[Para obtener sus AOVEs de alta calidad, la empresa controla todo el proceso de producción, desde el cultivo hasta el envasado]



limpieza, lavado y pesado de 25/30 t./hora de capacidad unitaria, compuesta de varias cintas transportadoras de distinta longitud, limpiadora/lavadora de aceitunas y despalilladora, todo ello de la marca SAFI (modelos LDX 6006 y LDX 6003); una tolva de recepción de 5 t. de capacidad y cinco tolvas de almacenamiento de aceituna limpia de 15 t. cada una, también de SAFI; y un molino de martillos de Pieralisi.

En exteriores también hallamos una tolva de almacenamiento de orujo de 25 t.. de Tamesur; una separadora pulpa-hueso de 6.000 kilos/hora de capacidad accionada por un motor de 40 CV de la firma Innovaciones Oleícolas; y una tolva de almacenamiento y expedición de hueso de 7.000 kilos de capacidad, construida con chapa de acero al carbono de 4 mm. de espesor.

La sala de elaboración está equipada con dos líneas continuas de molturación de dos fases para primera y segunda extracción de Pieralisi (modelo JUMBO 2) con una capacidad de 60 t./día cada una, formada por los siguientes elementos: termobatidora de dos cuerpos superpuestos con sus elementos de batido y 4.400 kilos de capacidad, bomba mono de alimentación de la masa, centrífuga horizontal de dos fases, tamiz vibrador, rasca orujos, bomba de trasiego

una superficie total de 610 hectáreas de olivar, se caracteriza por estar muy parcelada, fruto de las sucesivas adquisiciones, si bien son dos fincas las de mayor superficie e importancia: Cortijo de la Amarguilla, en el término municipal de Baena, y Cortijo de la Pedriza, en el de Luque. Parte de la explotación -unas 100 hectáreas- es de cultivo ecológico y el resto es convencional. Hablamos de un olivar tradicional de montaña -el 80% de secano- en marco de 9x9 metros con una pendiente media que ronda el 20%. Son terrenos franco-arcillosos y arcillosos con un alto contenido en caliza debido a la influencia de las Sierras Subbéticas, una tipología de suelos que, junto con el particular microclima de la zona, confiere a los aceites producidos un altísimo frutado. Las variedades cultivadas son picual (250 ha.), hojiblanca (150 ha.), picuda (150 ha.) y nevadillo

negro (60 ha.). Una diversidad que permite elaborar monovarietales y coupages naturales que realzan las características intrínsecas de cada variedad.

El volumen de producción medio es de 2.000.000 de kilogramos de aceituna, que se transforman en unos 350.000 kilos de aceite, de los que el 85% es virgen extra y el 15% lampante. Los mejores zumos se destinan al envasado (30%), mientras que el 70% restante de virgen extra se comercializa a granel.

Las instalaciones de Sucesores de Hermanos López se sitúan en el antiguo molino de San Antonio, explotado por la familia desde 1919, en el casco urbano de Luque. Tras su cierre en 1972 y posterior reapertura en 1995, se ha conservado la estructura de los principales edificios de la antigua almazara. En el patio de recepción y acondicionamiento de aceituna encontramos una línea de



[La empresa fue pionera al lanzar la primera botella de color blanco para su AOVE *Morellana*]

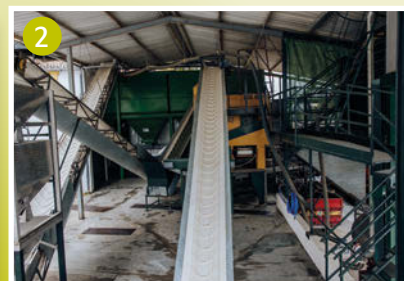
de aceite y transportador horizontal para la retirada de orujos. A todo ello hay que añadir tres centrífugas verticales, también de Peralisi (modelo SC 60).

Las instalaciones albergan tres bodegas para la conservación de los aceites, todas ellas equipadas con depósitos y maquinaria de Manzano: una para los AOVEs gourmet destinados al embotellado, otra para los vírgenes extra comercializados a granel y una tercera para los lampantes. En la primera bodega encontramos tres depósitos de 4.500 kilos de capacidad y dos de 2.500 kilos; en la segunda, 11 depósitos de 16.855 kilos cada uno -con tuberías de conexión en acero inoxidable- y ocho depósitos con capacidad para 25.000 kilos/unidad, fabricados igualmente en acero inoxidable; mientras que la tercera bodega consta de cinco depósitos en acero inoxidable con una capacidad de almacenamiento de 45.000 kilos cada uno. A todo ello hay que sumar otros dos depósitos aclaradores de acero inoxidable con capacidad de 2.000 l./unidad, una bomba de trasiego de masa de 12,5 CV y caudal nominal de 10 m³/h. y tres depósitos nodriza de acero inoxidable con capacidad para 2.500 l./unidad.

Por último, la zona de envasado consta de una línea automática de Olmos para grandes formatos -con su propia etiquetadora- con una capacidad de 1.000 l./hora; y una envasadora de Autelec para pequeños formatos -que son etiquetados manualmente- con una capacidad de 200 l./hora, ambas fabricadas en acero inoxidable.

Dos marcas de AOVE y tres variedades autóctonas

El catálogo de AOVEs de Sucesores de Hermanos López se comercializa bajo dos marcas, *Morellana* y *La Laguna*. Sus vírgenes extra se elaboran a finales de octubre, exclusivamente de forma



Instalaciones de Sucesores de Hermanos López en Luque (Córdoba).
De arriba a abajo, patio de recepción y almacenamiento (1 y 2); y zona de extracción (3 y 4).

artesanal y en producción limitada, empleando los mejores frutos provenientes de fincas de olivos centenarios de las variedades picuda, picual y hojiblanca -autéctonas de la zona-, donde cada una aporta sus características peculiares.

Como señala Andrea López Vericat, "la premisa en la elaboración de nuestros aceites es que la mejor fábrica es la planta del olivo, por lo que nuestro trabajo consiste en alterar lo mínimo posible el producto del campo. Nuestra segunda premisa es que ningún año es parecido a otro, de ahí que procuremos cuidar lo mejor posible nuestros olivares con el fin de conseguir que el fruto llegue a su momento óptimo de madurez en las mejores condiciones. Por ello controlamos el estado de madurez de cada finca con el fin de iniciar la recolección en el momento adecuado, reducimos al máximo los tiempos de transporte del campo a la

almazara, las partidas de entrada son pequeñas pero continuas e iniciamos la molturación para que no transcurran más de dos horas entre el derribo de la aceituna y su procesado. Finalmente, en la almazara controlamos estrictamente el proceso de molturación para que éste se lleve a cabo a la temperatura idónea en aras de obtener vírgenes extra de alta calidad. Aunque sacrificamos mucho rendimiento de la aceituna, lo vemos recompensado por la calidad de nuestros aceites".

"A la experiencia acumulada a lo largo de más de un siglo por nuestros expertos molineros -continúa-, en Sucesores de Hermanos López le sumamos un valor añadido y diferenciador como es la molturación de aceitunas única y exclusivamente provenientes de nuestras fincas, garantizando así una total trazabilidad del producto desde el campo hasta el envasado".

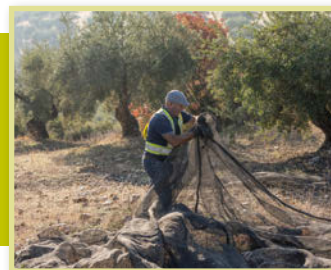
Fabricantes de maquinaria de envasado

¡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

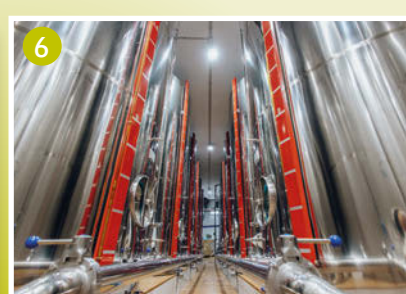
E-mail: olmos@olmosmaquinaria.com · Web: www.olmosmaquinaria.com



Bajo la marca *Morellana* encontramos monovarietales Premium ecológicos de cosecha temprana de picuda, picual y hojiblanca, obtenidos de aceitunas recolectadas en octubre y principios de noviembre, muy intensos a nivel organoléptico, todos ellos amparados por la DOP Baena. *Morellana Picuda* -elegido Mejor AOVE Ecológico del Mundo en 2015 según el prestigioso ranking World's Best Olive Oil (WBOO)- presenta un intenso frutado de aceituna verde con notas de manzana y plátano donde destacan la almendra verde y la hierba recién cortada, así como una entrada dulce en boca, apreciándose en la parte anterior el almendrado y las notas herbáceas de trigo verde. Por su parte, *Morellana Hojiblanca* despliega armonía y elegancia permitiendo disfrutar de una gran complejidad de matices verdes y aromáticos. Su entrada en boca es dulce, apreciándose en la parte anterior hoja de olivo y notas herbáceas, y en la parte posterior un amargo medio acompañado de un picante final muy persistente, característico de la variedad hojiblanca.

Por último, *Morellana Picual* exhibe un frutado intenso con notas de hierba recién cortada, manzana verde, higuera, hoja de olivo y plátano verde; picante y amargo medio-altos y una suave sensación de astringencia. Todos ellos se presentan en formato de vidrio de 100 (estuche de tres unidades) y 500 ml.

La gama de aceites orgánicos -que cuenta con el sello de calidad y compromiso medioambiental Parque Natural de Andalucía- se completa con *La Laguna Ecológico*, un coupage de picual, picuda y hojiblanca con matices aromáticos verdes y maduros, y una entrada en boca dulce en la que se aprecian notas herbáceas, almendra y hoja de olivo. Con amargor medio y un picor final muy ligero, este AOVE ecológico está disponible en for-



Instalaciones de Sucesores de Hermanos López en Luque (Córdoba).
De arriba a abajo, bodega (5 y 6) y zona de envasado (7 y 8).

mato de cristal de 250 y 500 ml., lata de 1 litro y *bag in box* (BiB) de 3 litros.

La línea de aceites de oliva vírgenes extra de cultivo convencional comprende dos *blends*, *La Laguna Selecta* y *La Laguna Coupage*. El primero, presentado en botella de cristal de 250 y 500 ml. y lata de 3 l., es un fresco coupage de picual, picuda y hojiblanca con DOP Baena cuyo frutado verde de intensidad media-alta muestra toques a manzana y hierba recién cortada. Su entrada en boca es dulce y fluida, con amargor medio y picante medio-alto. Por su parte, *La Laguna Coupage* -el más antiguo AOVE del catálogo, lanzado hace 30 años- es un virgen extra procedente de los parajes de singular belleza de La Laguna del Salobral o del Conde, de donde toma su nombre. Mezcla de las tres variedades autóctonas de la zona, y disponible en vidrio de 250 y 500 ml. y PET de 5 l., destaca por su equilibrio, armonía y elegancia. De entrada en boca

muy dulce, en la parte anterior se aprecia la almendra madura y notas herbáceas, con un amargor casi imperceptible y un picor final muy ligero.

Los diferentes AOVes de Sucesores de Hermanos López no han dejado de sumar reconocimientos internacionales en las últimas décadas, en concursos como Olive Japan, NYIOOC World Olive Oil Competition o BIOL International Prize, entre otros. A este respecto, Andrea López indica que "las últimas dos campañas han sido muy complicadas, con unas producciones muy limitadas, pero hemos asegurado la presencia de nuestros aceites en algunos premios que para nosotros son estratégicos por su impacto en los mercados en los que comercializamos".

La primera botella de color blanco del mercado

El carácter innovador de la firma se manifiesta de diversas maneras. Así, tal y

TAMESUR,
CALIDAD Y
RENDIMIENTO

MAQUINARIA DE ELEVACIÓN Y TRANSPORTE

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



 **Tamesur®**

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



[“Tratamos de contribuir a la no despoblación del mundo rural y a que las nuevas generaciones se impliquen en esta tradición milenaria que es la elaboración de AOVEs”, afirman sus gerentes]

como recuerda Antonio López Figueres, “cuando hace 15 años modificamos nuestros formatos, en el mercado sólo existía una botella de color crema. Nosotros elegimos la primera botella de color blanco para nuestro AOVE Morellana. Por aquel entonces el objetivo era destacar en las estanterías sobre los colores negros y verdes que predominaban en este sector. De igual forma, elegimos el color naranja para la marca *La Laguna Selecta*, y el magenta para *La Laguna Coupage*. Aquello supuso todo un cambio al romper la monotonía de colores de los envases. Hoy en día, el colorido y los envases son muy diversos, llamativos y bonitos, pero, aunque se dice que la primera impresión es la que cuenta, lo verdaderamente importante es que el con-

Gama de monovarietales ecológicos Morellana.



Diferentes formatos de *La Laguna Selecta*, *La Laguna Coupage* y *La Laguna Ecológico*.



tenido esté a la altura del envase, como es nuestro caso, por eso no los hemos cambiado desde entonces”.

Profundizando en la cuestión de la importancia del packaging y el branding, Andrea López sostiene que “puedes tener el mejor producto, el mejor envase, pero si no te conocen en el mercado no sirve de nada. En los últimos años hemos procurado trabajar mucho en este sentido y lograr que se nos conozca,

tanto a nivel nacional como internacional, sin olvidar que somos una pequeña empresa y que nuestros recursos son limitados. Intentamos realizar campañas de marketing en nuestra web, redes sociales y otros medios de comunicación, creemos que con bastante éxito, sobre todo porque el que nos prueba repite”.

Con perfiles en Facebook, Instagram y Twitter, la empresa emplea las RRSS y su página web para publicar conte-



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



Equipo humano de Sucesores de Hermanos López, S.A.



Los primos Antonio López Figueres y Andrea López Vericat, sexta generación familiar, actuales gerentes y consejeros delegados de Sucesores de Hermanos López, S.A.



Estand de Sucesores de Hermanos López en Alimentaria 2022 (izqda.) y presencia de *Morellana* en Foodex Japan 2024 (dcha.).



importadores y tiendas gourmet que, al conocer las bondades del producto, son capaces de transmitir el mensaje de calidad a sus clientes. En total, la exportación representa el 20,90% de la facturación de la compañía.

Ferias, catas y apartamentos rurales en el corazón de Andalucía

Sucesores de Hermanos López asiste con regularidad a ferias de carácter nacional e internacional como Alimentaria, WOOE, Foodex Japan, Salón de Gourmets, Salimat... Asimismo, la empresa patrocinó a la Cofradía Gastronómica del Salmorejo Cordobés -que intenta que este plato tradicional sea declarado "Patrimonio Inmaterial de la Humanidad"- en su viaje en marzo de 2023 al Parlamento Europeo, al tiempo que promocionaba en Bruselas su AOVE *Morellana*; y ha participado en diferentes eventos promocionales en la Embajada de España en Japón o la Feria Internacional de Turismo, Fitur.

Además de organizar catas para grupos reducidos, en sus instalaciones recibe visitas de colegios y otros colectivos, mostrando el proceso de elaboración de sus aceites y ofreciendo un desayuno molinero para degustarlos.

La empresa cuenta asimismo en el término municipal de Luque con unos apartamentos rurales con categoría de tres llaves, "Los Castillarejos" (www.loscastillarejos.com),

nidos tanto informativos como comerciales, con noticias acerca de sus productos, novedades y premios, sorteos y promociones, blog e informaciones relacionadas con el sector, etc.

Su extenso portfolio de productos y formatos le permite dirigirse a todo tipo de consumidores. Con una tienda *on line* y otra física en sus instalaciones, Sucesores de Hermanos López está presente con sus aceites Premium en tiendas gourmet tanto nacionales -en Andalucía, Madrid, Barcelona, Bilbao, San Sebastián, Toledo, Murcia, Oviedo, Sóller (Mallorca), Tenerife y Alicante- como internacionales (Países Bajos, Hungría, Austria, Francia, Alemania, Polonia, Bulgaria, Suecia, Eslovaquia y Japón), así como en el canal Horeca. Como explica Antonio López, "el valor añadido y diferenciador de nuestros AOVEs, que provengan sólo de aceitunas de nuestras fincas garantizando así su trazabilidad,

con producciones limitadas en algunas de nuestras marcas, implica que los grandes lineales no sean nuestro mercado principal. Debido a las singularidades de nuestros aceites, intentamos llegar directamente al cliente final y trabajar con tiendas especializadas que conocen la calidad del producto que contiene cada uno de nuestros envases".

"Nos distinguimos -prosigue- por ofrecer una atención muy personalizada a todos nuestros clientes, tanto distribuidor como consumidor final, contando con distribuidores en Japón, EEUU y Corea. Todo ello, junto al hecho de vender un producto que mimamos en todo el proceso, desde el campo hasta la botella, se traduce en un alto grado de fidelización y captación de nuevos clientes".

Además del nacional, la empresa está presente en los mercados estadounidense, asiático y europeo, trabajando mayoritariamente con pequeños



González y París

La experiencia marca la diferencia



Presentación de los AOVEs ecológicos Premium Morellana en Córdoba en abril de 2023.



Cata de AOVEs celebrada en la almazara de Sucesores de Hermanos López en octubre de 2021.



Los apartamentos rurales "Los Castillarejos" se asientan sobre el terreno de un antiguo cortijo andaluz, en una amplia finca privada de más de 15 hectáreas que disfruta de una privilegiada ubicación.

que se asientan sobre el terreno de un antiguo cortijo andaluz, en una amplia finca privada de más de 15 hectáreas cuya privilegiada ubicación permite divisar la belleza paisajística de la Campiña de Córdoba, las Sierras de Jaén y las Subbéticas cordobesas. "Los Castillarejos" debe su nombre a un antiguo recinto fortificado ibero (castro) cuyos restos arqueológicos se encuentran a escasos metros del complejo turístico. La proximidad del Parque Natural de las Sierras Subbéticas y la Vía Verde de la Subbética facilita al visitante disfrutar de los valores naturales de este espacio protegido, así como de las excelencias patrimoniales y artísticas de Luque y Zuheros. Un enclave perfecto para realizar múltiples rutas -en coche, bicicleta y a pie- y disfrutar del hermoso paisaje; avistar aves y descubrir la flo-

ra endémica; o simplemente deleitarse con la gastronomía de la zona.

La construcción conjuga el respeto a la arquitectura tradicional de la comarca y el uso de materiales autóctonos -como la caliza y la piedra de las sierras colindantes-, junto con una apuesta decidida por la modernidad y la funcionalidad. En su diseño se juega con los volúmenes y las luces para crear espacios sugerentes donde el cliente pueda disfrutar y relajarse. A destacar la piscina *infinity* de vaso desbordante, *Mar de Tethys*, que utiliza agua salada y está parcialmente climatizada mediante placas solares que permiten ampliar la temporada de baño, logrando una fusión con el mar de olivos que le rodea.

También conviene resaltar los criterios de sostenibilidad energética, ya que el agua caliente y la calefacción se

generan mediante placas solares y una caldera, que reutiliza como combustible natural el orujillo proveniente del propio molino de aceite familiar. En la extensa finca se han plantado especies arbóreas autóctonas tales como encinas, avellanos, acebuches y almendros, aprovechando la recogida de agua de lluvia para el riego.

En cuanto a los proyectos futuros, los dos gerentes de Sucesores de Hermanos López apuntan que "de acuerdo con el perfil de nuestra empresa, nos marcamos retos a corto plazo con el objetivo de mejorar, intentando adaptarnos a las nuevas tecnologías y a los cambios tan vertiginosos que se producen en el entorno. Lo que tratamos de conseguir siempre es el máximo valor y rentabilidad de nuestra actividad para que nuestros accionistas encuentren rédito a su patrimonio".

"En este sentido -concluyen-, nuestros proyectos van en la línea de intentar adaptarnos al gran reto que tenemos por delante, el cambio climático, que en nuestra opinión es un gran problema por la afección que tiene en nuestros olivares. También buscamos conservar y mantener un patrimonio y un sistema de olivar tradicional que ha generado, genera y, si lo cuidamos, continuará generando riqueza en la zona y en las familias que trabajan con nosotros. Intentamos contribuir a la no despoblación del mundo rural y la famosa España vaciada, tratando de que las nuevas generaciones se impliquen en esta tradición milenaria que es la elaboración de AOVEs".

Sucesores de Hermanos López, S.A.
andrealv@gruposhl.com
alopez@gruposhl.es
www.aceiteshl.com

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

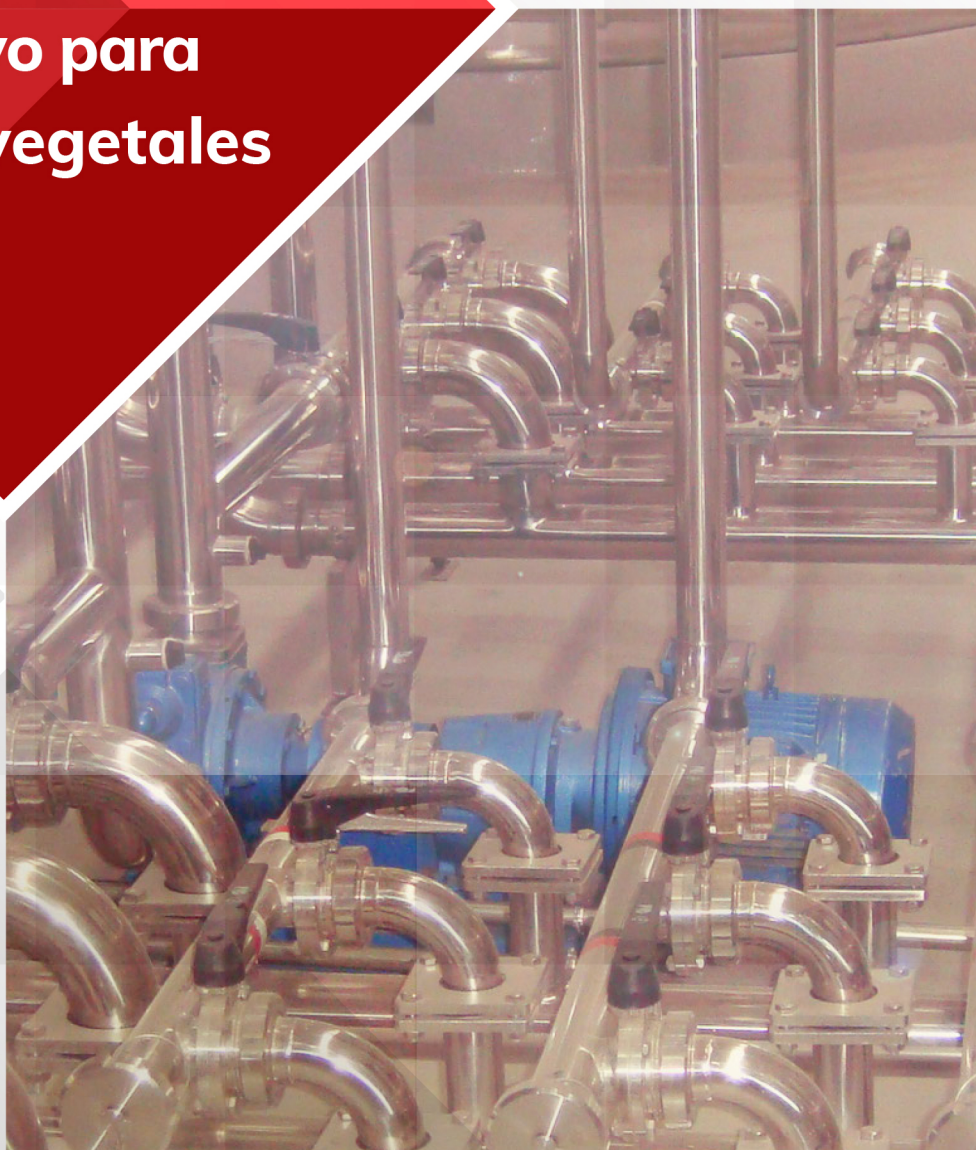


bombas

TRIEF

desde 1967

DESDE 1967



DISEÑO Y FABRICACIÓN DE BOMBAS



ventas@bombastrief.es
bombastrief.es



(+34) 944 416 238



Lutxana Asua Errepidea, 26
48950 Erandio, Bizkaia

Cooperalive convierte a las cooperativas oleícolas en un refugio de biodiversidad



El Grupo Operativo Cooperalive -integrado por Citoliva, SEO/BirdLife, Grupo Interóleo y la Diputación Provincial de Jaén- ha dado un paso firme hacia la agricultura sostenible al transferir con éxito el modelo Olivares Vivos al entorno de las cooperativas oleícolas, obteniendo unos resultados prometedores y alentadores que amplían aún más las aplicaciones de este modelo de agricultura que mejora la rentabilidad agrícola a través de la recuperación de la biodiversidad.

Las tres cooperativas seleccionadas para impulsar el modelo Olivares Vivos han sido Oleo-campo (Torredelcampo), Cooperativa Bedmarese (Bedmar) y Nuestra Señora de los Remedios (Jimena), ubicadas en la provincia de Jaén. Repartidas entre ellas, 11 fincas han cambiado su modelo productivo para aplicar medidas que recuperan biodiversidad, apostando por olivares respetuosos con el medio ambiente y han conseguido beneficios en términos económicos, medioambientales y para la salud humana, al mismo tiempo que se ha trabajado con ellas en la mejora de la calidad de la aceituna producida y en la elaboración de aceites de oliva vírgenes extra excelentes. Como resultado, estas cooperativas podrán ofrecer un producto diferenciado, abriendo así una nueva línea de negocio.

Principales resultados

La puesta en marcha del Grupo Operativo Cooperalive incluyó la participación de 11 fincas repartidas entre las tres cooperativas seleccionadas. En todas ellas se han llevado a cabo las intervenciones propias del modelo Olivares Vivos, comenzando con un censo de biodiversidad para conocer el estado en el que se encontraba la flora y la fauna inicial en cada uno de estos olivares. Visto esto, se iniciaron las actuaciones para mejorar y fortalecer el ecosistema. Estas actuaciones componen los tres pilares fundamentales del modelo Olivares Vivos: la gestión sostenible de la cubierta herbácea, la instalación de elementos de apoyo a la



Alzacola rojizo posado en un olivo.

fauna y la revegetación de los espacios improductivos de cada finca.

Así, estas actuaciones van a servir para mejorar los datos obtenidos en los censos sobre la diversidad de aves y plantas herbáceas en las fincas participantes. En los 11 olivares, se registraron entre 19 y 29 especies de aves de entre 21 y 23 géneros, siendo llamativo el alto porcentaje de aves insectívoras censadas. Sobre las hierbas, en los olivares analizados para el Grupo Operativo Cooperalive se hallaron entre 19 y 28 especies diferentes de plantas de entre 17 y 24 géneros.

Paralelamente, se proporcionó a los participantes asistencia técnica y formación tanto en producción de aceituna como de aceite de calidad, porque para que la agricultura sea sostenible ambientalmente y pueda recuperar biodiversidad, también debe ser sostenible económicamente. Por ello, para llevar el valor añadido de la naturaleza a las

botellas de aceite de oliva virgen extra, cada cooperativa lanzó ediciones especiales de sus botellas habituales en las que se asegura la trazabilidad de un zumo que restaura la flora y la fauna agraria. Asimismo, el Grupo Interóleo, con las tres cooperativas participantes que aglutina, comercializó estos aceites diferenciados, contribuyendo, además, a mejorar la promoción de este sello en un mercado donde la sostenibilidad cada vez tiene más importancia. Así, la participación en el Grupo Operativo Cooperalive les está permitiendo abrir nuevas oportunidades de negocio y distribución, llevando estos aceites diferenciados al mercado de IV y V gama.

Estas acciones no sólo han supuesto un beneficio para la biodiversidad, sino que también aportan ventajas económicas al conjunto de cooperativas del Grupo Interóleo, creando una edición especial de AOVE que garantiza la trazabilidad de un producto único: un acei-



te que no sólo cuida de nuestra salud, sino también de la biodiversidad.

A esto se suma que, al ser un Grupo Operativo vinculado estrechamente con el LIFE Olivares Vivos +, estas cooperativas también se benefician de las acciones de promoción desarrolladas bajo el paraguas de este proyecto. Entre ellas, destacan los eventos “*El gusto por la biodiversidad*”, donde se pone en valor el potencial de los AOVEs *Olivares Vivos* en el mundo de la alta cocina junto con el de las hierbas silvestres que crecen en los olivares gestionados bajo su modelo. Estos eventos son, además, un punto de encuentro entre cocineros y expertos de la gastronomía en un formato que combina una exposición de las ventajas de los aceites producidos en olivares de calidad con una degustación de platos elaborados con dichos AOVEs y plantas silvestres.

Y, para hacer más fácil la identificación de todas las marcas de oro líquido que trabajan para recuperar la biodiversidad de sus olivares, bajo el amparo del LIFE Olivares Vivos + también se ha elaborado un catálogo de aceites. En él se incluyen tanto datos sobre la finca en la que se producen los zumos, como las distintas variedades y sus cualidades. Las tres marcas participantes en el Grupo Operativo aparecen en este catálogo

para promocionar el valor añadido de sus aceites.

Por otra parte, en el marco de actuaciones de Cooperative se ha desarrollado una serie de jornadas de formación destinadas a todos los agricultores de las cooperativas. Estos talleres giraron en torno a temáticas como las prácticas agronómicas sostenibles, los servicios ecosistémicos que aporta la biodiversidad, los factores agronómicos y tecnológicos que afectan a la producción de aceituna y por tanto de AOVE de calidad, y el papel de las almazaras para la gestión de la

trazabilidad de los productos.

Asimismo, también se ha trabajado en otra serie de experiencias para fortalecer la imagen de marca y su esfuerzo en la recuperación de la biodiversidad agraria de las tres cooperativas. En concreto, se ha creado un libro donde se recogen los testimonios de agricultores y agricultoras que trabajan mano a mano con la naturaleza y que se ha lanzado bajo el título “*Libro de experiencias y buenas prácticas en fincas demostrativas Olivares Vivos*”. En este compendio de entrevistas los olivares hablan en primera persona sobre cómo es su trabajo en el cultivo emblemático del Mediterráneo, cómo apoyan su gestión en la biodiversidad y el valor que esto tiene para sus aceites.

A este libro se suma el análisis realizado en el trabajo desarrollado en el marco del proyecto en formato libro, con el título “*Estudio de Ventajas Competitivas que Presentan los Olivares Respetuosos con el Medio Ambiente*”. Entre sus principales resultados destaca que en los cinco tipos de olivar estudiados (olivares vivos, convencional, ecológico, biodinámico y biorregenerativo), la renta neta global registrada en las fincas de Olivares Vivos es superior con respecto a otros modelos de gestión. Además, “el precio de venta del aceite

de oliva procedente de Olivares Vivos es superior al del resto de categorías”.

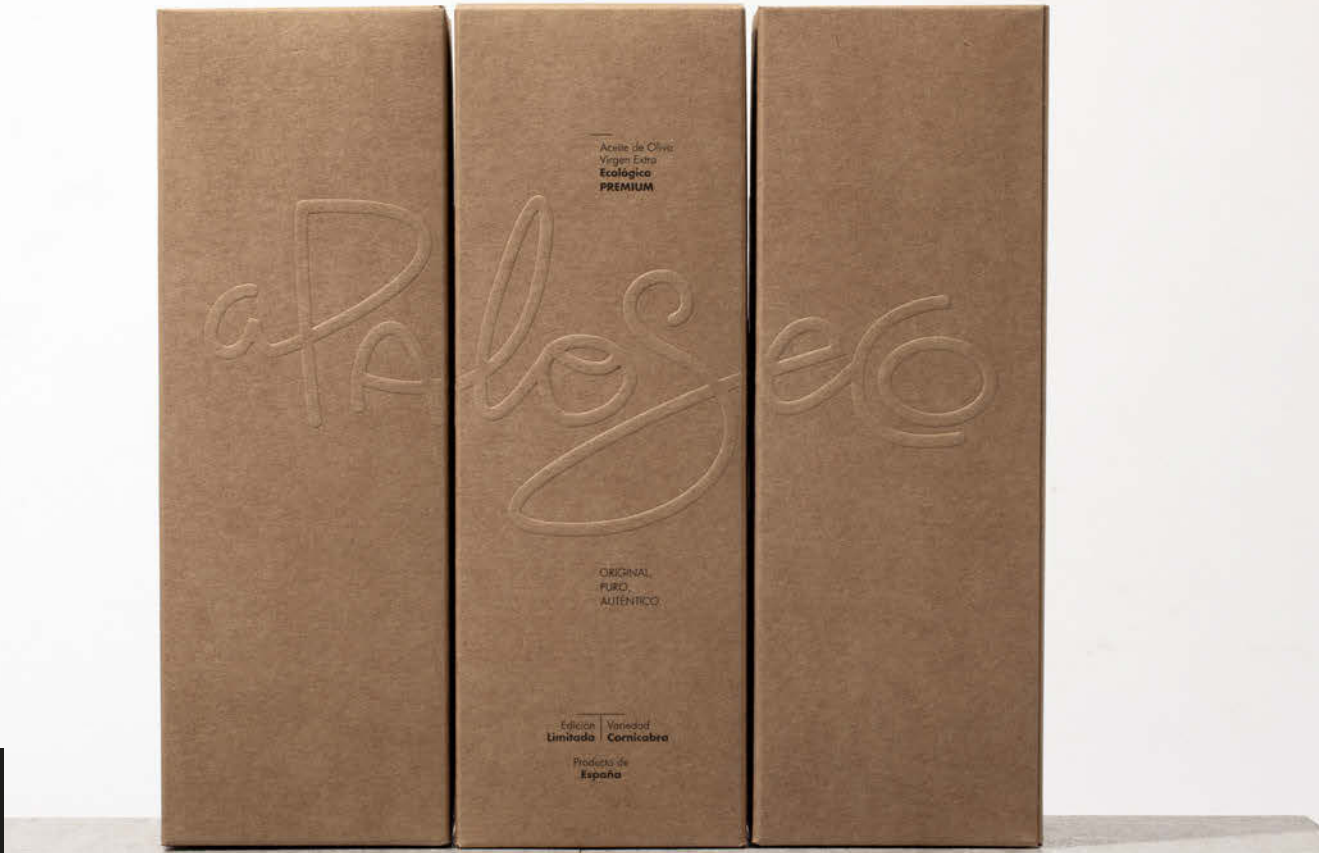
Olivares Vivos, un modelo diferente

Con los proyectos LIFE Olivares Vivos ha quedado demostrado que los servicios ecosistémicos que aporta la naturaleza ayudan a evitar la erosión e incrementar la fertilidad del suelo, a aprovechar mejor el agua de lluvia y a controlar de forma natural plagas y enfermedades. Es un proceso de “re-naturalización” del campo que reduce los costes y genera valor añadido sin afectar a la producción. Una ventaja competitiva para los AOVEs *Olivares Vivos* para diferenciarse en el mercado y conectar con un consumidor cada vez más comprometido con la conservación de la naturaleza. De hecho, los AOVEs que llevan el sello *Olivares Vivos* son los primeros y únicos productos agroalimentarios con una contribución científicamente probada a la recuperación de la biodiversidad.

Por ello, es fundamental conocer a estos consumidores y diseñar la mejor estrategia comercial para trasladar el valor de la biodiversidad al mercado; pues lo más difícil no es generar valor añadido en un AOVE, sino venderlo.

En este sentido, el estudio y análisis de la flora y fauna olivarera no es el único objetivo del proyecto. En él también se continúa con los estudios de mercados y del comportamiento del consumidor que arrojarán más luz sobre cómo promocionar el sello *Olivares Vivos*. Los consumidores otorgan, cada vez más, una gran importancia a los valores relacionados con la preservación del medio ambiente, el origen natural de los productos o que conserven la biodiversidad. Al respecto, el sello *Olivares Vivos* les garantiza que con su decisión de compra están contribuyendo a una recuperación real y contrastada de flora y fauna y, además, que en la finca en la que se ha producido ese AOVE se ha emprendido un camino seguro hacia la sostenibilidad. 🟢







Adaptación y comportamiento agronómico de la variedad lecciana cultivada en seto en secano en Extremadura

El olivar en seto en secano surge como una innovación clave para optimizar la rentabilidad y sostenibilidad en zonas con recursos hídricos limitados. Extremadura, con más de 270.000 hectáreas de olivar y unas condiciones climáticas desafiantes, destaca como una región estratégica para este modelo. La variedad lecciana se presenta como una alternativa prometedora gracias a su resistencia al frío, sistema radicular robusto, ciclo fenológico adaptado, eficiencia en el uso del agua y resistencia a enfermedades. Estudios como los realizados por el Centro de Investigaciones Científicas y Tecnológicas de Extremadura (CICYTEX) buscan validar su desempeño en esta región y optimizar su manejo, aportando información esencial para nuevas plantaciones.



Por Xavier Rius García¹, Francisco Fernández Barroso², José Manuel Lacarte Peña¹ y Anna Nin Lluçà³

Los resultados obtenidos por el CICYTEX tras seis años de evaluación en una plantación de olivar en seto en secano (Figura 1) destacan la superioridad productiva de la variedad lecciana en términos de rendimiento de aceite y eficiencia entre las ocho evaluadas en el ensayo. Esta evidencia confirma su potencial como una opción preferente para las nuevas plantaciones en las condiciones específicas de Extremadura.

Extremadura cuenta con una notable diversidad de suelos, desde franco-arenosos hasta franco-arcillosos, que requieren un manejo específico para optimizar el vigor y el uso del agua en el olivar en seto. Su clima mediterráneo continental, con precipitaciones anuales irregulares de 400-600 mm. y veranos calurosos que superan los 35° C, plantea importantes desafíos. La variedad lecciana, con brotación tardía, maduración precoz y resistencia al frío, muestra una excelente adaptabilidad a estas

Los resultados obtenidos por el CICYTEX tras seis años de evaluación en una plantación de olivar en seto en secano destacan la superioridad productiva de la variedad lecciana en términos de rendimiento de aceite y eficiencia

condiciones, ofreciendo un margen de seguridad frente a eventos climáticos extremos asociados al cambio climático.

La evapotranspiración potencial (ETP) es elevada, especialmente durante el período estival, alcanzando valores acumulados anuales de 1.200-1.400 mm. Este



Plantación de la variedad lecciana en La Albuera (Badajoz). Finca Fuente del Maestre de Juan Diego Gragera (febrero de 2022).

factor, combinado con la irregularidad de las precipitaciones, genera un déficit hídrico significativo durante gran parte del ciclo de cultivo. A principios de junio empieza el estrés hídrico, que continúa durante los meses de verano, provocando un marcado déficit hídrico (Figura 2).

Comportamiento agronómico de lecciana en seto

La variedad de olivo lecciana, desarrollada por la Universidad de Bari y Agro-

¹ Ingeniero agrónomo en Agromillora y autor del libro "La revolución del olivar"

² Ingeniero agrónomo y consultor. Gerente en Chicurri Agro

³ Responsable de Comunicación en Agromillora

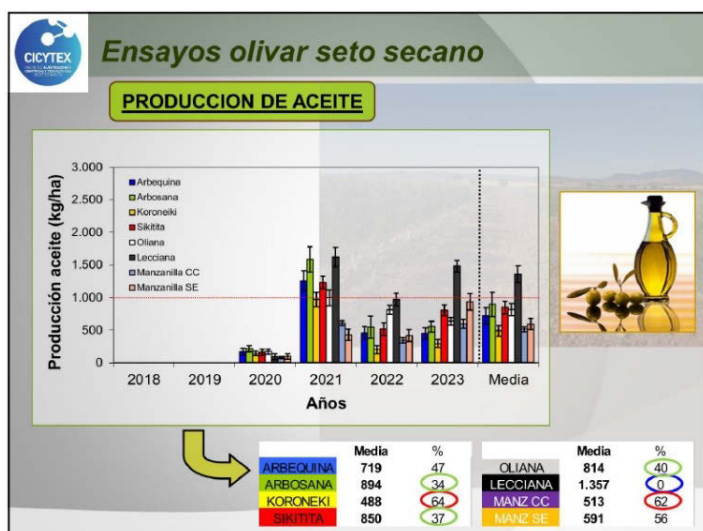


Figura 1. Producción de aceite de ocho variedades cultivadas en seto y en secano desde su plantación en 2008. Resultados obtenidos por el CICYTEX.

[[La combinación de resistencia a *Xylella*, adaptabilidad a condiciones de secano y excelente perfil productivo posicionan a lecciana como una opción estratégica y de futuro para el sector olivarero extremeño]]

de promedio, madura 7-10 días antes que arbequina, ofreciendo alta productividad por árbol. Estas características hacen de lecciana una variedad prometedora en sistemas de secano en seto.

Lecciana se caracteriza por un vigor medio-alto, con un crecimiento vegetativo potente que requiere una gestión

millora, es el resultado del cruce entre arbosana (♀) y leccino (♂), destacando por su vigor medio-alto y porte erecto, ideal para cultivos en seto. De temprana

entrada en producción -hacia el tercer año- y alta eficiencia productiva, logra rendimientos de 0,5 kg. de frutos por cm² de tronco. Su fruto, de 3,5 gramos

**Terra-Sorb
radicular**

SymBiotic®

Toda la información:



Tu **Terra-Sorb®**
de siempre,
más vivo que nunca

Bioiberica

BIOESTIMULANTE PROBIÓTICO





El aceite de lecciana tiene una excelente aceptación en el mercado, tanto por sus características organolépticas como por su versatilidad; su perfil sensorial equilibrado lo hace adecuado tanto para consumo directo como para uso culinario.]

específica en formación en seto. Este vigor se manifiesta en una rápida formación de la estructura del árbol, permitiendo alcanzar el volumen productivo en menor tiempo que otras variedades. Los brotes anuales muestran un crecimiento vigoroso, con entrenudos largos y tendencia a la emisión de ramas con ángulos abiertos. Esta característica, aunque puede suponer un desafío en el manejo del seto, permite una rápida recuperación tras las podas severas y una excelente capacidad de regeneración vegetativa.

Con un ciclo corto y bien definido, la variedad lecciana está especialmente adaptada al secano mediterráneo, optimizando el uso del agua disponible. Su floración media tardía, 15-20 días después de arbequina, coincide con condiciones climáticas más estables, favoreciendo la fecundación y el cuajado. Además, su maduración precoz (10-15 días antes que arbequina) permite una cosecha temprana antes de las lluvias otoñales, mejorando la calidad del fruto y la organización de la recolección.

El sistema radicular de esta variedad destaca por su rápida y profunda expansión, alcanzando más de 70 cm. en suelos apropiados, lo que le permite acceder a recursos hídricos y nutrientes no disponibles para otras variedades de raíces más superficiales. Su arquitectura densa y ramificada optimiza la exploración del suelo, siendo especialmente ventajosa en condiciones de

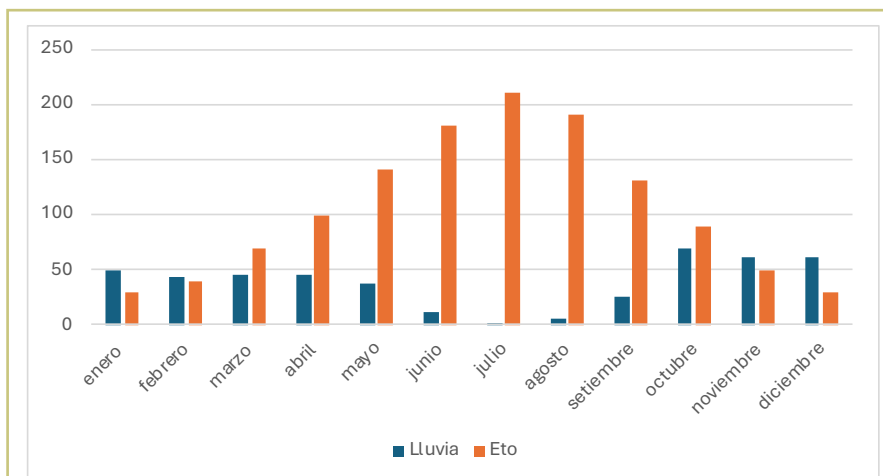


Figura 2. Datos de lluvia y Eto (mm) en Badajoz.



Floración de lecciana.

secano o con precipitaciones irregulares. Esta capacidad favorece un crecimiento vegetativo vigoroso, asegura un excelente anclaje y ofrece resistencia ante condiciones adversas, tales como vientos fuertes.

La entrada en producción es rápida, alcanzando producciones significativas a partir del cuarto año. Las producciones medias en seto de secano, una vez estabilizado el cultivo, oscilan entre 6.000-8.000 kg./ha. en años normales, con potencial para superar los 10.000 kg./ha. en ejercicios favorables. Sin embargo, muestra una tendencia natural a la vecería que debe ser gestionada mediante técnicas de cultivo apropiadas. La producción se caracteriza por un alto rendimiento graso, que suele oscilar entre el 16-19%.

La variedad lecciana muestra buena adaptación al cultivo en seto, requiriendo un manejo específico debido a su elevado vigor. Su copa abierta permite una buena iluminación y responde bien



Desarrollo de la variedad lecciana dos años después de su plantación.



Sistema radicular de lecciana.

a la poda mecánica, regenerándose rápidamente. El seto puede mantenerse entre 2,8-3 metros de altura y 90-100 cm. de ancho con podas regulares.

En abril de 2024, la región italiana de Puglia marcó un hito importante al autorizar la plantación de lecciana y leccio del Corno en áreas afectadas por *Xylella fastidiosa*. Esta decisión se fundamentó en exhaustivos estudios del Instituto para la Protección Sostenible de las Plantas del CNR que confirmaron la



Plantación en riego deficitario (500 m³/ha.) en Villafranca de los Barros (Finca las Monjas). Producción de 14.000 kg./ha. con un rendimiento neto del 14% (año 2024).



resistencia de lecciana y la tolerancia de leccio del Corno frente a la bacteria.

En este contexto, la resistencia de lecciana a *Xylella fastidiosa* adquiere un valor estratégico excepcional. Esta característica, sumada a su adaptación

al secano, alta eficiencia productiva y calidad de aceite superior, la convierte en una opción ideal para el olivar superintensivo. Aunque actualmente la *Xylella* no representa una amenaza inmediata en Extremadura, la expansión

de la enfermedad por la Cuenca Mediterránea subraya la importancia de considerar variedades resistentes en nuevas plantaciones.

La combinación de resistencia a *Xylella*, adaptabilidad a condiciones de secano y excelente perfil productivo posicionan a lecciana como una opción estratégica y de futuro para el sector olivarero extremeño, ofreciendo seguridad a largo plazo frente a potenciales amenazas fitosanitarias.

Manejo agronómico específico

La variedad lecciana se presenta como una opción prometedora para olivares de secano gracias a su eficiente desarrollo radicular, ciclo fenológico y adaptabilidad edafoclimática. Aunque su vigor puede ser una ventaja, requiere un manejo agronómico específico y bien planificado para evitar problemas derivados de un crecimiento excesivo. El éxito en su cultivo radica en adaptar las prácticas a sus características, con un

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**





Olivos afectados por *Xylella fastidiosa*.

enfoque en el control del vigor, permitiendo maximizar su potencial productivo y aprovechar sus cualidades sobresalientes mediante técnicas y planificación adecuadas.

Gestión de suelos

De vigor medio-alto, lecciana se adapta bien a terrenos pobres y de secano que ayudan a contener su vigor. En suelos con mayor capacidad de retención de agua es necesario limitar la fertilización a lo estrictamente necesario. El manejo en suelos arcillosos de Extremadura debe incluir el control de grietas mediante laboreo superficial, evitar la formación de suela de labor, mantener la estructura para optimizar la infiltración y gestionar la compactación causada por maquinaria. En suelos neutros o ácidos se recomienda el encalado con dolomitas antes y durante la plantación para mejorar las condiciones edáficas.

Formación y poda del seto

La formación inicial de lecciana es clave para un desarrollo productivo adecuado. En el primer año se realizan despuntes frecuentes (60, 150, 280 cm.) para romper la dominancia apical y promover la ramificación lateral, formando una estructura multirrama desde la base. No se recomienda el eje central debido a su vigor. El calendario de podas incluye despuntes para ramificación en el primer año; podas laterales para definir el seto en el segundo año; y, a partir del tercer año, podas de producción y mantenimiento.

El seto debe mantenerse con una anchura máxima de 1 metro y una altura de hasta 3 metros, acorde con la

maquinaria de cosecha. Para controlar el vigor se recomienda el *topping* en agosto, ya que las podas de verano reducen el mismo, mientras que las de invierno lo estimulan. La poda lateral debe realizarse cerca de la floración para favorecer el cuajado y equilibrar el desarrollo vegetativo.

Control del vigor

El manejo del vigor es uno de los aspectos más críticos en la gestión de la variedad lecciana en seto, por lo que se deben aplicar diferentes estrategias complementarias (Figura 3):

- Poda en verde durante el período vegetativo para controlar el crecimiento excesivo;
- Ajuste de la fertilización, especialmente nitrogenada, para no estimular crecimientos excesivos;
- Mantenimiento de cubiertas vegetales que compitan por recursos en momentos críticos;
- Programación de podas mecánicas para mantener las dimensiones del seto.

Gestión de la vecería

La vecería en el olivo es un proceso fisiológico que alterna ciclos de alta y baja producción causado por la competencia entre el desarrollo vegetativo y reproductivo. En años de alta carga, las semillas generan hormonas inhibitoras que limitan la floración futura, mientras los frutos consumen nutrientes y reservas, afectando la formación de yemas para el siguiente ciclo. Además, factores como el estrés hídrico o nutricional y las condiciones climáticas pueden agravar este fenómeno. La variedad lecciana es



Suelos profundos arcillosos en Extremadura.

susceptible a la vecería si no se maneja adecuadamente. Para estabilizar la producción, se recomiendan estrategias como poda reguladora (intensificar en años de alta carga para equilibrar la relación hoja/fruto); control del vigor (manejar suelo, cubierta vegetal y fertilización para evitar desequilibrios); fertilización ajustada (adaptar nutrientes según el estado productivo, apoyándose en tratamientos foliares); y cosecha temprana (recolectar en el momento óptimo para preservar las reservas del árbol).

Alta calidad del aceite

El aceite de la variedad lecciana presenta características organolépticas y químicas distintivas que lo posicionan como un aceite de alta calidad con buena aceptación en el mercado. Su perfil sensorial se caracteriza por un frutado medio-alto de aceituna verde, con notas herbáceas



LECCIANA®

— LA VARIEDAD ITALIANA DE LOS —
GRANDES ACEITES

Lecciana es conocida por su rusticidad y resistencia, siendo la mejor opción para el cultivo en zonas secas y áridas, donde prospera incluso en condiciones difíciles.

Además, destaca por su sorprendente tolerancia al frío. Es una valiosa elección para los agricultores que buscan una variedad resistente y de alto rendimiento para la producción de aceite de oliva.



Desde nuestro propio vivero en Córdoba nos dedicamos a la producción de planta de almendros, olivos y pistachos principalmente, así como dar servicio técnico de asesoramiento referente a la elección de especie, variedad y portainjerto que mejor se adecue a las condiciones de su finca (edáficas, climatológicas, secano/regadío, etc.)

agrosan.com



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI BARI
ALDO MORO

Lecciana es una variedad propiedad de Universidad de Bari

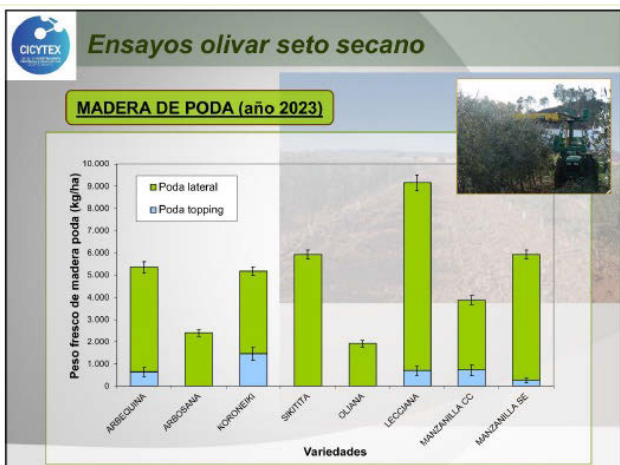


Figura 3. Pesos de poda en diferentes variedades.



Figura 4. Perfil de cata de AOVE de lecciana.

frescas y presencia de aromas secundarios que recuerdan a hierba recién cortada y hortalizas verdes. En boca destaca por un equilibrio notable entre el amargo y el picante, ambos de intensidad media, siendo el picante ligeramente más persistente. La sensación final corresponde a un aceite armónico y equilibrado, con complejidad aromática pero sin atributos excesivamente intensos que pudieran limitar su aceptación por el consumidor medio (Figura 4).

Composición química, estabilidad y vida útil

Con un perfil de ácidos grasos equilibrado, la composición química del aceite de lecciana -contenido en ácido oleico que oscila entre el 75-78% y alto contenido en polifenoles (350-550 ppm), especialmente cuando la recolección se realiza en el momento óptimo de maduración- le confiere una buena estabilidad oxidativa, lo que se traduce en una vida útil prolongada. Los estudios de conservación muestran que mantiene sus características de calidad durante períodos superiores a 18 meses cuando se almacena en condiciones adecuadas.

El aceite de esta variedad destaca asimismo por su elevado contenido en tocoferoles, buena proporción de compuestos fenólicos y niveles adecuados de antioxidantes naturales. La resistencia a la oxidación se ve favorecida por el equilibrado perfil de ácidos grasos, el contenido en antioxidantes naturales y la presencia de polifenoles específicos.



Valoración comercial

El aceite de lecciana disfruta de una excelente aceptación en el mercado, tanto por sus características organolépticas como por su versatilidad. Su perfil sensorial equilibrado lo hace adecuado tanto para consumo directo como para uso culinario. Las características específicas que mejoran su valoración comercial incluyen un atractivo color verde-dorado, ausencia de defectos sensoriales cuando se procesa adecuadamente, buena estabilidad durante el almacenamiento, perfil organoléptico que satisface las preferencias del consumidor medio y excelente comportamiento en mezclas con otros aceites. La recolección temprana, característica del ciclo de la variedad, permite obtener



aceites de máxima calidad antes de que las condiciones climatológicas otoñales puedan afectar negativamente a la calidad del fruto.

Conclusiones

La variedad lecciana es ideal para el cultivo superintensivo en seco en Extremadura, gracias a su eficiente ciclo fenológico, potente sistema radicular y capacidad de optimizar recursos hídricos. Su adaptación a las condiciones locales, precocidad en producción y altos rendimientos la hacen viable y rentable. Sin embargo, su éxito depende de un manejo agronómico preciso, con especial atención al control del vigor y la gestión de la vecería, mediante programas de poda sistemáticos y control adecuado de la carga productiva. 🍯



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



Programa de mejora genética de olivo (Promegeo)

El proyecto Promegeo engloba diferentes actividades que cubren los principales objetivos del programa de mejora genética de olivo del IFAPA. El objetivo general es la selección de nuevas variedades de olivo para obtención de aceite caracterizadas por su precoz entrada en producción, alto rendimiento graso y calidad del aceite, resistencia a factores bióticos y abióticos y adaptación a diferentes sistemas de cultivo. Para ello se cuenta con una amplia red de ensayos implantados tanto en fincas propias del IFAPA como en colaboración con otros actores públicos y privados.



Por Lorenzo León¹, Angjelina Belaj¹, Juan Carlos Hidalgo¹, Daniel Pérez¹, Araceli Sánchez², Juan Cano², Francisco César Páez³, María Gema Guzmán⁴, María Guacimara Medina⁵ y Raúl de la Rosa⁶

En los últimos años se han producido grandes cambios en el cultivo del olivar que han puesto de manifiesto la necesidad de obtener nuevas variedades adaptadas a un olivar moderno y competitivo que reemplacen a las hoy cultivadas que fueron obtenidas por los agricultores en el marco de una olivicultura tradicional. Asimismo, la irrupción o agravamiento de diferentes problemas fitosanitarios, las amenazas planteadas por los diferentes escenarios de cambio climático y la apuesta cada vez mayor por sistemas de agricultura ecológica advierten de la importancia de disponer de nuevo material vegetal con características mejoradas.

Los avances recientes en mejora genética de olivo han permitido la se-

lección y registro, por primera vez en España, de nuevas variedades de utilidad real para los agricultores, cooperativas y empresas del sector olivícola. La primera variedad obtenida por mejora sistemática en nuestro país fue chiquitita/sikitita (Rallo *et al.*, 2008), adaptada para el cultivo en seto de alta densidad, fruto del programa conjunto del IFAPA y la Universidad de Córdoba dedicado a la obtención de nuevas variedades para producción de aceite. En este mismo programa de mejora se han registrado recientemente dos nuevas variedades que continúan la serie iniciada: sikitita-2 y martina. Se trata de variedades precoces y productivas, con una arquitectura adaptada a media-alta densidad de plantación y de las que se obtiene un AOVE de alta calidad, estabilidad y

perfiles organolépticos singulares. Estas tres variedades comparten como parentales a arbequina y picual. Más recientemente, en el programa de mejora del IFAPA para resistencia a verticilosis se han registrado tres nuevas variedades (designadas por sus códigos 111-2, 117-117 y 117-120) con alto nivel de resistencia y buenas características agronómicas, procedentes de cruzamientos en los que intervienen parentales con cierto nivel de resistencia a la enfermedad (Serrano *et al.*, 2021ab).

El proyecto Promegeo da continuidad al programa de mejora genética de olivo del IFAPA generando y seleccionando nuevo material potencialmente interesante para su registro como nuevas variedades; contribuyendo de esta manera a la generación de nuevo conoci-

¹ IFAPA Centro Alameda del Obispo (Córdoba) / lorenzo.leon@juntadeandalucia.es

² IFAPA Centro Venta del Llano, Mengíbar (Jaén)

³ IFAPA Centro de Cabra (Córdoba)

⁴ IFAPA Centro Camino de Purchil (Granada)

⁵ Servicio Técnico de Agricultura y Desarrollo Rural. Cabildo Insular de Tenerife, Santa Cruz de Tenerife

⁶ Instituto de Agricultura Sostenible (IAS-CSIC), Córdoba



Figura 1. Banco Mundial de Germoplasma de Olivo del IFAPA.

Variedades	Registro	País de procedencia
Aggezi Shami	1100	Egipto
Aghchren de Titest	1522	Argelia
Arroniz	994	España
Escarabajo	1720	España
Khadraia	1548	Argelia
Manzanillera de Huércal Overa	757	España
Patronet	649	España
Pequeña de Casas Ibáñez	562	España
Picalaceña de Cornago	2027	España
Ronde de Meliana	1533	Argelia
Rotondella di Melfi	1277	Italia
Royeta de Asque	2030	España
Tefah	1539	Argelia
Zeitoun Boubezzoula	1890	Túnez

Tabla 1. Listado de variedades seleccionadas para ensayo como potencialmente adaptables al cultivo en seto de alta densidad.

miento científico, siempre en contacto con el sector, principal destinatario de nuestro trabajo.

Objetivos del proyecto

El proyecto se articula en torno a tres objetivos:

1. Selección de material vegetal para caracteres de adaptación a diferentes sistemas de cultivo, productividad y calidad. Se trata de seguir y ampliar los trabajos previos del programa de mejora que han permitido disponer de material vegetal

en diferentes etapas de selección. Asimismo, se pretende incrementar el conocimiento en relación con la herencia y la interacción genotipo x ambiente para caracteres como producción, rendimiento graso, calidad sensorial y química.



Somos la solución para la valorización de sus subproductos

www.bioliza.es | direccion@bioliza.es | +34 678 506 512

bioliza

ESTRATEGIAS EN BIOENERGÍA



Entre los nuevos ensayos planificados se van a establecer campos con un grupo de variedades del Banco Mundial de Germoplasma de Olivo del IFAPA (Gómez-Gálvez et al., 2024), seleccionadas como potencialmente interesantes por su adaptación al cultivo en seto de alta densidad (Figura 1, Tabla 1). Es conocido que este sistema está teniendo una gran expansión en los últimos años, pero sigue basándose en un grupo muy limitado de variedades adaptadas. Estas pocas variedades además comparten la arbequina, en su mayoría como uno de sus parentales, con el consiguiente riesgo de consanguinidad. Para ampliar la base genética disponible, se ha analizado la información contenida en la base de datos de caracteres agronómicos del Banco atendiendo especialmente a la información sobre precocidad de entrada en producción, vigor y arquitectura, productividad y rendimiento graso (Gómez-Gálvez et al., 2021).

2. Generación de material vegetal y caracterización de resistencia a factores bióticos limitantes (enfermedades y plagas). En el caso de las enfermedades, se pretende generar nuevo material potencialmente interesante por su resistencia a verticilosis (*Verticillium dahliae*) y desecamiento rápido del olivo (*Xylella fastidiosa*). En cuanto a las plagas, se llevará a cabo la caracterización físico-química y metabólica de la susceptibilidad varietal a mosca del olivo (*Bactrocera oleae*) como base para el desarrollo de nuevas estrategias de control de la plaga y selección varietal.

En cuanto a la verticilosis, los ensayos en marcha han permitido confirmar la resistencia de selecciones previas del programa de mejora (Figura 2). Estas nuevas variedades muestran en condiciones de campo una incidencia nula o muy baja comparadas con el control susceptible picual. Próximamente, estas tres nuevas variedades iniciarán su vida comercial dando respuesta a una de las principales demandas de nuestros agricultores relacionadas con problemas de enfermedades en olivar en la actualidad.

En cuanto a la susceptibilidad varietal a mosca del olivo, se han caracte-

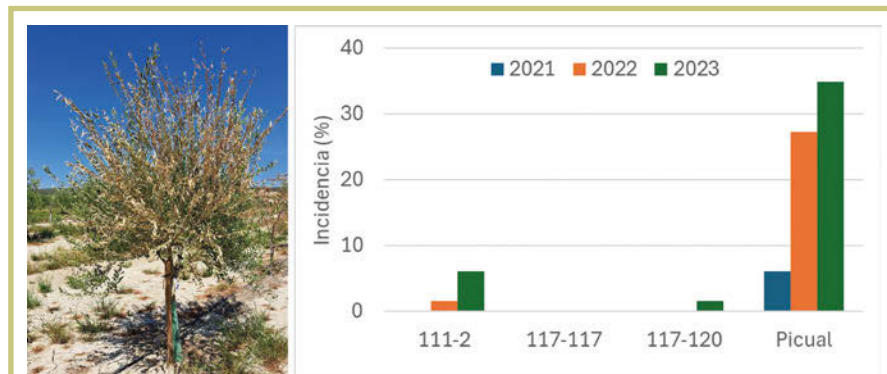


Figura 2. Incidencia de verticilosis durante tres años en ensayos en nuevas variedades del programa de mejora comparadas con el control susceptible picual.

Compuestos volátiles

Heptane	Methyl 3-methylbut-2-enoate	Nonanal
Cyclohexane	(Z)-3-Hexenal	β -Butoxyethanol
Acetone	Heptanal	2,4-Hexadienal
Methylolacetone	o-Xylene	2,6-Dimethyl-7-octen-2-ol
2-Methylbutyraldehyde	D-Limonene	(E,E)-2,4-Heptadienal
2-Butanone	(E)-2-Hexenal	2-Ethyl-1-hexanol
Ethanol	2-Hexenal	α -Copaene
Hexyl methyl ether	α -Ocimene	cis- α -Bergamotene
2-Ethylfuran	Octyl chloride	Benzaldehyde
2-Pentanone	cis- β -Ocimene	α -Bergamotene
Pentanal	o-Cymene	1-Nonanol
3-Pentanone	Hexyl acetate	Alloaromadendrene
Decane	1,2,3-Trimethylbenzene	8-Heptadecene
Acetonitrile	Octanal	γ -Murolene
Trichloromethane	1,2,4-Trimethylbenzene	D-Germacrene
1-Penten-3-one	(Z)-2-Penten-1-ol	Octyl ether
Toluene	Acetate 4-hexen-1-ol	α -Amorphene
Butyl acetate	2-Methylhept-2-en-6-one	2-(2-Butoxyethoxy)etanol
Hexanal	1-Hexanol	Calamenene
(E)-2-Pentenal	(Z)-3-Hexen-1-ol	Benzyl Alcohol
		3-Ethyl-1,5-octadiene

Tabla 2. Compuestos volátiles emitidos por la aceituna.

rizado los compuestos emitidos por el fruto durante su maduración de seis variedades con susceptibilidad creciente a esta plaga: arbequina, callosina, frantoio, picual, hojiblanca y nevadillo blanco. La emisión de compuestos volátiles por plantas es un conocido mecanismo de defensa frente al ataque de diferentes insectos y herbívoros. Hay que destacar la gran variabilidad interanual en la emisión de compuestos volátiles identificados de diversa naturaleza química: 60 compuestos en la campaña 2020/21, 41 en la campaña 2021/22 y

63 en la campaña 2023/24 (Tabla 2). El año de cosecha y, por tanto, los factores ambientales parecen ser determinantes en la susceptibilidad a la plaga; aunque se producen importantes interacciones entre el año de cosecha, la maduración del fruto y la variedad que ponen de manifiesto el importante papel de estos compuestos en las complejas relaciones de la planta con su entorno. Una mezcla de compuestos terpenoides parecen estar relacionados con las variedades más sensibles como nevadillo blanco.

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



BALAM.ES

An aerial photograph of a large, rectangular olive grove with rows of young olive trees. The grove is situated in a dry, brown landscape. In the background, there is a green field and a brown field. The text 'BALAM | AGRICULTURE |' is overlaid in white, with the word 'BALAM' in a larger font and '| AGRICULTURE |' in a smaller font below it.

BALAM
| AGRICULTURE |



3. Adaptación a factores abióticos limitantes (cambio climático).

Para estudiar la adaptación a estos cambios se dispone de un sistema experimental con una serie de variedades comunes plantadas en un amplio abanico de condiciones climáticas (latitudes), lo que permitirá estudiar el efecto de la temperatura en diferentes caracteres, en particular los relacionados con la floración y calidad de los aceites.

Así, va a ser necesario disponer de nuevas variedades adaptadas al cambio climático, algunos de cuyos efectos son observables en cierta medida en la actualidad (Lorite *et al.*, 2018). Por ejemplo, el aumento de las temperaturas predicho por los modelos puede provocar una falta de acumulación de frío invernal que podría originar la brotación desincronizada de las flores o, en los casos más extremos, falta total de floración (Medina-Alonso *et al.*, 2023).

También es previsible una influencia de las condiciones climáticas futuras en la calidad de los aceites. La extensión del cultivo a regiones donde la temperatura durante el proceso de lipogénesis es alta ya ha puesto en evidencia la modificación de algunos componentes químicos que determinan la calidad del aceite. Por ejemplo, para la composición ácida se ha observado una disminución drástica del contenido en ácido oleico en algunas variedades, lo que puede comprometer la calidad comercial de los aceites obtenidos (Na-



Figura 3. Panorámica del ensayo establecido en las instalaciones de la Estación experimental IHSM La Mayora (UMA-CSIC), en las condiciones subtropicales de esta zona de la costa de Málaga.

vas-López *et al.*, 2020). En previsión del aumento general de temperaturas pronosticado por los modelos de cambio climático, sería recomendable por tanto disponer de nuevas variedades con un contenido de oleico alto y estable bajo diferentes condiciones ambientales.

Los ensayos establecidos en condiciones subtropicales de Tenerife y Málaga representan una oportunidad para estudiar el efecto del calentamiento global en olivo (Figura 3).

En definitiva, los cambios recientes en la olivicultura han puesto de manifiesto la necesidad de generar nuevas variedades de olivo por mejora genética que se adapten a las actuales condiciones de cultivo y sean capaces de responder a las demandas de un sector en continua transformación en los últimos años. Desde este proyecto trabajamos para contribuir a esta renovación varietal y asegurar la sostenibilidad futura del cultivo del olivo. 💧

Agradecimientos

Proyecto AVA23.INV2023.016 financiado por la convocatoria de Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica del IFAPA. Los autores agradecen también la colaboración de los agricultores y empresas del sector que están participando en las redes de ensayos.

Referencias

- Gómez-Gálvez, F.J., Pérez-Mohedano, D., de la Rosa-Navarro, R., Belaj, A. High-throughput analysis of the canopy traits in the worldwide olive germplasm bank of Córdoba using very high-resolution imagery acquired from unmanned aerial vehicle (UAV) (2021) *Scientia Horticulturae*, 278, art. No. 109851. doi: 10.1016/j.scienta.2020.109851.
- Gómez-Gálvez, F.J.; Ninot, A.; Rodríguez, J.C.; Compañ, S.P.; Andrevia, J.U.; Rubio, J.A.G.; Aragón, I.P.; Viñuales-Andreu, J.; Casanova-Gascón, J.; Šatović, Z.; et al. New Insights in the Spanish Gene Pool of Olive (*Olea europaea* L.) Preserved ex situ and in situ Based on High-Throughput Molecular Markers. *Front. Plant Sci.* 2024, 14, 1267601.
- Lorite, I. J., Gabaldon-Leal, C., Ruiz-Ramos, M., Belaj, A., de la Rosa, R., Leon, L., & Santos, C. (2018). Evaluation of olive response and adaptation strategies to climate change under semi-arid conditions. *Agricultural Water Management*, 204, 247-261. doi:10.1016/j.agwat.2018.04.008.
- Medina-Alonso, M.G.; Cabezas, J.M.; Ríos-Mesa, D.; Lorite, I.J.; León, L.; de la Rosa, R. Flowering Phenology of Olive Cultivars in Two Climate Zones with Contrasting Temperatures (Subtropical and Mediterranean). *Agriculture* 2023, 13, 1312. <https://doi.org/10.3390/agriculture13071312>.
- Navas-Lopez, J. F., Cano, J., de la Rosa, R., Velasco, L., & Leon, L. (2020). Genotype by environment interaction for oil quality components in olive tree. *European Journal of Agronomy*, 119. doi:10.1016/j.eja.2020.126115.
- Rallo, L., Barranco, D., de la Rosa, R., & Leon, L. (2008). 'Chiquitita' olive. *Hortscience*, 43(2), 529-531. doi:10.21273/hortsci.43.2.529.
- Serrano, A., De la Rosa, R., Sanchez-Ortiz, A., Cano, J., Perez, A. G., Sanz, C., . . . Leon, L. (2021a). Chemical components influencing oxidative stability and sensorial properties of extra virgin olive oil and effect of genotype and location on their expression. *Lwt-Food Science and Technology*, 136. doi:10.1016/j.lwt.2020.110257.
- Serrano, A., Rodriguez-Jurado, D., Roman, B., Bejarano-Alcazar, J., De la Rosa, R., & Leon, L. (2021b). Verticillium Wilt Evaluation of Olive Breeding Selections Under Semi-Controlled Conditions. *Plant Disease*, 105(6), 1781-1790. doi:10.1094/pdis-08-20-1829-re.

**Reducción
de un 63%**
**DE LA HUELLA DE CARBONO
EN LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS** ■



Acesur 
INNOVAMOS POR TRADICIÓN





El arte de envejecer bien: claves para la longevidad de tu olivar



Poda de formación lateral mecanizada.

El presente artículo aborda las claves en la gestión de la poda en el olivar moderno para salvaguardar la longevidad del seto, diferenciando entre poda de formación, poda de producción y poda de regeneración o reestructuración del seto.

Por Departamento Técnico de AGR by De Prado

allá por mediados de los 90's, un nuevo sistema de cultivo irrumpió en el olivar. Desde el norte de España, seguramente emulando a los manzanos o viñedos, se empezaron a disponer los olivos en línea, formando setos. Como siempre que aparece algo nuevo -y la agricultura no es una excepción-, pronto surgieron voces en contra que aseguraban que habría que arrancarlos en no menos de cinco años de vida.

El tiempo ha demostrado que no es cierto: ya tenemos olivares en seto con 30 años, si bien es necesario realizar un buen manejo de la poda para que su rendimiento -y, por tanto, su rentabilidad- no decaigan a partir de cierta edad, normalmente después de grandes cosechas, con grandes volúmenes de copa (*Figura 1*) y una opacidad interna del seto muy evidente que acaba con defoliaciones internas y pérdida de yemas de brotación en la madera.

Y como el mejor aprendizaje es el que llega con los errores, se ha com-



Figura 1. Ejemplo de seto mal gestionado.

probado que es mejor no contar con producciones récords tres años seguidos para después tener que acometer podas violentas por exceso de madera, sino disponer de cosechas más controladas pero sostenidas en el tiempo. Para manejar ese bólido que puede ser nuestro olivar disponemos de tres palancas -agua, abono y poda- que deben

ser manejadas de un modo integral, con coherencia entre ellas.

Poda de formación

El objetivo es dejar de pensar en el olivar como una suma de individuos, sino como un seto poroso e iluminado. Para ello debemos formar a los olivos como palmetas (no como pinitos), con 3-4 ramas por ár-



Seto sin ramas posicionadas fuera de la línea de plantación (máxima porosidad).



Figura 2. El seto esbelto es más alto que ancho.



bol que garanticen en el futuro la posibilidad de una renovación del seto; de este modo se logra el equilibrio perfecto entre producción y constancia en el tiempo.

Pero, ¿cuándo y cómo? En el primer año, meses después de la plantación, cuando nos aseguramos de que el árbol ya ha creado estructuras suficientes para hacer la fotosíntesis, podemos quitar las ramitas que han brotado en los primeros 60 cm. Dependiendo de la variedad, si tiene tendencia erecta (arbequina) posiblemente haya que ayudarlo a ramificar, aplicando un sencillo despunte en el ápice; por el contrario, si la variedad es arbustiva (coriana o arbozana) no será necesario.

En el segundo año, si el seto está bien gestionado con agua, nutrientes y tratamientos fitosanitarios habrá crecido abundantemente en todas las direcciones, creando una estructura globosa: es el momento de proporcionarle la información de que no necesitamos un olivar redondeado, sino esbelto, esto es, más alto que ancho (Figura 2) y adecuado para las máquinas de recolección. Lo haremos aplicando una sencilla poda me-

canizada con cuchillas o aspas despuntando por ambos lados del olivar 7-15 cm., lo justo para detener sus crecimientos perpendiculares al líneao (no interesan) y favoreciendo las ramas que están bien colocadas en la línea de plantación, formando palmeta, y que acabarán siendo la médula espinal del seto.

En el tercer año, normalmente después de la primera cosecha, las máquinas cabalgantes han marcado las ramas con vigor mal posicionadas -fuera del líneao- y se trata de ir eliminándolas.

Poda de producción (o mantenimiento)

Su objetivo es mantener un seto poroso e iluminado a lo largo del tiempo. Empezamos a pensar en estos términos normalmente con la primera o segunda cosecha. ¿Cómo conseguirlo?

- Poda en altura, mecanizado (cuchillas, aspas o discos): mantenemos la altura del seto por debajo de la anchura de calle iluminada. Recomendamos hacerlo con *topping* mecanizado entre 2,7-2,8 metros. **Cuándo:** durante el invierno en fin-

Es necesario realizar un buen manejo de la poda para que el rendimiento del olivar en seto -y, por tanto, su rentabilidad- no decaigan a partir de cierta edad, normalmente después de grandes cosechas

cas en que haya sobrepasado esa altura, recomendándose incluso en olivares con demasiado vigor un segundo *topping* a la salida del verano, cuando se inicia la lipogénesis.

- Cortabajas, mecanizado: ya existen podadoras para las bajas acopladas a los tractores que hacen un gran trabajo, lo ideal es dejar cortadas las ramitas bajas entre el suelo y los 60 cm. **Cuándo:** aunque se puede realizar en invierno, es interesante hacerlo en junio-julio. Es la única forma de que no queden aceitunas por debajo de la altura de recolección de la máquina y suele haber menos labores que realizar.
- Poda lateral (sierra): con las variedades actuales aún no se ha conseguido la poda 100% mecanizada lateral, pero empiezan a surgir algunas muy compactas que debemos probar. Aunque hoy día existen ya muchos ejemplos de podas mixtas





Podadora *topping* con aspas.



Olivo envejecido con mínimo índice hoja-madera.



[[Es mejor aspirar a cosechas menos ambiciosas pero sostenidas en el tiempo y, en caso de duda, mejor equivocarse podando un poco de más que no de menos]]



Figura 3. Poda de reestructuración total del seto después de la brotación (izqda.) y poda de reestructuración total del seto recién cortado a ras de suelo (dcha.).

(manual y mecanizada), lo más extendido es la poda lateral 100% manual. Hay dos situaciones que nos podemos encontrar cuando abordamos una poda lateral:

- a) que haya ramas gruesas perpendiculares a la línea del seto. Es el caso más sencillo, bastará con cortar con sierra estas ramas procurando conseguir el compromiso entre iluminación interior y producción. En caso de duda, es mejor podar un poco de más que al contrario, ya que tendría consecuencias nefastas en 2-3 años.
- b) no tenemos ramas gruesas mal posicionadas, sólo nos quedarán las que conforman el líneo. Si hay exceso en su número, observándose un equilibrio entre brotes tiernos y madera muy bajo, será positivo aclarar esta palmeta eliminando la más envejecida y menos productiva. De este modo, es fácil entender que se irá alcanzando una buena y

progresiva renovación de las ramas principales del seto mientras mantenemos unas buenas cosechas.

Poda de regeneración o reestructuración del seto

Lo ideal es no llegar nunca a esta situación, ya que se trata de una poda agresiva que se da en casos de olivar con una vigorosidad alta, donde no se han manejado bien las tres palancas comentadas anteriormente (agua, abono y poda) y cuyo resultado es un seto prematuramente envejecido.

Hay diferentes formas de llevarlo a cabo. En primer lugar, cortando todos los olivos a una altura concreta, ya sea a 60 cm. o a 1,5 m. aproximadamente, dejando que las nuevas ramas -muy vigorosas para equilibrarse con el sistema radicular- vuelvan a alcanzar 2,7-2,8 m. de altura.

De forma idéntica pero a ras de suelo se tarda más tiempo en conseguir una buena productividad, si bien la rege-

neración es total (Figura 3). Aún así, la producción rara vez alcanza los niveles de sus primeros 10 años de vida. Finalmente, si se realiza seleccionando ramas concretas, además de muy costosa, nunca acaba de solucionar el problema de un seto envejecido con pocas yemas activas para crear nuevas estructuras fruteras.

En cualquier caso, ninguna de ellas acaba de devolver la productividad de antaño, y en muchas ocasiones, se acaba por arrancar los olivos viejos e iniciar una nueva plantación, aprovechando para elegir mejor la variedad y el marco. Conviene destacar que, si las podas de formación y producción se han hecho bien, se puede tardar muchos años en llegar a esta complicada decisión.

En definitiva, es mejor aspirar a cosechas menos ambiciosas pero sostenidas en el tiempo y, en caso de duda, mejor equivocarse podando un poco de más que no de menos. 💧

Te acompañamos tramitando y anticipando tus ayudas de la PAC

Escanea este código QR
y descubre más



Si tienes a alguien
acompañándote,
todo es posible

Descubre **AgroBank** en CaixaBank.es

Tú y yo.

Nosotros.

paralímpicos



AgroBank



AMA, La Cocina de Amarga y Pica: toda una celebración del AOVE



AMA, La Cocina de Amarga y Pica, es un innovador restaurante que sitúa al aceite de oliva virgen extra en el centro de su propuesta culinaria. Ubicado en la almazara de Conde de Benalúa, y con Daniel García Peinado como chef ejecutivo, AMA ofrece una experiencia única que fusiona gastronomía y oleoturismo, conectando a los comensales con la tradición mediterránea.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

Desde 1954, Conde de Benalúa, de Benalúa de las Villas (Granada) ha sido un referente en la producción de aceite de oliva virgen extra de alta calidad. Lo que comenzó como un esfuerzo conjunto de 24 agricultores para asegurar el futuro de sus tierras y sus familias se ha transformado en una entidad global compuesta por más de 2.000 socios que apuesta por la excelencia y por preservar el entorno natural, promoviendo un modelo de producción que respeta el medio ambiente y valora el trabajo de los agricultores locales.

Cada botella de AOVE de Conde de Benalúa representa no sólo el sabor y la calidad de los Montes Orientales de Granada, sino también los valores de tradición, innovación y sostenibilidad que caracterizan a esta cooperativa, que ha sabido adaptarse a los cambios del mercado y a las demandas de los consumidores, fomentando la participación activa de sus socios en la toma de

AMA, La Cocina de Amarga y Pica es un espacio gastronómico único donde el aceite de oliva virgen extra no es sólo un ingrediente, sino el verdadero protagonista de cada plato

decisiones y promoviendo así un modelo de gestión inclusivo y colaborativo.

Este enfoque ha permitido a Conde de Benalúa mantener una relación cercana con sus agricultores, quienes no sólo son productores, sino también custodios del olivar y del entorno natural. La introducción de nuevos productos, como el aceite de oliva virgen extra ecológico, no sólo responde a una creciente demanda de productos orgánicos, sino que refleja también el compromiso de la

cooperativa con el cuidado de la tierra y la producción de alimentos saludables y sostenibles. Esta estrategia de diversificación permite a Conde de Benalúa ofrecer una amplia gama de productos que se ajustan a las necesidades de diferentes mercados, tanto a nivel local como nacional e internacional.

La cooperativa emplea la más avanzada tecnología para optimizar y controlar todas las etapas de la producción de su AOVE, desde la recolección hasta el envasado, garantizando así la trazabilidad y la calidad de cada botella. Recientemente, Conde de Benalúa ha dado un paso más en su camino hacia la sostenibilidad al optar por envases de lata y vidrio reciclable en lugar de plástico, ya que estos materiales prolongan la frescura del producto y reducen significativamente el impacto ambiental.

Apuesta por el oleoturismo

Impulsada por el espíritu de mejora continua que guía su actividad, Conde de Bena-



De izqda. a dcha., brioche de AOVE, algarroba y canela; quisquillas de Motril, patata, hinojos y anisados; y ventresca de atún con aguacate, cherry-umami y calabacines.

lúa revisa cada año sus procesos y busca formas de mejorar sus prácticas, siempre con la vista puesta en el futuro y en aras de expandir su presencia en el mercado.

De ahí su firme apuesta por el oleoturismo, entendido como una experiencia educativa y una forma de conectar directamente con los consumidores, que conocen el proceso de producción y los valores de sostenibilidad de Conde de Benalúa, contribuyendo a fortalecer la marca y a crear una conexión emocional con el producto. El oleoturismo también representa una oportunidad de desarrollo económico para la región, ya que atrae a turistas interesados en conocer la cultura del virgen extra y experimentar de primera mano la vida rural.

A través de visitas guiadas a la almazara, los participantes pueden observar cada etapa del proceso de producción, desde la recolección de las aceitunas hasta el envasado del aceite, y descubrir el esfuerzo y dedicación de los agricultores locales. La experiencia oleoturística se complementa con degustaciones de AOVE y visitas al restaurante AMA, La Cocina de Amarga y Pica, para disfrutar de platos que ponen en valor el aceite de oliva y su papel en la gastronomía mediterránea.

El restaurante prima el uso de los productos locales y de temporada, minimizando el impacto ambiental y promoviendo la economía circular

El alma del AOVE en cada plato

Inaugurado en mayo de 2024, y situado en el corazón de la almazara, AMA, La Cocina de Amarga y Pica -que toma el nombre de uno de los vírgenes extra de Conde de Benalúa, procedente de los olivares más altos de Andalucía y de España, a los pies de Sierra Nevada-, es un espacio gastronómico único donde el aceite de oliva virgen extra no es sólo un ingrediente, sino el verdadero protagonista de cada plato. Este innovador restaurante, bajo la dirección ejecutiva del reconocido chef Daniel García Peinado -conocido como el "Chef del AOVE"-, combina tradición e innovación en sus propuestas culina-



rias, con creaciones contemporáneas que muestran todo el potencial gastronómico del virgen extra.

AMA se diferencia por su enfoque singular, ya que no sólo utiliza AOVE de alta calidad en todas sus preparaciones, sino que también explora todo lo que el olivo puede ofrecer. Desde la madera y hojas de olivo hasta los huesos de aceituna, el equipo de AMA emplea cada parte del árbol milenario para crear una experiencia gastronómica integral y respetuosa con el entorno, siendo el único restaurante en el mundo -según afirman sus promotores- que utiliza exclusivamente aceite de oliva virgen extra en todos sus platos, celebrando la versati-



Entrevista con Daniel García Peinado, chef ejecutivo de AMA, La Cocina de Amarga y Pica

“AMA es una experiencia gastronómica disruptiva y totalmente diferente basada en la vanguardia saludable”

Daniel, ¿cómo y cuándo surgió tu historia de amor con el aceite de oliva virgen extra?

El romance comenzó en 2012, cuando trabajaba en el Hotel Vincci Aleisa de Benalmádena. Ahí conocí a un nutricionista, José Antonio Amérigo, que estaba investigando acerca de cómo los alimentos podrían usarse como antiinflamatorios. Empezamos a investigar sobre cómo el oleocantal podía ayudar en este aspecto y logramos crear la Sociedad Internacional del Oleocantal. Después conocí a Paco Lorenzo Tapia, quien me aportó la parte de patrimonio oleícola y cata, y gracias a él pude entender completamente lo que es el aceite de oliva virgen extra.



“AMA es el único restaurante que tiene una almazara a su disposición”

¿Qué se va a encontrar el comensal que acuda a AMA, La Cocina de Amarga y Pica? ¿Por qué hay que ir a conocerlo?

Lo más importante que queremos transmitir es que van a vivir una experiencia completa en torno al aceite de oliva virgen extra, donde encontrarán sinergias gastronómicas que nunca antes se habían concebido para que el verdadero protagonista del restaurante sea el AOVE. Podríamos decir que AMA es una experiencia gastronómica disruptiva y totalmente diferente, basada en la vanguardia saludable, dando prevalencia e importancia a la nutrición y la Dieta Mediterránea.

Según afirmáis, AMA es el único restaurante del mundo que utiliza exclusivamente aceite de oliva virgen extra en todos sus platos...

Para nosotros es importante esta filosofía de cocina, ya que es mucho más que aderezar o armonizar platos con aceite de oliva. Realmente cocinamos todo con AOVE, es el protagonista indiscutible de todos nuestros platos, no usamos ningún tipo de grasa que no sea esta, añadiendo así valor añadido saludable y nutricional a las recetas. AMA es el único restaurante que tiene una almazara a su disposición. Aquí trabajamos con productos de proximidad y el más cercano es el olivo. Es una ventaja competitiva muy importante, ya que somos lo que comemos y tenemos que cocinar el entorno.

¿Qué variedades se emplean en el restaurante y para qué tipo de platos? ¿Se pueden catar los AOVEs en sala?

Tenemos una oleoteca con casi todas las variedades más representativas de España: picual, hojiblanca, picudo, verdial,



manzanilla cacereña, etc. Todos los platos van armonizados dentro del menú de degustación, con técnicas y AOVEs diferentes. En AMA la cata está presente desde el momento en que el comensal entra en el restaurante. Lo primero que se le pregunta es si quiere catar una variedad en concreto o de una zona específica, y después se le insta a que elija un AOVE de esa variedad en nuestra oleoteca internacional. Si no tiene experiencia en cata, se le proporcionan unas pequeñas nociones para que pueda introducirse en el mundo de la cata hedonista de un restaurante. A partir de aquí comienza la experiencia del restaurante AMA.

Por último, dime cuáles son aquellos platos que no podemos irnos sin degustar, tus favoritos...

De los platos de nuestra carta, y si tengo que citar aquellos que no puedes irte sin probar, destacaría las quisquillas con gazpachuelos de hinojos, la *crème brûlée* de queso y *beso*, la presa ibérica en hoja de olivo o a la sal negra en carbón de huesos de aceituna, y el brioche de AOVE y algarrobo.

lidad y riqueza de este producto fetiche de la Dieta Mediterránea.

Cada receta está cuidadosamente elaborada para resaltar las propiedades únicas del AOVE, como su sabor, textura y cualidades nutricionales, mientras

los comensales aprenden sobre sus beneficios y aplicaciones gracias a las explicaciones del chef y su equipo. En línea con los valores de Conde de Benalúa, el restaurante prima el uso de los productos locales y de temporada, mini-

mizando el impacto ambiental y promoviendo la economía circular. Y es que no sólo se trata de crear platos exquisitos, sino de garantizar que cada ingrediente provenga de prácticas responsables y respetuosas con el medio ambiente. 🍋

El rendimiento no está solo en la aceituna.



En **ANSOTEC** contamos con una solución específica para transformar digitalmente el sector oleícola optimizando los procesos productivos a través de la ingeniería y el control industrial.

Mediante un servicio integral mejoramos su competitividad exprimiendo todo su potencial para ser más eficientes. Hasta la última gota.

NUESTRA SOLUCIÓN





Entrevista a Antonio López y Pedro Sarrión, gerente y técnico de producción de Almazara Casa de la Arsenia

"Lecciana nos ha servido para mejorar todos nuestros aceites, así como los sistemas de producción"

Miguel Abad, consultor técnico en olivicultura y elaiotecnía, catador de aceite de oliva y embajador del Club Lecciana, entrevista en esta ocasión a Antonio López y a Pedro Sarrión, gerente y técnico de producción, respectivamente, de Almazara Casa de la Arsenia. Localizada en Pinoso (Alicante), Almazara Casa de la Arsenia entró con su monovarietal *Ma'Sarah Lecciana* en el exclusivo TOP10 de la última edición de EVOOLEUM Awards, siendo la primera vez que esta nueva variedad figura entre los 10 mejores AOVEs del mundo.



almazara Casa de la Arsenia data del siglo XVIII. Antonio, ¿puedes contarnos un poco más de su historia?

A finales del siglo XVIII era una finca agrícola que se dedicaba a la producción de vino y aceite de oliva. Tenía las prensas y toda la industria relacionada con estos cultivos y fue una mujer llamada Arsenia -de ahí el nombre Casa de la Arsenia- quien se encargaba de comercializar y distribuir el aceite en España y en Francia.

Hace 20 años nosotros empezamos con las variedades arbequina y arbosana. Ahora, teniendo en cuenta las necesidades de agua, hemos empezado a estudiar y probar con nuevas variedades. Desde hace unos 3 ó 4 años estamos trabajando con lecciana y coriana. En nuestra zona disponemos de muy poca dotación de agua y la variedad lecciana es una de las que precisa menos agua para obtener los mismos kilos de aceite por hectárea.



El consultor técnico en olivicultura y elaiotecnía Miguel Abad, embajador del Club Lecciana, junto a Antonio López (izqda.) y Pedro Sarrión (dcha.), gerente y técnico de producción, respectivamente, de Almazara Casa de la Arsenia.



"Gracias a lecciana hemos logrado obtener aceites mucho más longevos, de mayor calidad y más expresivos"

La almazara está al lado de las fincas, apenas a 3 ó 4 kilómetros...

Sí, todas las plantaciones de olivos que hay alrededor están como máximo a 5

kilómetros de la almazara para que la aceituna no se oxide y no se caliente. Nosotros recolectamos con la máquina cabalgante, así que enseguida llevamos los frutos a procesar.

¿Os resulta complicado adoptar las prácticas de la agricultura ecológica?

En nuestra zona es sencillo, no existe gran diferencia entre un cultivo ecológico y un cultivo convencional. Nosotros siempre hemos sido ecológicos en todas las plantaciones y en todos los cultivos.



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 ...





“El alto contenido en polifenoles es uno de los motivos por los que el aceite *Ma'Sarah Lecciana* va a ser tan interesante en el presente y en el futuro”



Ahora nos hallamos precisamente en el límite en el que los polifenoles se van a disparar hacia arriba. Y este es otro de los motivos por los que el aceite *Ma'Sarah Lecciana* va a ser tan interesante en el presente y en el futuro, con una característica diferencial muy importante.

Pedro, ¿qué nos puedes contar del manejo de la variedad lecciana?

Lecciana es una variedad bastante temprana. Estamos en Alicante, una zona muy cálida y árida donde se adelanta mucho la cosecha. Al recolectar tan

temprano, a finales de septiembre, uno de los aspectos clave a gestionar es la refrigeración, porque todavía hace mucho calor. Para llevar a cabo un proceso de refrigeración óptimo, utilizamos desde molinos refrigerados con agua fría y amasadoras refrigeradas hasta los propios sistemas de batido para separar calidades.

El aspecto en el que más nos ha sorprendido lecciana es el relativo al índice de polifenoles. Lecciana nos ha servido para mejorar todos nuestros aceites y también nuestros procesos productivos, refrigerándolo todo para la recolección temprana. Por otra parte, desde el principio nos sorprendió la gran expresividad aromática; si el aceite está bien elaborado presenta un matiz a manzana verde muy intenso. Pero es que, además, también es un aceite muy longevo. Finalmente, a nivel gastronómico representa una gran evolución, ya que marida muy bien con muchos alimentos: tomate, ensaladas, cierto tipo de pescados....

¿Qué supone para la marca *Ma'Sarah* y para Casa de la Arsenia aparecer en el TOP10 de la *Guía EVOOLEUM*, la más prestigiosa e influyente del mundo?

Por supuesto nos ha ayudado a ganar visibilidad a nivel nacional e internacional, sin duda ha supuesto un gran impulso para nuestra marca en estos últimos meses.

¿Algo más que destacarías de lecciana?

Sólo añadir que, obviamente, sin variedades como la lecciana sería muy difícil cultivar aceitunas por los problemas de agua que tenemos en nuestra zona. Gracias a lecciana hemos logrado obtener aceites mucho más longevos, de mayor calidad y más expresivos. 🍯



LECCIANA[®]

— LA VARIEDAD ITALIANA DE LOS —
GRANDES ACEITES

Lecciana es conocida por su rusticidad y resistencia, siendo la mejor opción para el cultivo en zonas secas y áridas, donde prospera incluso en condiciones difíciles.

Además, destaca por su sorprendente tolerancia al frío. Es una valiosa elección para los agricultores que buscan una variedad resistente y de alto rendimiento para la producción de aceite de oliva.



Calidad y formalidad, nuestra razón de ser

Controlamos todo el ciclo de crecimiento de productos en campos madre, para obtener plantas de excelente calidad, posteriormente mantenemos el control de los esquejes en las mesas de enraizamiento y nebulización, y continuamos de igual forma con el proceso de cultivo en el exterior de nuestras instalaciones. Terminamos este proceso de control con la entrega final al cliente.

viveroslucena.com Viveros Lucena de Encinarejo | Plantones de Olivos



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI BARI
ALDO MORO

Lecciana es una variedad propiedad de Universidad de Bari

El agua de aceituna: un nuevo ingrediente para productos alimentarios y un nuevo aprovechamiento de la aceituna y sus subproductos



A partir de la aceituna se pueden obtener varios productos y numerosos subproductos, ya sea para consumo directo -aceite de oliva- o bien como aceituna de mesa tras su aderezo y entamado; así como para alimentación animal, generación de energía o abono, entre otros usos finales. Gracias al proyecto de investigación desarrollado por Vadolivo, S.L. junto con el CTAEX -de acrónimo ADA y financiado por CDTI-, se han incrementado los usos de la aceituna hacia otro nuevo producto: el agua de aceituna. Dicho producto ha permitido demostrar, a partir de unas propiedades sensoriales propias de un aceite de oliva virgen extra, que en un futuro cercano la aceituna pueda emplearse para la obtención de un “agua vegetal” que aporte al alimento procesado de forma natural unas cualidades sensoriales únicas.

Por Sofía Redondo Redondo^{1*}, Antonio Lorite Padilla², Fátima Chamizo Calero¹, Mariana Lucía García Pérez², Mar López Quevedo² y Alfonso Montañó García¹

El proyecto ADA (“Nuevas aplicaciones de derivados de la aceituna”) surge de la inquietud del Grupo Vadolivo -dedicado a la elaboración de vírgenes extra de alta calidad y que ha apostado por innovadores sistemas de producción- por ofrecer al mercado nuevos productos derivados del sector oleícola. Para ampliar el mercado de sus aceitunas, en el desarrollo de este

proyecto se han obtenido dos productos (agua vegetal de aceituna y aceite) a partir de una única materia prima, cuando únicamente se destina la aceituna a la producción de aceites de oliva vírgenes. Esto se traducirá en una mejora de la productividad y competitividad, así como de la cuenta de resultados.

La obtención de este “agua de aceituna” (ADA) se ha llevado a cabo mediante un equipo patentado por la em-

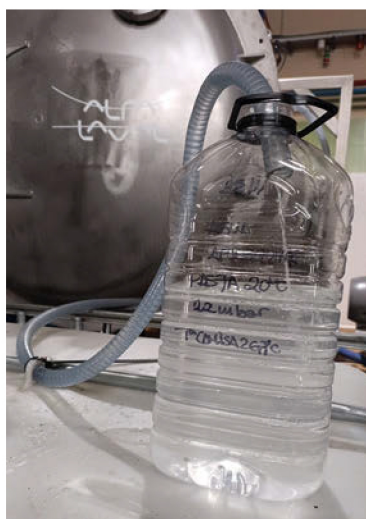
presa Alfa Laval -Booster-, que utiliza tecnología de vacío para preparar la pasta de aceitunas triturada y termocondicionada a casi vacío absoluto, hasta que está lista para el proceso de extracción por el decantador. Estas condiciones de temperatura y vacío favorecen la evaporación -gracias a la combinación de condiciones óptimas de presión y temperatura- del agua vegetal de aceituna, la cual es poste-

¹ Centro Tecnológico Nacional Agroalimentario (CTAEX) / (*) sredondo@ctaex.com

² Aceites Vadolivo, S.L.



La obtención de este agua de aceituna (ADA) se ha llevado a cabo mediante un equipo patentado por la empresa Alfa Laval (*Booster*).



por esta agua de aceituna que huele y sabe a aceite de oliva virgen extra.

Las actividades de este proyecto -financiado por CDTI- están siendo desarrolladas desde septiembre de 2021, habiendo finalizado en agosto de 2024. Con el fin de obtener los objetivos que plantea ADA, en el proyecto trabajan de forma conjunta con Vadolivo el Centro Tecnológico Nacional Agroalimentario Extremadura (CTAEX) y Alfa Laval Iberia.

En este artículo se van a presentar diferentes productos en los que este agua de aceituna está siendo utilizada a fin de evaluar su eficiencia, mejoras sensoriales, comportamiento tecnológico e influencia sobre la vida y potencial comercial de distintos productos.

Uso del ADA en formato cubitos de hielo

En la actualidad, el sector de la hostelería y restauración ha evolucionado en la búsqueda de experiencias gastronómicas no sólo en cuanto al gusto, sino

riormente condensada para poder recuperarla y hacer uso de ella.

El nuevo producto -no existente con anterioridad a este proyecto en el mercado- presenta no sólo la posibilidad de

uso para su consumo directo, sino también como ingrediente en otros productos alimentarios sustituyendo aromas no naturales y ayudando a reducir la carga calórica de otros, al sustituirse la grasa



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

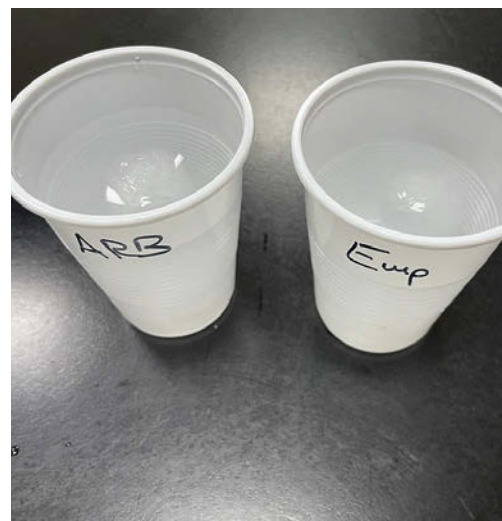


Industria Ausere S.L.

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



Uso del agua en forma de cubitos de hielo a partir de agua de aceituna de las variedades arbequina y empeltre.

El agua de Seltz es una bebida gaseosa, transparente y sin alcohol que se elabora con agua y ácido carbónico.



también en la estimulación de todos los sentidos en el proceso de degustación. Por ello surge la idea de hacer uso del agua de aceituna en formato de cubitos de hielo, encajando en las tendencias de consumo actuales. De ahí que se hayan elaborado y analizado sensorialmente los cubitos de hielo, seleccionando dos aguas de aceituna que potencialmente poseen unas óptimas características para dicho uso.

Una vez formados, los cubitos de hielo se han utilizado para refrigerar agua a fin de estudiar la transferencia de las características sensoriales a un producto inoloro e insípido, obteniendo una intensidad aromática alta, similar a la del agua vegetal de origen; además,



Elaboración de cerveza.

el agua refrigerada con cubitos de hielo muestra una transferencia elevada tanto en aroma como en sabor del cubito de hielo de ADA.

Durante la época estival, el consumo de bebidas a las que se añaden cubitos de hielo es muy elevado, así como el consumo en la preparación de bebidas espirituosas, por lo que, al igual que ocurre con los cubitos de hielo convencionales, es necesario que mantengan óptimas características durante el tiempo de almacenamiento, siendo comprobadas sus propiedades sensoriales mediante un estudio de conservación de 12 meses con resultados positivos.

Uso del ADA para la elaboración de agua de Seltz o agua carbonatada

El agua de Seltz es una bebida gaseosa, transparente y sin alcohol que se elabora con agua y ácido carbónico. Suele consumirse de forma habitual combinada con bebidas alcohólicas, aunque también puede ser consumida por sí sola. Actualmente, también se elaboran añadiendo saborizantes para producir bebidas carbonatadas de diversa índole; sin embargo, esta práctica conlleva un elevado uso de aditivos y presenta características sensoriales artificiales. De todo ello surge la elabo-

[El nuevo producto presenta no sólo la posibilidad de uso para su consumo directo, sino también como ingrediente en otros productos alimentarios sustituyendo aromas no naturales y ayudando a reducir la carga calórica de otros]

ración de un agua de Seltz aromatizada de forma natural sustituyendo tanto total como parcialmente el agua potable por agua de aceituna.

Los catadores la describen como una bebida con un aroma intenso y agradable a fruta -otros lo asocian al aceite o incluso a licores de frutas sin alcohol-. El producto experimental conserva de forma adecuada el gas.

Uso del ADA para la elaboración de cerveza

La cerveza es una bebida que presenta un gran consumo en España, alcanzando en 2022 un consumo medio en los hogares españoles de 60 litros per cápita (*Fuente: MAPA*). Además, se trata de un producto en clara evolución debido a la creciente variedad de tipos de cervezas, lejos de los consumos iniciales en los que no existía mayor diferenciación que la presencia o no de alcohol.

Teniendo en cuenta que el agua representa entre el 85 y 92% de su composición total, la cerveza ha sido considerada idónea para el desarrollo de un nuevo producto con la sustitución parcial o total del agua potable por agua de aceituna.

Sin embargo, en los ensayos llevados a cabo hasta el momento los catadores no aprecian grandes diferencias en el uso de agua de aceituna frente al agua mineral; no obstante, se continuará investigando en la metodología para aplicar el agua de aceituna y mejorar las características sensoriales de esta bebida.

Uso del ADA como ingrediente en productos de gran consumo refrigerados

El objetivo del uso del agua de aceituna como ingrediente de productos de consumo habitual por parte de la población trata de mejorar las propiedades sensoriales y paliar el efecto de los tratamientos que se aplican a los productos. La presencia de productos preparados es cada vez más habitual en la cesta de la compra, lo cual está relacionado con una disminución de la venta de ingredientes -como los aceites de oliva- para cocinar. Así, se ha procedido a sustituir el agua potable utilizada en la elaboración de estos productos por agua de aceituna a fin de potenciar los descriptores sensoriales que evocan a los aceites de oliva vírgenes extras.

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

Analizador de proceso "TODO en UNO",

sin tener que coger muestras en porciones.

Miden: Todas las Aceitunas de cada lote,

Orujo/Alperujo 24/7 y AOVE 24/7

- Multiplexado, NIR capaz de conectar con 6 analizadores a la salida de limpiadora, pesadora y decanter.
- Conectividad con software de báscula sin que intervenga el basculista.
- Software de comando y actuación sobre la maquinaria: batidoras, decanter, bombas, caudalímetros, válvulas, etc.



¿Qué distingue a AxFlow?

- ✓ Atención postventa cuidada
- ✓ Calibraciones listas para su uso
- ✓ Calidad, equipos NIR fabricados en Alemania
- ✓ Rentabilidad, rápido retorno de inversión.
- ✓ Experiencia, más de 300 instalaciones exitosas en España y Portugal.

AxFlow S.A.U : Avda. de la Industria 53 - Alcobendas,

☎ 91 729 18 18 @ axflow@axflow.es

Delegaciones: **Andalucía - Castilla La Mancha - Cataluña.**



La receta para elaborar salmorejo con agua de aceituna presenta un aroma intenso a AOVE.

Salmorejo

En cuanto a productos refrigerados, uno de los que en la actualidad está experimentando un mayor crecimiento -según los datos del Panel de Consumo del MAPA- es el salmorejo. Por ello se han elaborado recetas en las que se incorpora de forma novedosa el agua de aceituna, cuyo uso para la elaboración de salmorejo no ha mostrado diferencias significativas ni en color ni en textura.

En cuanto a la parte sensorial, la receta en la que se ha sustituido parte del agua potable por agua de aceituna presenta un aroma intenso a aceite de oliva virgen extra -algunos catadores incluso la describen como excesivamente intenso y protagonista-. La receta en la que se ha sustituido sólo una parte del agua mineral por agua de aceituna y se ha reducido el contenido de AOVE está más equilibrada tanto en nariz como en boca, siendo además más intensa en sabor incluso con un menor contenido en aceite y, por ende, un menor valor calórico.

Gazpacho

De igual forma, este agua de aceituna se ha empleado en gazpachos, sin apreciarse diferencias significativas ni en color ni en textura. En lo que respecta al análisis sensorial, la muestra en la que se ha sustituido el 50% del agua mineral por agua de aceituna presenta un intenso aroma a AOVE; por el contrario, la receta control es descrita como menos intensa por los catadores y exhibe un leve sabor a pan.



El agua de aceituna también se ha empleado en gazpachos, sin apreciarse diferencias significativas en color ni en textura respecto a la muestra control.

Uso del ADA como ingrediente en salsas pasteurizadas

Las salsas pasteurizadas son productos habituales en los lineales de los supermercados, con un importante aumento en los últimos años y un volumen creciente: según el MAPA, se consumen alrededor de 240 millones de kilos de tomate frito, estando presente en más del 90% de nuestros hogares. Debido a esta relevancia, se ha considerado interesante la incorporación del agua de aceituna, que podría aportar un carácter innovador para el sector.

Tomate frito

La sustitución total del agua por agua de aceituna e incluso la reducción del AOVE en un tercio no ha mostrado diferencias significativas ni en color ni en textura entre las muestras. Por el contrario, a nivel organoléptico las muestras en las que se ha añadido el agua de aceituna han potenciado tanto el sabor como el aroma a AOVE.

Mayonesas

Gracias al interés de los consumidores en el cuidado de su salud, la disponibilidad de productos denominados *light* o de "bajo contenido graso" en el mercado es cada vez más usual, con una gama de productos bastante amplia en los lineales. Por ello, el hecho de incorporar en ellos el agua de aceituna supone una gran oportunidad para la inclusión de este nuevo producto.

Las mayonesas o mahonesas son salsas emulsionadas frías, elaboradas



En el caso del tomate frito, a nivel organoléptico las muestras en las que se ha añadido el agua de aceituna han potenciado tanto el sabor como el aroma a AOVE.



Con la sustitución del agua mineral por agua de aceituna en la mayonesa se pretende obtener un producto más bajo en calorías pero con el mismo potencial sensorial.

principalmente a base de huevo entero y aceite vegetal batidos. Generalmente se sazonan con sal, zumo, limón o vinagre. Se emplea en multitud de platos como acompañamiento. En las mayonesas que se encuentran a la venta en el mercado, la relación entre la cantidad de agua y aceite es muy variada, con porcentajes de aceite que fluctúan entre el 25 y el 70% entre las distintas marcas. Además, las fuentes a partir de las que se incorpora el aceite en este producto también son igualmente variadas -aceite de oliva, girasol o soja-. Con la sustitución del agua mineral por agua de aceituna se pretende potenciar los aromas del producto final, especial-



Detalle de las minarinas elaboradas: receta control (dcha.) y receta con ADA (izqda.).

mente en los casos de mayor cantidad de agua que de aceite, obteniendo un producto más bajo en calorías pero con el mismo potencial sensorial que una mayonesa que emplee mayores ratios de aceite/agua.

En el aspecto visual, la muestra control presenta un color amarillo-verdoso más intenso que la muestra ADA cuando se emplea AOVE. En cuanto a textura, no se aprecian diferencias significa-

tivas entre ambos lotes. Si atendemos a la parte sensorial, tanto olfativa como en boca, la muestra con agua de aceituna presenta un aroma y sabor mucho más intenso que la control elaborada con un aceite de oliva.

Minarinas

Las minarinas son un alimento en forma de emulsión para untar del tipo agua en aceite, obtenido sobre todo a partir de

[A la espera de obtener las conclusiones finales del proyecto, se puede afirmar que el uso de agua de aceituna en distintos productos -tanto de alimentación como de higiene y cosmética- ha mostrado un gran potencial]

agua, grasas y grasas comestibles, y cuyo contenido de grasa no es inferior al 39% m/m ni superior al 41% m/m. Estos productos son muy semejantes a las margarinas, pero con un mejor conteni-



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.talleresespi.com

Tlf: 926 510 102

España | Tomelloso



Respecto a la chía, el panel de catadores destacó que el gel formado con agua de aceituna es más viscoso y presenta mayor grado de gelificación incluso en menos tiempo.

do de grasa. En este caso la sustitución del agua mineral por agua de aceituna pretende incrementar el potencial sensorial del producto final, pero obteniendo un producto bajo en calorías.

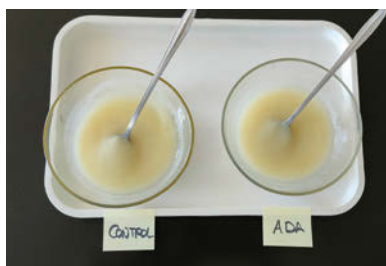
Así, ambas recetas presentan un aspecto sólido y acorde a lo que se espera de este tipo de producto. Se observa una pequeña diferencia de color, presentando tonalidades más blancas la muestra elaborada con agua de aceituna y un leve tono amarillo la muestra control. En cuanto a la parte sensorial olfativa, se aprecian grandes diferencias dado que la muestra control presenta un olor neutro, mientras que la muestra con el agua de aceituna exhibe, según indican los catadores de forma unánime, un aroma intenso y agradable a AOVE. Las percepciones en boca son muy similares a las observadas en nariz, con una mejor aceptación del producto con el agua de aceituna frente al de la muestra control.

Uso del ADA para la rehidratación de productos secos

Entre los potenciales usos del agua de aceituna, el equipo técnico de Vadolivo, junto con los investigadores de CTAEX, han pensado en una aplicación para la hidratación de legumbres y empleo en reconstitución de platos. Entre ellos se ha ensayado para la rehidratación de semillas de chía y la elaboración de puré a partir de copos de patata.

Chía

La chía es una semilla que por lo general suele consumirse una vez hidratada tras mezclarla con agua, zumo o



El panel de catadores se inclinó por el puré de patata que contiene el agua de aceituna.



A nivel de textura, el jabón con agua de aceituna muestra una mejor densidad que la muestra control.

algún alimento líquido. Estas semillas tienen un sabor suave y agradable que les confieren gran versatilidad para su uso en la cocina, tanto dulce como salada. En cuanto a los resultados obtenidos en el proceso del análisis sensorial del producto, el panel de catadores ha resaltado que el hidratado con agua de aceituna es más sabroso y que su sabor es más dulce y agradable; además de que el gel formado es más viscoso y presenta mayor grado de gelificación incluso en menos tiempo.

Puré de patata

El puré de patata es un básico como acompañamiento de platos de carnes y pescados. Sin embargo, este producto no aporta demasiado sabor debido a que no lleva consigo ningún tipo de guiso o aderezo. Por ello, la incorporación de agua de aceituna para su rehidratación presenta un gran potencial, siendo el AOVE un ingrediente habitual en su preparación para aportar más sabor. En las elaboraciones analizadas sensorialmente por el panel se destaca que, a nivel visual, no se aprecian diferencias entre las muestras; mientras que en nariz y boca la muestra recuerda al agua de aceituna, incluso con mayor intensidad que el aroma característico del pro-



El aroma de la muestra de crema hidratante con agua de aceituna es mucho más intenso y agradable en relación a la muestra control.

pio producto original. Así, la preferencia del consumidor es por el puré de patata que contiene el agua de aceituna.

Uso del ADA para la elaboración de productos de higiene y cosmética

El potencial de este nuevo producto no es sólo aplicable a la industria alimentaria, sino que también resulta interesante para la industria cosmética y de higiene personal. De ahí que se haya buscado su aplicación a diferentes tipos de productos que se describen a continuación.

Jabón líquido

El jabón líquido es un producto de uso muy habitual tanto en los hogares como fuera de ellos. La utilización del agua de aceituna puede proporcionar una serie de características novedosas que han influido en la elección de este producto. En el análisis visual, el uso del agua de aceituna en la receta de jabón líquido no presenta ningún efecto apreciable por parte del panel de catadores. Sin embargo, a nivel de textura, el jabón con agua de aceituna muestra una mejor densidad que la muestra control. En cuanto al olor de las muestras, la glicerina enmascara el aroma al agua de aceituna, que únicamente se aprecia de forma leve.

FILTROX Southern Europe

The best filtration

Sofía Redondo, responsable de Proyectos de I+D del Área de Tecnología de los Alimentos, y Alfonso Montañó, responsable del Grupo de I+D de CTAEX.



Crema hidratante

Entre ambas muestras se aprecia una diferencia significativa en cuanto a textura, siendo la muestra control menos densa que la de agua de aceituna. Además, el panel de catadores que han valorado el producto aprecia una mejor absorción de la muestra ADA frente a la muestra control. El olor de esta última es prácticamente imperceptible frente a un aroma mucho más intenso y agradable de la muestra con agua de aceituna.

Conclusiones

Tras la ejecución del proyecto ADA durante los dos primeros hitos, y a espera de obtener las conclusiones finales del mismo, se puede afirmar que el uso de agua de aceituna en distintos productos -tanto de alimentación como de higiene y cosmética- ha mostrado un gran potencial no sólo como potenciador de las características sensoriales del AOVE, sino también alineado en la tendencia actual de reducción de calorías en los productos elaborados y disminución de aromas y aditivos de origen sintético.

Este proyecto viene a añadir un nuevo destino comercial para las aceitunas, pues la extracción de su agua vegetal permite la extracción de sus aromas y que pueda ser empleado como ingrediente en otros productos comerciales. No obstante, la potencial producción de este nuevo ingrediente es aún pequeña y no podría abastecer a todos los sectores que se pueden beneficiar para potenciar la calidad sensorial de sus productos, así como para reducir el contenido en grasas de sus formulaciones. A ello hay que sumar el aspecto de la competitividad en costes frente a otros usos más rentables, como es destinar la producción de aceitunas para la obtención de AOVE, aunque en años de elevada cosecha podría resultar más rentable destinar las aceitunas a la extracción de su agua vegetal que a producir aceites de oliva. 🟡

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.

PLACAS FILTRANTES



TIERRAS DIATOMEAS



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





Entrevista a Belén Luque, presidenta de la Asociación Empresarial de Almazaras Industriales de Córdoba (ACORA)

"La Ley de la Cadena Alimentaria no se adapta al normal funcionamiento del sector"

Licenciada en Economía, Belén Luque (Córdoba, 1974) preside desde 2018 la Asociación Empresarial de Almazaras Industriales de Córdoba (ACORA), una entidad sin ánimo de lucro que agrupa a los fabricantes industriales de aceite de oliva de la provincia (90%) cuyos asociados concentran más del 50% de la producción a nivel provincial y aproximadamente el 10% a nivel nacional.



[Texto: Alfredo Briega Martín]

¿Cuándo y por qué surge la Asociación Empresarial de Almazaras Industriales de Córdoba?

La Asociación se constituye en el año 1977. El sector industrial fabricante de aceite de oliva en Córdoba siempre ha sido muy potente, con una representatividad nada desdeñable en la producción de aceite de oliva de la provincia y, por tanto, en la economía cordobesa. La Asociación nace de la necesidad de organizar un frente común por parte de las almazaras industriales ante todas las modificaciones y novedades que, desde distintos ámbitos de la actividad, se estaban produciendo y afectando a la actividad de las almazaras. Actualmente, la defensa de los intereses de sus asociados sigue siendo el principal objetivo de la Asociación.

En términos de producción de aceite de oliva, ¿qué peso tiene la Asociación a nivel provincial, regional y nacional?

Como ya he mencionado, la Asociación tiene un gran peso específico en la producción de aceite de oliva de la provincia. En concreto, la Asociación agrupa al 90% de las almazaras industriales cordobesas. Según datos de la última

"Es muy difícil trabajar con un producto que en un corto periodo de tiempo puede pasar de dos a nueve euros; la locura de precios de este año se ha debido a un desequilibrio oferta-demanda"

campana, el sector industrial fabricante de aceite de oliva ha producido el 52% del aceite de oliva de la provincia de Córdoba. A nivel regional, esta producción se sitúa en el 13,5% de la producción andaluza. A nivel nacional, el sector industrial fabricante de aceite de oliva de Córdoba produce algo más del 9% del total.

Afrontas los dos últimos años de tu segundo mandato tras ser reelegida el 23 de junio de 2022. ¿Cuáles dirías que han sido tus mayores logros desde que accediste a la presidencia en 2018 y qué objetivos y retos te has marcado como prioritarios?

No considero que los logros hayan sido míos, en nuestra organización la Junta Directiva y la Asamblea toman las decisiones conjuntamente, como debe ser. Desde nuestra Junta Directiva hemos intentado luchar contra las sanciones completamente injustas que han sido aplicadas a algunas almazaras por la ley de la cadena de valor; en algunas ocasiones lo hemos conseguido y en otras no, pero lo hemos intentado. Nos hemos reunido con todos los partidos políticos para buscar apoyo en este tema y en otros. Hemos intentado apoyar a nuestros socios en los problemas derivados de la carga burocrática, que cada vez es mayor, solicitando a los distintos organismos y trabajando con ellos para que los controles sean eficientes y útiles. En nuestro ADN también está promover el AOVE: el Festival Córdoba Virgen Extra, del que formamos parte, es prueba de ello.

También eres vicepresidenta de Almazaras Federadas de España (AFE) y directora financiera de Luque Ecológico, una almazara de Castro del Río pionera en la producción de AOVE ecológico en España...

En el caso de AFE, se trata de una asociación a nivel nacional que está forma-



“Sólo podemos tener un futuro digno si todas las partes de la cadena disponen de un margen justo y el consumidor adquiere el producto a un precio adecuado”

da por almazaras como nosotros con los mismos problemas e inquietudes. Es miembro de la Interprofesional y desde allí luchamos por nuestros intereses y nuestro sector. En cuanto a Luque Ecológico, estamos muy orgullosos de celebrar nuestro 25º aniversario y de haber recibido en 2024 el Premio Alimentos de España en la categoría de Producción Ecológica; supone mucho esfuerzo diario y llegar hasta aquí no es nada fácil.

¿Calidad, salud y protección del medio ambiente son los pilares que deben guiar la actividad de las almazaras?

Ahora que están tan de moda esas tres premisas, nosotros podemos enorgullecernos de que llevamos toda la vida ofreciendo un producto que es bueno para la salud, protege el medio ambiente como pocos y encima está riquísimo.

En su última asamblea general, ACORA puso de manifiesto su preocupación por la actual situación del mercado. ¿Cómo vislumbras el futuro a corto y medio plazo y cuál es la fórmula para lograr la ansiada estabilidad en los precios?

Es muy difícil trabajar con un producto que en un corto periodo de tiempo puede pasar de dos a nueve euros. Es cierto que han sido dos años muy complejos, pero nuestro deseo es que todo esto haya servido para darnos cuenta de que sólo podemos tener un futuro digno si todas las partes de la cadena disponen de un margen justo y el consumidor adquiere el producto a un precio adecuado. La locura de precios de este año se ha debido a un desequilibrio oferta-demanda. Pero que el aceite esté a dos euros también es un desequilibrio y espero que como sector nos hayamos dado cuenta de ello.

¿Cuál es la posición de ACORA en lo que se refiere al funcionamiento de la Ley de la Cadena Alimentaria?

Llevamos muchas campañas aplicando la Ley de la Cadena Alimentaria. En esta última hemos sumado una nueva obli-



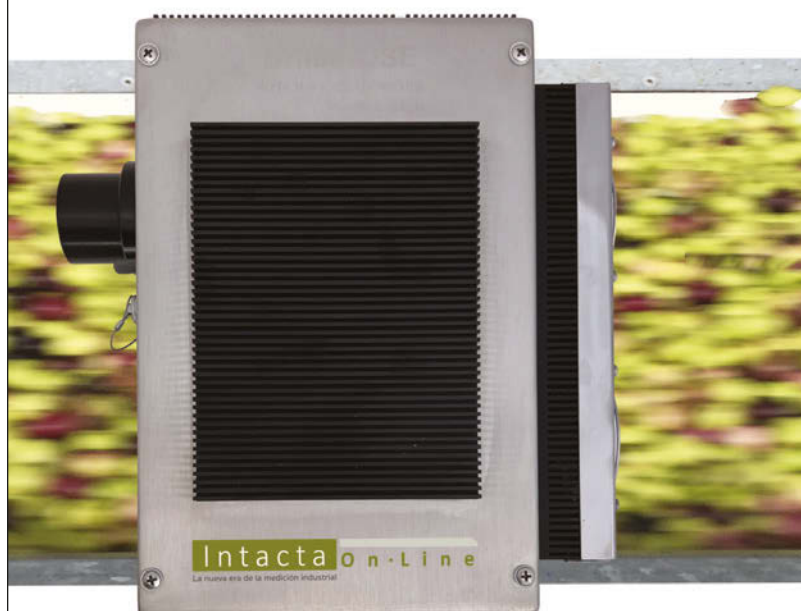
Intacta On-Line
La nueva era de la medición industrial

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



“Seguiremos luchando para que las almazaras industriales entren en la concurrencia competitiva en igualdad de condiciones que las cooperativas”

gación, la del registro de contratos alimentarios, y seguimos teniendo la misma percepción. La Ley de la Cadena no se adapta al normal funcionamiento del sector. No contempla la casuística que se produce en la relación comercial que el agricultor mantiene con la almazara, y no se trata de excepciones, sino de aspectos que en todo momento favorecen los intereses del agricultor, pero que están prohibidos por la ley. Considero que es momento de hacer balance y mejorar -y, por tanto, modificar- todos esos aspectos que suponen una traba en las relaciones comerciales de los primeros eslabones de la cadena.

ACORA siempre se ha mostrado crítica con el reparto de las ayudas y subvenciones a la transformación de productos agrícolas convocadas por la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía al considerar que margina al sector industrial fabricante de aceite de oliva. ¿Ha cambiado esta situación o sigue suponiendo un freno para la actividad de las almazaras industriales?

Seguimos siendo críticos en ese aspecto y seguiremos luchando para que las almazaras industriales entren en la concurrencia competitiva en igualdad de condiciones que las cooperativas. No tiene sentido que operadores que realizan la misma función en el territorio tengan 15 puntos más por llamarse SCA en vez de SL o SA, puntos a los cuales una sociedad mercantil no tiene acceso. Nosotros trabajamos para que todos los operadores tengan las mismas posibilidades y la misma accesibilidad a los criterios de puntuación ante una convocatoria de subvenciones.

No obstante, tenemos que reconocer la buena voluntad de la Consejería en las últimas dos convocatorias, puesto que, debido al incremento de presupuesto, todos los operadores del sector que solicitaron ayuda, tanto industriales como cooperativas, han sido incluidos en la lista de beneficiarios. La intención de la Consejería de Agricultura es que nadie se quede fuera en el reparto de subvenciones, por lo que esperamos que esto se siga cumpliendo en las próximas convocatorias.

Hablemos de los proyectos OLIVE4FUTURE y NIROLEO en los que participa ACORA. El primero pretende valorizar el alperujo y aportar una solución integral e innovadora a la problemática que genera este residuo, mientras que el segundo ha desarrollado un sistema analítico basado en la tecnología NIRS capaz de caracterizar y categorizar al instante y con la máxima fiabilidad los aceites de oliva.

Ambos proyectos están liderados por la Asociación y responden a algunas de las necesidades de nuestras almazaras asociadas que, a lo largo de estos años, hemos podido detectar.

En el caso de NIROLEO, necesitábamos encontrar una técnica analítica fiable, rápida y de bajo coste, que permitiera agilizar la toma de decisiones de la almazara en tiempo real en relación con el proceso productivo. En particular, la tecnología NIRS nos permite una clasificación por categorías comerciales de los aceites de oliva producidos en almazara -tanto desde el punto de vista físico-químico como organoléptico- con unos resultados magníficos, lo que supone toda una revolución para las almazaras. Este proyecto no hubiera sido posible sin la colaboración de la Universidad de Córdoba, la Fundación CITOLIVA y el Consejo Regulador de la DOP Baena. Actualmente, estamos trabajando en otro proyecto innovador, AUTHENOLEO, que pretende ayudar-

nos a incrementar el valor añadido de nuestros aceites, poniendo en valor parámetros tan significativos como el perfil de ácidos grasos o el de esteroides de los AOVEs producidos.

OLIVE4FUTURE, por su parte, responde a la necesidad de buscar alternativas viables a la gestión de subproductos obtenidos en el proceso de elaboración del aceite de oliva y que supongan un incremento del valor añadido de esos subproductos. No en vano, el 80% de lo que producimos en una almazara es alperujo. Con este proyecto innovador estamos poniendo a punto

tres soluciones: en primer lugar, la obtención de compost en unas condiciones más controladas; en segundo lugar, la obtención de biogás; y en tercero, la obtención de carbón activado, bien para su uso como biochar, bien como recarga de baterías de litio. En este proyecto nos acompaña también la Universidad de Córdoba y la cooperativa Covidesa.

Por último, ¿qué acciones e iniciativas lleva a cabo la Asociación en materia formativa dirigidas a sus asociados?

En efecto, otro de los objetivos fundamentales de la Asociación es la atención de las necesidades formativas e informativas de sus asociados. En este sentido, actuamos identificando sus necesidades de formación y respondiendo a sus demandas. En las últimas campañas hemos organizado jornadas telemáticas relacionadas con los contratos alimentarios, normas de calidad de los aceites de oliva, normativa de envases y residuos de envases, registro de contratos, etc. Actualmente, hemos detectado la necesidad de mano de obra en almazaras para cubrir puestos de trabajo tan esenciales como el de maestro de almazara o personal de mantenimiento, entre otros, por lo que estamos intentando poner en marcha junto con otras organizaciones cursos de formación específicos para poder atender esta demanda por parte de las almazaras. 🍋





¿Esta es
la Tuya?



Grupo
AGROISA



aceituna



almendra



pistacho



avellana



agua

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



PYME INNOVADORA



Centro para el
Desarrollo
Tecnológico
Industrial

Unión Europea

Fondo Europeo
de Desarrollo Regional
"Una manera de hacer Europa"



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



Aceite de orujo de oliva: un prometedor aliado en la lucha contra el Alzheimer

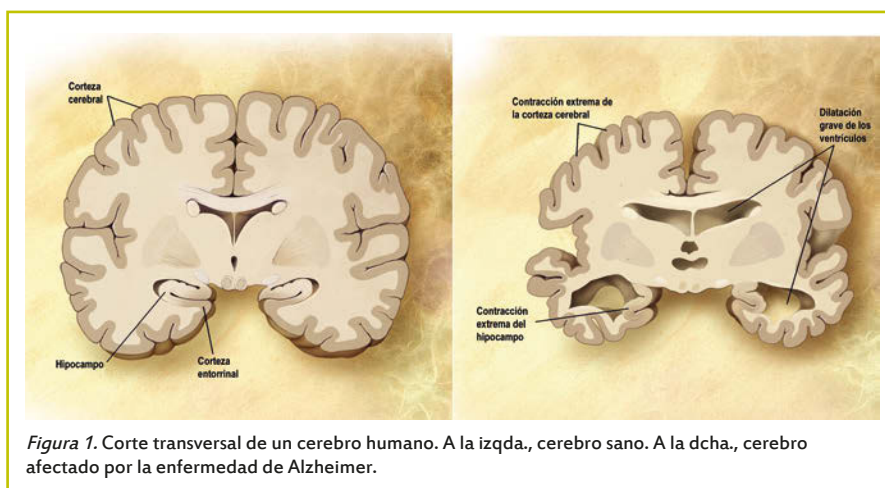
La enfermedad de Alzheimer representa la forma más común de demencia y afecta a centenares de miles de personas en España. Un desafío creciente que ha encontrado en el consumo de aceite de orujo de oliva -que podría tener beneficios metabólicos significativos- un valioso y prometedor aliado al lograr atenuar los procesos inflamatorios asociados a esta enfermedad.



Por Javier Sánchez Perona, José María Castellano Orozco, Aída García González, Juan Manuel Espinosa Cabello y Alejandro Matamoros Domínguez
Instituto de la Grasa-CSIC / perona@ig.csic.es

Se estima que el número de personas que sufren la enfermedad de Alzheimer experimentará un aumento significativo en los años venideros. Este trastorno, que representa la forma más común de demencia, afecta a centenares de miles de personas en España. Se trata de una enfermedad devastadora que genera sufrimiento no sólo en los pacientes, sino también en los familiares, que ven impotentes cómo la memoria -y en general la vida de los enfermos- se va apagando poco a poco (Figura 1).

La enfermedad de Alzheimer se caracteriza por la acumulación de depósitos proteicos en el cerebro, específicamente de amiloide-beta ($A\beta$) y ovillos de proteína Tau hiperfosforilada. Sin embargo, por el momento no se conoce su etiología, lo que complica enormemente la búsqueda de tratamientos curativos. El $A\beta$ es el marcador de la presencia de Alzheimer más empleado y también la diana para muchas investigaciones que tratan de luchar contra la enfermedad. Pero el $A\beta$ no sólo se encuentra en el



cerebro: más del 60% del $A\beta$ circulante en la sangre se asocia con lipoproteínas ricas en triglicéridos (TRL). Estas partículas son las responsables de transportar lípidos por el torrente sanguíneo, tanto de origen endógeno como exógeno, como los procedentes de la dieta.

El papel de la microglía

La microglía, un tipo de células inmunitarias del sistema nervioso central, desem-

peña un papel crucial en diversas neuropatologías, incluyendo la enfermedad de Alzheimer. Las células microgliales rodean las placas amiloides en el cerebro de los pacientes con Alzheimer y, como respuesta a su activación, liberan una cantidad considerable de marcadores proinflamatorios. Cuando este proceso inflamatorio se cronifica, contribuye al daño neuronal y a la disminución de los niveles de enzimas antioxidantes endó-



genas, exacerbando así la progresión de la enfermedad.

Se ha observado una asociación significativa entre la enfermedad de Alzheimer y el comportamiento alimentario, particularmente en relación con el tipo de grasas consumidas en la dieta. Estudios clínicos han demostrado que el consumo regular de ácidos grasos saturados y *trans* está relacionado con un mayor riesgo de desarrollar Alzheimer, mientras que las dietas ricas en ácidos grasos monoinsaturados y poliinsaturados parecen asociarse con una menor prevalencia de la enfermedad, posible-

mente debido a sus efectos en la reducción de la inflamación sistémica.

La búsqueda de agentes neuroprotectores que puedan prevenir o retrasar la enfermedad de Alzheimer es un desafío crítico y urgente. En este contexto, el aceite de orujo de oliva ha surgido como un alimento de interés debido a su composición única y su potencial impacto en la salud. Este aceite contiene diversos componentes liposolubles, como el ácido oleánico, el beta-sitosterol y el alfa-tocopherol, que han demostrado capacidad de modular el estrés oxidativo y la respuesta inflamatoria en la microglía. En particular, el ácido oleánico, presente en las hojas de olivo en concentraciones significativas, es un candidato prometedor en la lucha frente a la neuroinflamación.

El aceite de orujo de oliva: potencialmente neuroprotector

El aceite de orujo de oliva es uno más de los aceites procedentes del olivar. Se trata de un subproducto de la elaboración

[Los componentes bioactivos del aceite de orujo de oliva, especialmente el ácido oleánico, pueden ser efectivos en modular la respuesta inflamatoria y oxidativa en la microglía]

de aceite de oliva virgen que contiene valiosos componentes en proporciones importantes, como los mencionados anteriormente. La forma en que se extrae el aceite de orujo de oliva, empleando disolventes orgánicos, influye en la concentración y biodisponibilidad de estos compuestos bioactivos. Aunque los procesos de refinación a los que se somete el aceite de orujo crudo reducen en gran medida las concentraciones de estos

EFICIENCIA IE3



MÍNIMA HUMEDAD



PRODUCTIVAS



BAJO NIVEL ACÚSTICO



Separadoras Pulpa-Hueso MODELOS SPH SERIE X

PRODUCCIONES

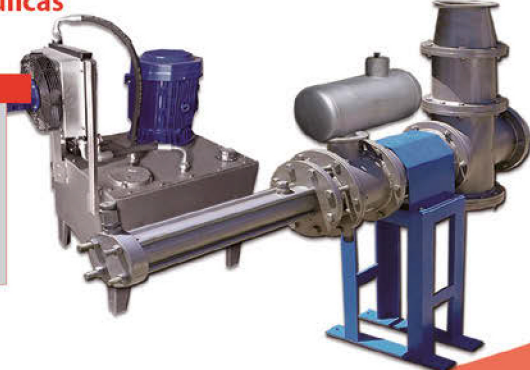
SPH25X	4.000 Kg/h
SPH30X	6.000 Kg/h
SPH40X	8.000 Kg/h
SPH50X	10.000 Kg/h
SPH75X	15.000 Kg/h
SPH100X	20.000 Kg/h



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.



[El consumo de aceite de orujo de oliva podría tener beneficios metabólicos significativos, lo que sugiere su potencial uso terapéutico en el contexto de enfermedades neurodegenerativas como la enfermedad de Alzheimer]

compuestos bioactivos, permanecen en cantidad suficiente para conferir actividad biológica al aceite. Dichos compuestos bioactivos de naturaleza lipofílica son transportados, entre otras vías, formando parte de TRL. Por consiguiente, estas partículas lipoproteicas pueden ser a un tiempo vehículos para el A β -asociado con la aparición y el desarrollo de la enfermedad de Alzheimer- y para los compuestos bioactivos de naturaleza antioxidante y antiinflamatoria. Por ese motivo, y debido a que existen evidencias de que las TRL pueden llegar al cerebro conteniendo los compuestos bioactivos, han sido denominadas *caballos de Troya* en nuestras investigaciones (Figura 2).

Un enfoque científico pionero

El Grupo de Compuestos Bioactivos, Nutrición y Salud (BIOSSAN) del Instituto de la Grasa postula que las TRL desempeñan un papel crucial en la activación microglial asociada con la enfermedad de Alzheimer. Proponemos que esta activación microglial y la subsiguiente liberación de marcadores proinflamatorios podrían ser atenuadas mediante la incorporación en las TRL de componentes bioactivos presentes en el aceite de orujo de oliva, como el ácido oleanólico, el beta-sitosterol y el alfa-tocoferol. Creemos que estos compuestos liposolubles, al ser transportados por las TRL hacia el cerebro, podrían modular simultáneamente el estrés oxidativo y la respuesta inflamatoria en la microglía, lo que podría

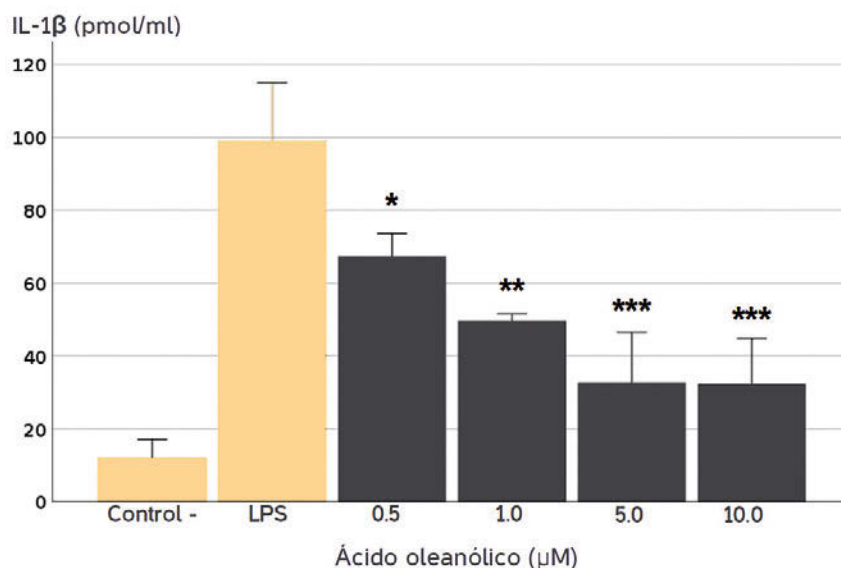


Figura 3. Producción de la citoquina proinflamatoria interleuquina-1beta (IL-1beta) por microglía de ratón BV-2 estimulada con LPS tras el tratamiento con diferentes concentraciones de ácido oleanólico.

atenuar el proceso neuroinflamatorio y prevenir o retrasar el desarrollo de la enfermedad de Alzheimer y otras enfermedades neurodegenerativas. Nuestra investigación tiene como objetivo demostrar esta hipótesis mediante experimentos *in vitro* e *in vivo*, evaluando el impacto de los componentes del aceite de orujo de oliva en la activación y función de la microglía. Estas investigaciones, que llevamos desarrollando desde 2015, reciben financiación de la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva (ORIVA).

Impacto de los compuestos bioactivos y el aceite de orujo

Para investigar los efectos de los componentes bioactivos del aceite de orujo

de oliva en la microglía, realizamos experimentos *in vitro* utilizando la línea de células BV-2 procedente de ratones. Estas células son activadas por lipopolisacárido (LPS), una sustancia que está presente en las bacterias y que las células reconocen como señal de una infección, conduciendo a su activación. Además, las células fueron tratadas previamente con beta-sitosterol, alfa-tocoferol y ácido oleanólico de forma aislada.

Tras el tratamiento, observamos que el ácido oleanólico fue el compuesto más efectivo en modular la respuesta inflamatoria de la microglía. Se observó una reducción significativa en la producción de citoquinas proinflamatorias, como interleuquinas IL-1 β e IL-6, en

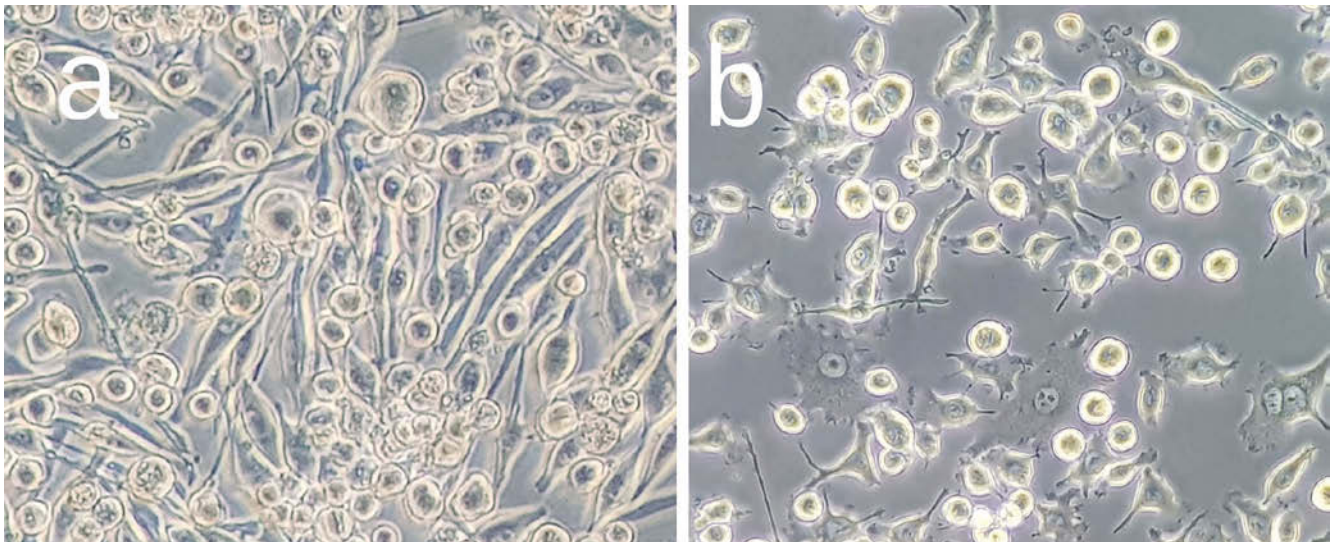


Figura 4. Microfotografías de células microgliales BV-2 antes (a) y después (b) de su activación con LPS.

una manera dependiente de la dosis (Figura 3). Además, el ácido oleanólico demostró capacidad reductora de la expresión génica de TNF- α , otro marcador inflamatorio clave. Por otro lado, el beta-sitosterol y el alfa-tocoferol también mostraron efectos moderados en la reducción de la inflamación microglial. Aunque no tan potentes como el ácido oleanólico, estos compuestos demostraron capacidad para modular la inflamación en las células microgliales.

Puesto que los compuestos liposolubles no se encuentran de forma aislada

en el plasma sanguíneo, en el siguiente experimento exploramos si TRL fabricadas en el laboratorio, con concentraciones controladas de beta-sitosterol, alfa-tocoferol y ácido oleanólico, podrían tener efecto en la modulación de la respuesta inflamatoria de la microglía. Se observó que las TRL eran capaces de provocar el estado pro-inflamatorio en las células sin necesidad de activación con LPS. Además, tanto beta-sitosterol como alfa-tocoferol y ácido oleanólico fueron capaces de atenuar ese estado en distintos niveles. Más aún, cuando

las TRL contenían una mezcla de los tres compuestos redujeron de manera más eficiente la producción de citoquinas proinflamatorias y la generación de especies reactivas de oxígeno en las células microgliales, sugiriendo un efecto sinérgico entre ellos en la reducción de la respuesta inflamatoria (Figura 4).

A pesar de los resultados favorables hasta ese momento, se antojaba imprescindible evaluar el efecto del aceite de orujo de oliva en sí, con todos los compuestos bioactivos que contiene, que van más allá de los tres menciona-

DAMOS FORMA A TUS EMOCIONES

INGENIERÍA AGROALIMENTARIA

www.pastranaingenieria.com



Especialistas en el desarrollo de proyectos de almazaras

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





dos. Para ello, realizamos un ensayo en fase postprandial en sujetos sanos que comparó los efectos metabólicos de dos tipos de aceite que comparten una característica común: el elevado contenido en su componente principal, el ácido oleico. Se trataba del aceite de girasol alto-oleico y aceite de orujo de oliva, que se diferencian entre sí precisamente por el contenido en componentes menores, entre los cuales se encuentran los compuestos bioactivos ya mencionados. El aceite de orujo de oliva se destaca por su mayor contenido en varios de dichos componentes. Como resultado de esta última investigación, encontramos resultados similares a los anteriores en la activación microglial, con la diferencia de que en esta ocasión empleamos TRL naturales formadas tras la ingesta de los dos aceites estudiados (Figura 5).

En conjunto, estos resultados respaldan la hipótesis de que los componentes bioactivos del aceite de orujo de oliva, especialmente el ácido oleico, pueden ser efectivos en modular la respuesta inflamatoria y oxidativa en la microglía, tanto de manera aislada como cuando se transportan en TRL. Además, el consumo de aceite de orujo de oliva podría tener beneficios metabólicos significativos, lo que sugiere su potencial uso terapéutico en el contexto de enfermedades neurodegenerativas como la enfermedad de Alzheimer.

Los próximos pasos en el proyecto

Nuestro estudio ha proporcionado resultados prometedores sobre el potencial terapéutico de los componentes bioactivos del aceite de orujo de oliva en la modulación de la respuesta inflamatoria de la microglía. Sin embargo, hasta el

momento no hemos probado la hipótesis en personas diagnosticadas con la enfermedad de Alzheimer. Por eso, próximamente realizaremos un nuevo ensayo en fase postprandial en estos pacientes, en colaboración con la doctora Eva Cuartero del Hospital Virgen de Valme de Sevilla. Durante el ensayo se administrará aceite de orujo de oliva o aceite de girasol alto-oleico a los pacientes y se monitorizarán sus perfiles lipídicos en sangre, incluidos los niveles de triglicéridos, colesterol y lipoproteínas. Además, se evaluarán los marcadores inflamatorios en el torrente sanguíneo para determinar si el consumo de aceite de orujo de oliva puede modular la respuesta inflamatoria sistémica en pacientes con Alzheimer en el periodo postprandial.

La enfermedad de Alzheimer representa un desafío creciente en el campo de la salud que no sólo impacta a los pacientes, sino que también afecta profundamente a sus familiares. Lamentablemente, desconocemos el origen de la enfermedad, lo que complica la búsqueda de tratamientos curativos. Sin embargo, es mucho lo que



se ha avanzado hasta el momento, así que no partimos desde cero.

Las investigaciones recientes que sugieren que la dieta puede desempeñar un papel importante en el desarrollo de la enfermedad y las que proponen que las TRL pueden acceder al sistema nervioso central proporcionaron las

primeras pistas sobre las que trabajar. En este contexto, el aceite de orujo de oliva ha emergido como un candidato prometedor debido a su composición única de compuestos bioactivos, que han demostrado capacidades neuroprotectoras en modelos *in vitro* de células microgliales, retrasando potencialmente la progresión de la enfermedad.

Los estudios en curso buscan validar estas hipótesis tanto en modelos experimentales *in vitro* como en ensayos clínicos. Estos esfuerzos representan una estrategia multidisciplinaria para abordar una enfermedad compleja, persiguiendo no sólo comprender sus mecanismos subyacentes, sino también encontrar nuevas formas de intervención terapéutica que puedan mejorar la calidad de vida de los pacientes y sus familias. 🟢

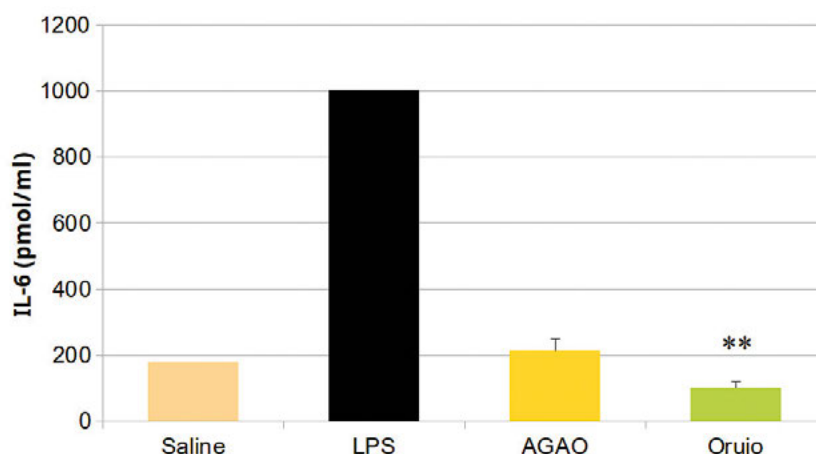


Figura 5. Producción de la citoquina proinflamatoria interleuquina-6 (IL-6) por microglía de ratón BV-2 estimulada con LPS o con lipoproteínas ricas en triglicéridos humanas obtenidas tras la ingesta de aceite de orujo de oliva (orujo) o aceite de girasol alto-oleico (AGAO).

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



Mantikir,

AOVE Premium del olivar más alto del mundo

VE
Vinícola Essenza



En Santo Antônio do Pinhal (São Paulo), abrazado por la Serra da Mantiqueira, al sudeste de Brasil -un *terroir* cuyos ricos suelos, elevada altitud y microclima único confiere matices distintivos al aceite de oliva producido en esta región-, el olivar de *Azeite Mantikir* es el más alto del mundo (1.910 metros). En este idílico escenario, Vinícola Essenza es una empresa familiar dedicada a la elaboración artesanal de vinos, aceites y embutidos de calidad Premium que brinda exclusivas y sofisticadas experiencias de oleoturismo y enoturismo dirigidas a clientes que valoran la excelencia gastronómica y el contacto con la naturaleza.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

Vinícola Essenza nace de un sueño: el de producir vinos y AOVes de calidad excepcional. Sus fundadores, el matrimonio formado por Herbert y Tatiana Sales, cultiva vides y olivos desde 2016 en Santo Antônio do Pinhal, en la encantadora Serra da Mantiqueira brasileña (Minas Gerais/SP), en una propiedad que inicialmente fue utilizada como idílico refugio de fin de semana y que ha sido objeto de una completa revitalización gracias a la pasión y determinación de esta pareja de emprendedores. Así, se recuperaron tres estanques de truchas inactivos -que

próximamente podrán ser degustadas en su restaurante- y surgieron nuevos proyectos como un gallinero o un invernadero para fresas, tomates y otros productos hortofrutícolas en cuya producción no se utilizan aditivos químicos. Además, la empresa elabora una línea de cosméticos, *Essenza*, a base de uvas y aceite de oliva, cuyas propiedades antioxidantes ayudan a mantener una piel firme y saludable; y otros productos como hidromiel y aguardiente de miel, siempre manteniendo su inequívoco compromiso con el uso responsable de los insumos agrícolas para garantizar que al consumidor sólo le lleguen alimentos sanos y seguros.

En definitiva, este mágico lugar se convirtió no sólo en un espacio de producción, sino también en un ambiente de renovación e inspiración para la pareja, que en 2020 recogió su primera cosecha de uvas y aceitunas. Animados por el gran potencial de su vino rosado, que suma una treintena de medallas en certámenes nacionales e internacionales, en 2023 se enviaron las primeras muestras de AOVE a diferentes concursos de Portugal, Grecia e Israel, obteniendo varias distinciones que reafirmaron su compromiso con la excelencia.

Con el objetivo de convertirse en un referente gastronómico internacional,



reconocido tanto por la calidad y exclusividad de sus productos como por crear momentos memorables en armonía con la naturaleza, la actividad de la empresa, enfocada a la producción artesanal y a pequeña escala, se sustenta en valores como la búsqueda de la excelencia y la atención al detalle -desde la selección de la materia prima hasta el servicio al cliente-, la exclusividad y autenticidad

o la sostenibilidad y el respeto al medio ambiente mediante la adopción de prácticas que garantizan la preservación del entorno. Sin olvidar otros no menos importantes como la integridad o la responsabilidad social, entendida como un firme compromiso por generar un impacto positivo en las comunidades locales y el conjunto de la sociedad, promoviendo el bienestar y la calidad de vida.

En la finca Refúgio Tuiuva, ubicada en Fazenda Tuiuva, en los municipios de Maria da Fé y Cristina (Minas Gerais), los olivos -6.000 árboles en total tras la última ampliación, distribuidos en 33 hectáreas de olivar tradicional de secano-, plantados en un marco de 7x7 metros, se benefician de unas excepcionales condiciones naturales. Situados en terrazas de 1.700 a 1.910 metros de



LABORATORIO AGRAMA

Expertos en análisis de aceites y grasas

CALIDAD | ANÁLISIS | GARANTÍAS

AGRAMA, su **proveedor clave de análisis** para la toma de decisiones durante la producción y comercialización del aceite:

- Especializados en contaminantes.
- Único con **acreditación en vigor para MOSH-MOAH** en España.



La calidad y el rigor es lo único que no negociamos.



agrama
ciencia y vida

WWW.LABORATORIOAGRAMA.COM

+34 95 490 60 43 / +34 95 511 99 agrama@laboratorioagrama.com





La empresa pretende convertirse en un referente gastronómico internacional, reconocido tanto por la calidad y exclusividad de sus productos como por crear momentos memorables en armonía con la naturaleza

altitud -hablamos del olivar más alto del mundo-, con un promedio de 1.800 horas de frío al año -por debajo de 10° C- y unas precipitaciones medias de 1.900 mm. en los últimos cinco años, la región ofrece suelos ricos y con excelente drenaje, amén de un microclima único, ideal para el cultivo de variedades como arbequina, arbosana, coratina, grappolo y koroneiki, cada una de las cuales aporta su propio carácter. La recolección se realiza de forma manual en el momento óptimo de maduración de los frutos -que varía en función de la distinta altitud de las terrazas- en jornadas de clima templado, y éstos se muelen en una almazara externa, el Lagar de Quelemém -biodinámico y a cargo del maestro Luiz Augusto-, con una superficie de alrededor de 200 m² y equipado con una moderna línea de extracción de la marca brasileña FAST con capacidad para procesar 100 kilos de aceituna por hora.



En la segunda cosecha de 2024, Refúgio Tuiuva registró una producción total de 1.500 litros de aceite de oliva procedentes de alrededor de 3.000 olivos. Cada variedad aportó características únicas y rendimientos específicos que oscilaron entre el 10% de coratina y el 12% de arbequina y koroneiki por cada 10 kilos de aceitunas, pasando por el 11% de la variedad italiana grappolo. Unos datos que manifiestan el exquisito cuidado en cada etapa del proceso productivo -desde el cultivo de los árboles hasta la extracción de los frutos- para garantizar la excelencia de los zumos obtenidos, elaborados a partir de métodos tradicionales y prácticas ecológicas y sostenibles, y dotados de características especialmente llamativas -más frutados, herbáceos y especiados- que reflejan toda la riqueza del *terroir* de Serra da Mantiqueira.

Azeite Mantikir, intenso por naturaleza

La gama de AOVEs de Vinícola Essenza, comercializados bajo la marca *Mantikir* en botellas de vidrio oscuro de

250 ml., incluye tres intensos monovarietales de coratina, koroneiki y grappolo, y dos *blends* elaborados a partir de estas variedades, además de arbequina. Reconocido con media docena de premios internacionales, *Azeite Mantikir Coratina Intenso* presenta un equilibrio perfecto entre frescura y sabor. Con notas a hojas de rúcula, achicoria y frutos verdes como almendra, tomate y manzana, y un *bouquet* herbáceo y floral, es una opción versátil para finalizar platos sofisticados o añadir un toque especial a la cocina cotidiana. En boca destaca su equilibrio entre amargo y picante, así como su persistencia.

Por su parte, *Azeite Mantikir Koroneiki Intenso* se antoja la opción ideal tanto para platos sofisticados como para recetas sencillas. Si en nariz revela notas de hojas, frutos verdes y un *bouquet* floral balsámico con hierbas como hinojo, tomate y alcachofa, en boca muestra un amargor y picor equilibrados. El monovarietal de grappolo, *Azeite Mantikir Grappolo Intenso*, posee un perfil sensorial único con aromas herbáceos y un delicado toque especiado, con matices

RECEPCIÓN Y PROCESADO

ACEITUNAS PISTACHOS ALMENDRAS



ILDEFONSO ROSA RAMÍREZ E HIJOS, S.L.

Fabricación de maquinaria

*¡Tu marca
de confianza!*



Contacta en:

(+34) 953 35 02 38
www.jarirr.com

Síguenos en:



ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification





La gama de AOVEs Mantikir está formada por tres monovarietales y dos blends.



Los AOVEs Mantikir están especialmente dirigidos a personas interesadas en vivir experiencias únicas que les proporcionan una auténtica conexión con la tradición y excelencia de la producción local.

Los AOVEs de *Azeite Mantikir* están dotados de características especialmente llamativas -más frutados, herbáceos y especiados- que reflejan toda la riqueza del *terroir* de Serra da Mantiqueira

a hojas de olivo, rúcula, alcachofa y frutas verdes como manzana y tomate. Perfecto para preparaciones calientes o finalizar platos, su sabor refinado, con amargo y picante persistentes, transforma las comidas en auténticas celebraciones gastronómicas.

Elaborado con una mezcla de aceitunas cuidadosamente seleccionadas, *Mantikir Blend Intenso* se presenta como una obra maestra gastronómica capaz de transformar cualquier plato, ya sea sencillo o sofisticado, en una experiencia única, y cuya calidad ya ha sido reconocida en más de media docena de concursos internacionales. Equilibrado y complejo a nivel aromático, combina ligeros matices trufados y herbáceos



Herbert y Tatiana Sales, propietarios de Vinícola Essenza, con su hijo Henrique.

con toques frutales a plátano, manzana y tomate; exhibiendo en boca sabores delicados, con un amargo y picante sutiles y balanceados.

Por último, *Azeite Mantikir Summit Premium* es un intenso y equilibrado blend de arbequina, coratina, grappolo y koroneiki procedente de las terrazas más altas de la propiedad, donde los frutos son más pequeños pero ofrecen un mayor rendimiento. Con matices herbáceos y a frutas maduras, especias y almendra verde, y toques de vainilla y miel, esta joya gastronómica regala sa-

bores delicados y frutados, con amargo y picante en equilibrio.

Para el packaging se optó por un diseño exclusivo alineado con los valores de la marca que prioriza la conservación de los aromas y la frescura del producto durante más tiempo. Las ventas se centran exclusivamente en el mercado nacional, siempre con un enfoque de exclusividad debido a la limitada producción. Los aceites de oliva vírgenes extra *Mantikir* están disponibles en el propio establecimiento de Vinícola Essenza en São Paulo, así como en unos pocos y



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.



Vinícola Essenza ofrece visitas guiadas por la propiedad con degustaciones de vinos y productos artesanales, así como deliciosos picnics.

seleccionados canales tales como su recientemente inaugurada tienda *on line*, plataformas de *e-commerce*, ferias especializadas y la *loja* de la asociación de productores Asolive en Minas Gerais, que cuenta con una representación de los aceites de oliva de la región.

En total, y en apenas un año de vida, los AOVEs de *Azeite Mantikir* ya han conquistado en 2024 más de una veintena de premios en concursos y competiciones internacionales como CAIOvibeja, ATHENA IOOC, Terraolivo IOOC, Carthage IOOC, Olio Nuovo Days, Japan Olive Oil Prize (JOOP) y EVOOLEUM Awards, donde *Azeite Mantikir Summit Premium* encabezó el TOP20 Producción Limitada (menor de 2.500 litros).

Visitas, picnics y experiencias gastronómicas

La estrategia de marketing y publicidad de Vinícola Essenza se desarrolla a través de redes sociales como Instagram, Facebook y YouTube, así como mediante anuncios en Google. La empresa también publica artículos en *websites* de noticias en los que destaca los premios y reconocimientos obtenidos y se abordan temas relacionados con vinos, embutidos y aceites de oliva. Vinícola Essenza participa cada mes en una feria nacional don-



de exhibe y comercializa su amplio catálogo de productos, al tiempo que ofrece actividades como visitas guiadas con degustaciones de vinos y productos artesanales; deliciosos picnics en bungalows situados en plena naturaleza, en la parte más alta de la propiedad -que incluyen una cesta llena de productos *Essenza* (vino, tabla de embutidos, empanadas, panes, *gravlax* de trucha en rodajas, guacamole con granada, mermelada, miel, fresas) y AOVE *Mantikir*-; y experiencias gastronómicas en su restaurante.

En materia de responsabilidad social corporativa, cabe destacar su par-

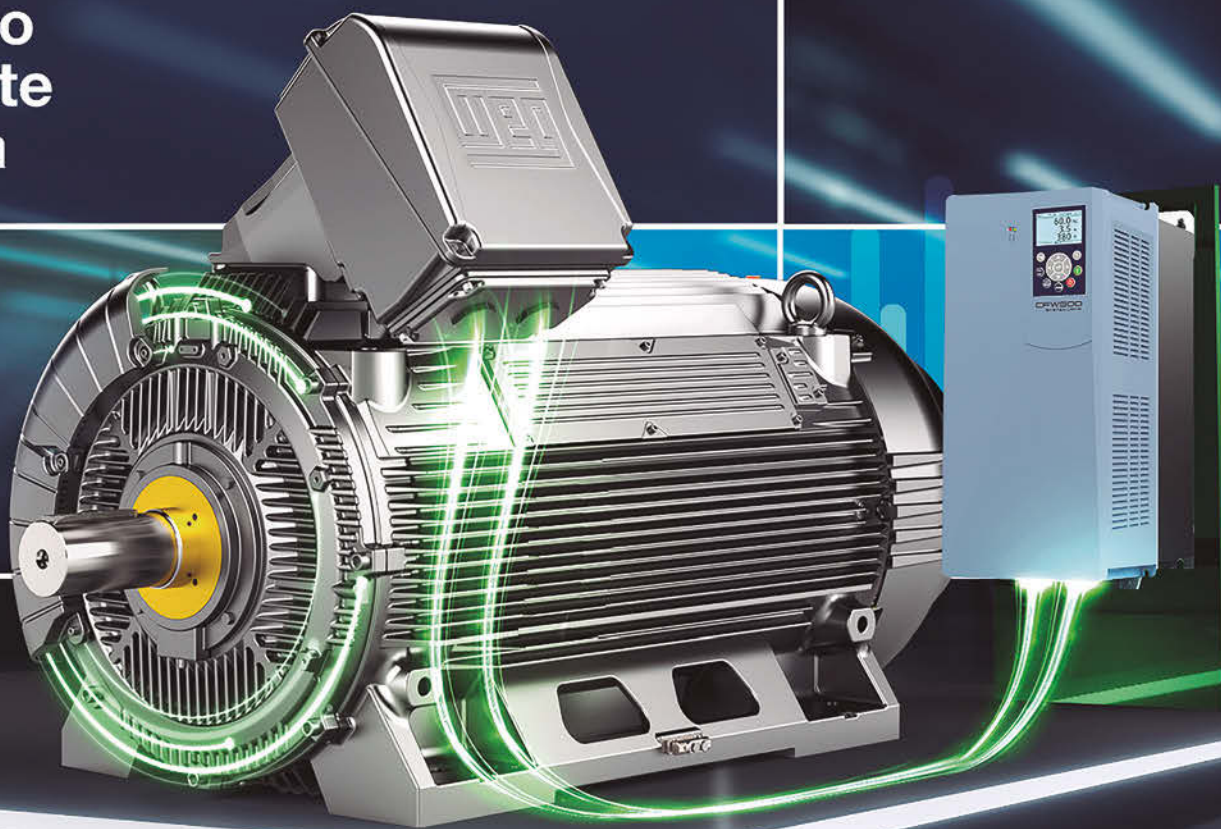


ticipación en un proyecto dirigido a 20 adolescentes de entre 12 y 16 años desarrollado en las instalaciones de Vinícola Essenza en el que sus profesionales educan a los jóvenes acerca de la importancia de la preservación del medio ambiente y el manejo responsable de las plantas locales, fomentando el emprendimiento en las áreas de gastronomía, turismo y agro-nomía, entre otras. 🍋

Essenza Agroecológico, Ltda.
atendimento@espacoessenza.com.br
www.espacoessenza.com.br

W23 Sync+ Ultra

El medio
ambiente
importa



EVITA
EMISIONES DE
CARBONO



MÁXIMA
EFICIENCIA DEL
MERCADO



MENOR COSTE
TOTAL DE
PROPIEDAD



AMPLIO RANGO
DE OPERACIÓN
HASTA 1.250 KW

W23 Sync+Ultra, el
motor industrial más
eficiente del mundo.

La industria precisa continuar creciendo, y los próximos pasos son la **transición energética**, así como **evitar las emisiones de carbono**. Es así como cuidamos aún más del medio ambiente y dejamos nuestro legado a las futuras generaciones.

En WEG estamos siempre pensando en el futuro, y con tecnología punta llegamos más allá de los estándares y reglamentaciones globales, definiendo un nuevo nivel de eficiencia, alcanzando un 20% **menos de pérdidas que el IE5**. Y eso cambia todo.

El potencial de la industria de biogás en España a partir del orujo



La sostenibilidad ambiental en la industria oleícola tomará mayor peso en el futuro del sector.

La industria del biogás en España se encuentra en una fase de crecimiento acelerado, impulsada por las políticas europeas y nacionales que buscan aumentar la producción de energías renovables. En este contexto, el aprovechamiento de residuos agroindustriales como el orujo de las almazaras -que puede ser transformado en biogás mediante procesos de digestión anaerobia- representa una oportunidad significativa. PIERALISI ha desarrollado el decánter *Leopard DMF*, que combina las ventajas de los sistemas de dos y tres fases, reduciendo el uso de agua y produciendo un paté libre de hueso. Un avance tecnológico que no sólo mejora la eficiencia del proceso de extracción de aceite, sino que también optimiza la producción de biogás a partir del residuo generado.

Por Antonio Carazo Lanagan,
Product Marketing Manager de PIERALISI España & Portugal

La Unión Europea ha actualizado sus objetivos en materia de energías renovables, aumentando la meta del 22% al 42,5% para 2030 con la nueva directiva (UE) 2023/2413 [1]. Esta directiva apoya el Plan REPowerEU de la UE, cuyo objetivo es alcanzar los 35.000 millones de metros cúbicos anuales de producción sostenible de biometano para 2030 [2]. En España, la "Hoja de Ruta del Biogás" establece un tímido objetivo de 10,41 TWh/año de producción de biogás para 2030 [3]. Sin embargo, la Asociación Española del Gas (Sedigas) estima un po-

tencial de producción de biometano de 163 TWh/año, con un 3,9% procedente de residuos agroindustriales [4], unos 6,5 TWh/año: una producción capaz de satisfacer la demanda de gas natural de aproximadamente 1.275.000 hogares.

España, líder mundial en la producción de aceite de oliva, genera unos 6,5 millones de toneladas de orujo que procesan las orujeras, según datos de ORIVA, la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva. Tradicionalmente, este subproducto de la industria oleícola se utiliza como base para la obtención del aceite de orujo crudo que, tras someterse a refinación y encabezado con

AOVE, genera el aceite de orujo de oliva, una de las cuatro categorías comerciales de grasas procedentes de la aceituna o su orujo que podemos encontrar en el supermercado.

No todas las almazaras pueden acceder con facilidad a esta industria transformadora que es, sin ningún género de dudas, la mejor opción de valorización del orujo. Por otro lado, en algunas ocasiones se ha superado la capacidad de recepción de la industria. Asimismo, algunas amenazas para la futura entrada en vigor en la UE de nuevos límites para el contenido de MOSH-MOAH en los alimentos aconsejan contemplar otros



El aprovechamiento del orujo de las almazaras para la producción de biogás representa una oportunidad significativa para la industria energética en España

un paté libre de hueso. Este avance tecnológico no sólo mejora la eficiencia del proceso de extracción de aceite, sino que también optimiza la producción de biogás a partir del residuo generado.

El estudio destaca que el paté producido por el decantador *Leopard DMF* tiene un comportamiento diferente al orujo durante la digestión anaerobia. Aunque el proceso de producción de biogás a partir de paté comienza con algo de retraso y requiere más tiempo para alcanzar la degradación total, el rendimiento energético es significativamente mayor. Esto se debe, en parte, a la textura más cremosa del paté, que facilita la movilidad de las bacterias metanogénicas, y a que la degradabilidad es mayor al no presentar elementos como el hueso o la piel, que aportan sólidos volátiles de difícil digestión, lo que al final se traduce en un menor potencial de metalización del sustrato.

Colaboraciones estratégicas

Pieralisi ha comenzado a colaborar con empresas expertas en el sector del bio-

usos para el orujo al margen de la producción de aceite de orujo de oliva.

El potencial energético del orujo

Diversos estudios han demostrado el alto potencial energético del orujo, que puede ser transformado en biogás -una fuente de energía renovable que contiene aproximadamente un 50-60% de biometano, el equivalente renovable del gas fósil- mediante procesos de digestión anaerobia. Para tales casos se considera un residuo en función de la normativa actual.

Durante la Bioenergy International Conference, celebrada en Jaén los pasados 6 y 7 de noviembre, se presentó la comunicación oral "*Biomethanation of olive oil mill waste. Influence of the*

production process on the energy yield" [5]. El estudio comparó la producción de biogás a partir de orujo y de paté, un subproducto obtenido mediante decantadores multifase (DMF) como el *Leopard* de Pieralisi. Los resultados mostraron que el paté tiene un mayor potencial energético que el orujo, produciendo 43,5 litros de metano por kilogramo de paté, en comparación con los 31,1 l. de metano por kg. de orujo, un 39,9% más.

Tecnología Pieralisi y su impacto

Pieralisi, empresa líder en tecnología de separación, ha desarrollado el decánter *Leopard DMF*, que combina las ventajas de los sistemas de dos y tres fases, reduciendo el uso de agua y produciendo

El paté producido por el decánter *Leopard* DMF de Pieralisi tiene un comportamiento diferente al orujo durante la digestión anaerobia, siendo el rendimiento energético significativamente mayor

El sistema DMF de la gama *Leopard* de Pieralisi permite obtener un paté de aspecto cremoso, libre de hueso y piel que lo hace idóneo para la producción de biogás.



Genia Bioenergy gestiona la planta del grupo Blázquez en Salamanca, con capacidad para producir más de 3,8 millones de Nm³ de biogás al año.



COVAP ha implantado un modelo de producción de energía renovable para satisfacer el 80% de su demanda de consumo que incluye una planta de biogás desarrollada por Genia Bioenergy.



gás, como Genia Bioenergy [6] -participada por el grupo Repsol-, con el objetivo de potenciar el desarrollo de proyectos de biogás a partir de residuos agroindustriales, aprovechando la experiencia y tecnología de ambas compañías.

Y es que Genia Bioenergy, con su conocimiento en la implementación de plantas de biogás, y Pieralisi, con su avanzada tecnología de separación, están bien posicionadas para liderar el crecimiento de la industria del biogás en España. Esta sinergia no sólo contribuirá a la producción de energía renovable, sino que

también ayudará a gestionar de manera sostenible los residuos de las almazaras.

Conclusión

El aprovechamiento del orujo de las almazaras para la producción de biogás representa una oportunidad significativa para la industria energética en España. La tecnología de Pieralisi, junto con colaboraciones estratégicas con empresas como Genia Bioenergy, puede transformar este residuo en una valiosa fuente de energía renovable. Con un potencial de producción de metano superior al del

orujo tradicional, el paté producido por los decantadores *Leopard* DMF se posiciona como una solución eficiente y sostenible para el futuro energético del país.

El desarrollo de la industria del biogás a partir de residuos agroindustriales no sólo contribuirá a alcanzar los objetivos de energía renovable establecidos por la Unión Europea, sino que también promoverá una economía circular, reduciendo el impacto ambiental de la producción de aceite de oliva y generando beneficios económicos para el sector agrícola. 🍷

Referencias

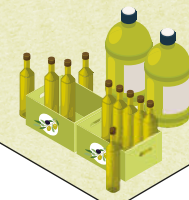
1. Directiva (UE) 2023/2413 del Parlamento Europeo y del Consejo de 18 de octubre de 2023 por la que se modifican la Directiva (UE) 2018/2001, el Reglamento (UE) 2018/1999 y la Directiva 98/70/CE en lo relativo al fomento de la energía procedente de fuentes renovables y por la que se deroga la Directiva (UE) 2015/652 del Consejo.
2. Documento de trabajo de los servicios de la Comisión "Implementar el plan de acción REPowerEU: necesidades de inversión, acelerador de hidrógeno y logro de los objetivos de biometano". Que acompaña al documento Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones Plan REPOWEREU de 18 de mayo de 2022.
3. Hoja de Ruta del Biogás. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. Madrid (2022).
4. Estudio de la capacidad de producción de biometano en España, 2023. PwC & Biovic. Sedigas, Barcelona (2023).
5. Carazo, A. J., González González, A., García Reina, R., Arias García, A., Bruni, A., & Lizasoain, J. (2023). Biomethanation of olive oil mill waste. Influence of the production process on the energy yield. Pieralisi España, S.L.U.
6. Genia Bioenergy (abril de 2024). Repsol ha anunciado su entrada en el capital social de Genia Bioenergy con una participación del 40%. <https://geniabioenergy.com/prensa/>



vidrala

GLASS
MADE
GOOD





Nuevos retos para nuevos tiempos

El aceite de oliva virgen extra posee un sinfín 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. En la actualidad, y empujada por las demandas de la sociedad y los consumidores, la industria del embalaje afronta nuevos retos que beben de una preocupación común: la búsqueda de la sostenibilidad.



© ANFEVI

Lo envasado del aceite de oliva es imprescindible para mantener sus cualidades organolépticas, ayudando principalmente a limitar la exposición a la luz y proporcionando una buena barrera al oxígeno, principal factor que promueve las reacciones de oxidación del producto, otorgándole por tanto un valor añadido. Actualmente existen diversos formatos y materiales para el envasado de aceite de oliva que deben cumplir ciertos requisitos en materia de sostenibilidad, propiedades de conservación y seguridad alimentaria.

Para cumplir con las exigencias de los consumidores y las nuevas legislaciones, sobre todo en materia de seguridad alimentaria y sostenibilidad, la industria oleícola ha asumido un importante reto: la migración a materiales de envasado más sostenibles pero igualmente seguros y que conserven el producto en perfectas condiciones durante toda su vida útil.

En este sentido, tanto el Real Decreto a nivel nacional como el nuevo Reglamento Europeo de Envases y Residuos de Envase que entrará en vigor próxima-

mente tienen como objetivo que el 100% de los envases del mercado europeo sean reciclables, diseñados para ser reutilizables y con un contenido mínimo de material reciclado.

El nuevo Reglamento Europeo de Envases y Residuos de Envase, que el Consejo Europeo adoptó formalmente el pasado mes de diciembre, y que entró en vigor tras su publicación en el Diario Oficial, va a introducir una serie de novedades que las empresas deberán adaptar. Entre otros, incluye objetivos específicos a largo plazo en materia de prevención, ecodiseño, reutilización, reciclabilidad, contenido de material reciclado y uso de bioplásticos en envases.

El nuevo Reglamento introduce un sistema de clasificación para evaluar la reciclabilidad de los envases basado en el diseño, los sistemas de gestión y las tecnologías de reciclado. Un enfoque que permite una evaluación más precisa del impacto ambiental de cada tipo de envase, diferenciando entre niveles de reciclabilidad según los materiales utilizados y su capacidad para ser reciclados eficientemente. Esta clasificación busca fomentar el diseño de envases más sostenibles, promoviendo

aquellos que cumplan con los umbrales establecidos para maximizar su reciclado y reducir su impacto ambiental.

Por otra parte, a principios de 2025 entró en vigor el Real Decreto 1055/2022 de envases y residuos de envases y las empresas deberán adaptarse a las obligaciones impuestas por la nueva normativa. A partir de entonces, todas las empresas en España -independientemente de su tipología y sector- que pongan envases por primera vez en el mercado deberán estar adscritas a un SCRAP, un sistema colectivo de responsabilidad ampliada del productor, o bien valorar la viabilidad de comunicar un sistema individual, pudiendo incluso convivir ambas tipologías de sistemas. Otra de las novedades se centra en mejorar el impacto ambiental en el tipo de envases empleados.

A partir de la implementación del Real Decreto sobre envases y residuos de envases, cabe pensar que la principal preocupación de las empresas se centrará en la circularidad del packaging y el cuidado del medio ambiente. Según un informe de Capgemini, el 79% de los consumidores está cambiando sus preferencias de compra en base a crite-

AUREA Dop. Para los grandes aceites de oliva virgen extra

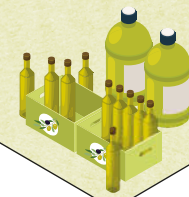


La proporción áurea, base de la colección **AUREA DOP**,
es el alma de muchas de las formas más armoniosas de la naturaleza.
Rigor estilístico y esencia de las formas caracterizan a **AUREA DOP**,
donde la búsqueda meticulosa de la proporción áurea desemboca en una botella de carácter y gran estilo.
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



© AINIA



rios de responsabilidad social e impacto medioambiental de la empresa o del producto que adquieren.

La sostenibilidad, el gran reto

Y es que el de la sostenibilidad es sin duda el gran reto al que se enfrenta la industria del embalaje y una de las principales demandas de la sociedad para proteger nuestro planeta. Nos hallamos, por tanto, ante un nuevo contexto que definirá las próximas tendencias en cuanto a formatos y materiales para conformar el envase del futuro, que deberá ser, no hay duda, inteligente, activo y sostenible. Vidrio, PET, lata, *bag in*

[El de la sostenibilidad es sin duda el principal reto al que se enfrenta la industria del embalaje]

box... Cada uno exhibe sus bondades y proclama sus fortalezas desde múltiples puntos de vista: logístico, sostenible, de preservación del producto...

Como recuerda Antonio Balairón, director general de la Asociación Nacional del Envase de PET (ANEP-PET), “el envase a utilizar es una decisión del envasador, no de los proveedores. Todos los materiales y los envases cumplen la misión y la reglamentación en cuanto a conservación del producto, ya que si no la cumplieran no podrían comercializarse. La decisión de elegir un material determinado por parte del envasador depende de muchos factores que a veces son ajenos a la función fundamental de conservación. Por ejemplo, se puede utilizar un material determinado en función del posicionamiento marca-precio deseado, mientras que en otros casos prima la logística y evitar pérdidas por roturas de envases. Depende del mercado objetivo al que se dirija el producto y la

estrategia de comercialización del productor, dentro del marco normativo”.

Balairón añade que “todos los materiales habituales (vidrio, PET o metálicos) son reciclables y reciclados en la medida que lleguen a los contenedores de recogida y selección. Estos tres materiales básicos, al igual que el cartón, tienen perfectamente organizados sus flujos de recogida con alta eficiencia”.

En el centro tecnológico AINIA, que cuenta con más de 35 años de experiencia en I+D+i, trabajan para impulsar la competitividad de las empresas a través de la innovación y llevan muchos años estudiando el comportamiento del consumidor desde distintos puntos de vista: estudios sensoriales, investigación de mercado y, más recientemente, neurociencia, para estudiar las reacciones emocionales y espontáneas de una forma objetiva y observable, ajustando de esa forma el material y formato del envase a las necesidades concretas de los distintos grupos de consumidores.

En opinión de Luis Gil Vicente, del Departamento de Desarrollo de Negocio en AINIA, las principales tendencias en el sector oleícola en materiales de envase están enfocadas a todos los cambios relacionados con la sostenibilidad. En este sentido, cabe destacar la introducción del RPET (PET reciclado), principalmente en las botellas. “Se está trabajando mucho en definir los porcen-

Soluciones con total precisión y seguridad



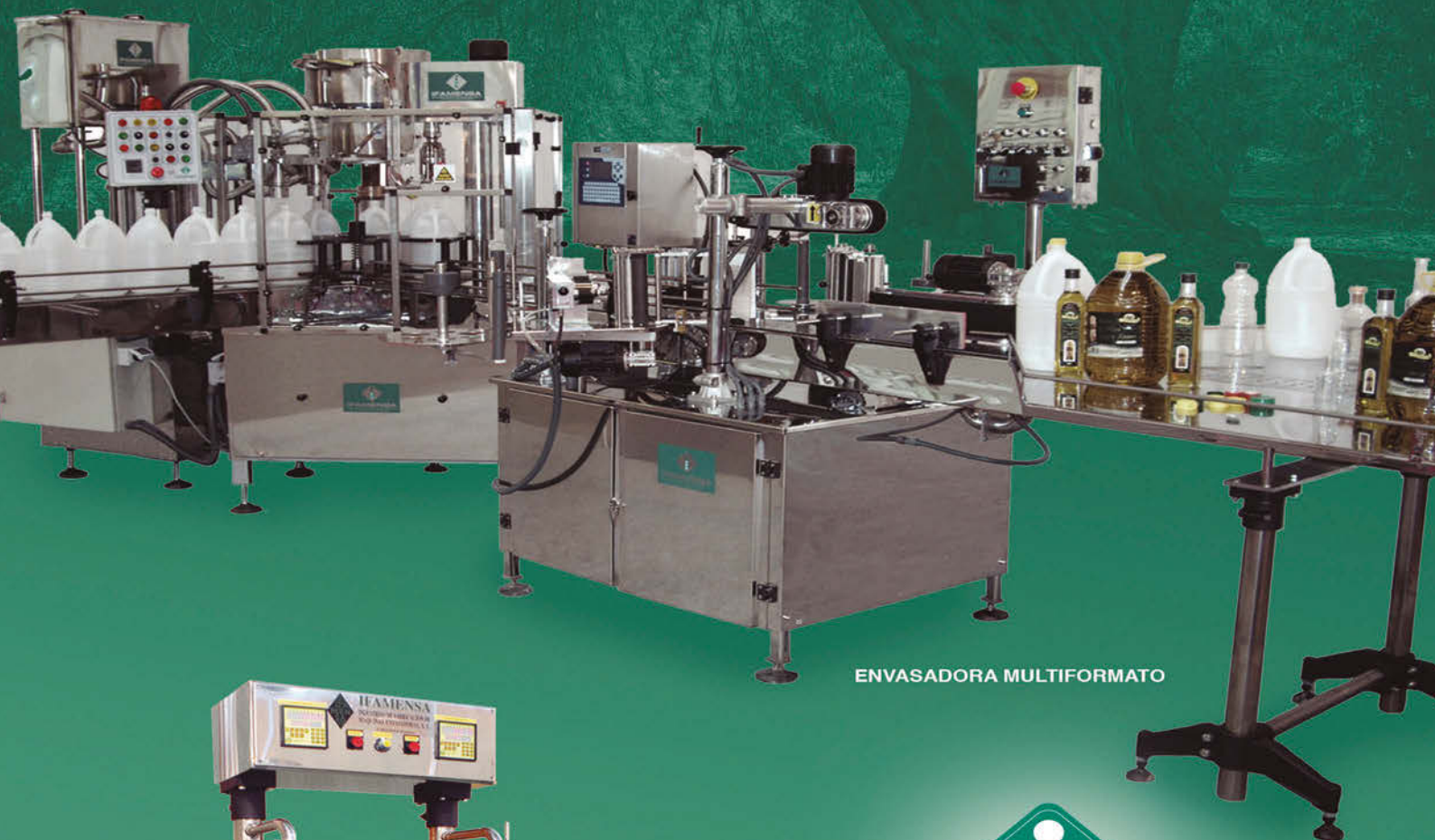
ENVASADO



ETIQUETADO



CIERRE



ENVASADORA MULTIFORMATO



LLENADORA POR PESO



ifamensa

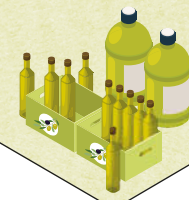
INDUSTRIAS DE FABRICACIÓN DE MÁQUINAS ENVASADORAS, S.L.

¡Calidad de principio a fin!



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

www.ifamensa.com



© AINIA



[Se está produciendo la entrada de nuevos materiales alternativos a los ya tradicionalmente empleados por la industria oleícola]



Luis Gil Vicente, técnico del Departamento de Desarrollo de Negocio en AINIA.

tajes de RPET -apunta- y en cómo estos porcentajes pueden afectar a la vida útil del aceite de oliva, sobre todo a sus características sensoriales. En este sentido, los proveedores del RPET tienen un gran trabajo por delante, ya que, junto a la garantía de inocuidad del material, se debe trabajar en la homogeneidad de los lotes y la trazabilidad de la materia prima. Y los envasadores, en el ajuste de este material al aceite”.

“Por otra parte -continúa-, se está produciendo la entrada de nuevos materiales alternativos a los ya tradicionalmente empleados por la industria oleícola. Un caso desarrollado recientemente, y en el que hemos participado junto a la empresa Acesur, es el desarrollo de envases en formato monodosis en base papel y recubrimientos (ver ESPECIAL PACKAGING Y ENVASADO I en *Mercacei Magazine* 120). El objetivo es facilitar la reciclabilidad de este formato de envase, que por su pequeño tamaño es más difícil de reciclar”.

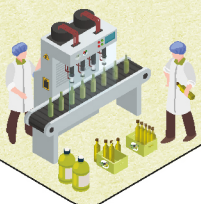
Para Gil Vicente, “realmente no hay un envase que sea mejor o peor que otro, ya que son distintos los factores a tener en cuenta. Así, el vidrio es un material inerte químicamente y con una excelente barrera al oxígeno, lo que le hace muy apropiado para productos de alta calidad. Pero la necesidad de ser transportado vacío, su peso y la posibilidad de una rotura hace que logísticamente sea más complicado que un envase de PET, que puede ser soplado en la propia industria, aunque tiene una menor barrera al oxígeno que el vidrio. Por el contrario, los envases metálicos tienen una excelente barrera al oxígeno pero no dejan ver el producto, algo que es apreciado por el consumidor”.

Sostenibles e innovadores

Parece claro, por tanto, que la evolución del sector sigue claramente marcada por la sostenibilidad. Jesús Pérez es el director del Cluster de Innovación

en Envase y Embalaje, una asociación empresarial que celebra 15 años de contribución constante a la sostenibilidad e innovación en el diseño de envases y que entrega los Premios Nacionales de Diseño y Sostenibilidad de Envase y Embalaje. “El sector del packaging lleva años preparándose y realizando esfuerzos para adaptarse a toda la normativa sobre economía circular. Es un proceso de adaptabilidad complejo donde sin ninguna duda va a surgir la necesidad de realizar inversiones muy grandes, por lo que será preciso ayudar a las empresas para que puedan contar con financiación”.

Según Pérez, en el sector oleícola las empresas están esforzándose por ampliar el porcentaje de materiales sostenibles y reciclados que utilizan, tanto en el envase primario como en el secundario -botellas y etiquetas-, así como en los envases que sirven para transportar los productos, que son igualmente importantes. El reto consiste en que los materiales utilizados pongan el foco en la reciclabilidad y la búsqueda de materiales más sostenibles. Aquí encontramos, por ejemplo, los denominados bioplásticos, que se comercializan desde hace tiempo. Son materiales fabricados a partir de fuentes renovables (almidón del maíz, fécula de patata e incluso provenientes de la biomasa) y pueden ser biodegradables o compostables, con un tratamiento específico y en unas condiciones determinadas. “Por ejemplo, los formatos



bag in box van en esta línea de aligerar los materiales y apostar por la sostenibilidad", indica.

Asimismo, tal y como señala el director del Cluster de Innovación en Envase y Embalaje, en los últimos años el sector del aceite de oliva se ha renovado, con procesos de innovación que afectan tanto a la parte de diseño -que buscan la diferenciación mediante formatos Premium y diseños especiales que contribuyen a reforzar la identidad de marca de las empresas- como a la forma en

la que se consume el producto. "Por ejemplo, cada vez más se ven formatos como el aceite pulverizado, que suponen una forma alternativa de consumir este producto y va calando poco a poco en la sociedad. También se trabaja cada vez más en formatos donde el packaging se pueda reutilizar".

Respecto a la elección del mejor envase para el aceite de oliva -la pregunta del millón-, Pérez tiene claro que no existe una respuesta categórica a semejante cuestión porque "cada material ofrece una funcionalidad y un propósito. Cada empresa tiene un objetivo definido y quiere posicionar a su producto en un nicho de mercado concreto. La primera decisión del material y del diseño tiene que ir enfocada lógicamente a estos aspectos más de mercado y de posicionamiento. El diseño creativo ha avanzado mucho en los últimos años, tanto con diseños de formas de botellas de vidrio como de etiquetas creativas y muy visuales que aportan más valor al producto".

[El reto consiste en que los materiales utilizados pongan el foco en la reciclabilidad y la búsqueda de materiales más sostenibles]

Desde el punto de vista logístico, Jesús Pérez sostiene que las empresas de aceite de oliva deben trabajar en un sistema de envase y embalaje óptimo, realizando pruebas en todo su proceso logístico para detectar posibles ineficiencias, tanto por exceso de embalaje -lo que supondría un coste económico y medioambiental- como por infraembalaje, que supondría la rotura de los productos durante el proceso de distribución y muchas pérdidas. Para ello, realizar pruebas sobre el comportamiento del sistema es clave,

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.

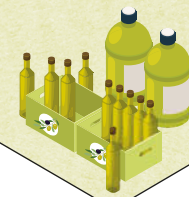


EMBOTELLADORA ELECTRÓNICA
CON CAUDALÍMETRO MÁSIICO.



EMBOTELLADORA ELECTRÓNICA
PONDERAL CON BÁSCULA DE PESO.

www.gallardoingenieria.com



[Las últimas innovaciones en materia de envasado se están centrando en incorporar monomateriales, pero manteniendo las propiedades de sus homólogos multicapa]



Jesús Pérez, director del Cluster de Innovación en Envase y Embalaje.

así como adoptar medidas correctoras. Este sistema debe garantizar la preservación del producto, algo que es vital en el caso del aceite de oliva, ya que la misión del embalaje es contener y proteger al producto durante todo su ciclo de distribución.

¿Y cómo vislumbra el futuro el director del Cluster de Innovación en Envase y Embalaje? “Las empresas tendrán que ir incorporando cada vez más materiales sostenibles -responde-, como los bioplásticos, botellas realizadas con material reciclado o materiales que sean 100% reciclables, haciendo que cada vez sean más ligeros para evitar emisiones de CO₂ en el transporte, que es otro de los aspectos a considerar”.

“Creo que el futuro pasa por los envases activos e inteligentes -concluye Jesús Pérez-. Los primeros son aque-



© Adhesivas Ibi



© Oro Bailén

Los diferentes elementos del packaging del aceite de oliva (envases, materiales, etiquetado) han experimentado una gran evolución en los últimos años, incorporando diseños cada vez más atractivos e innovadores que aportan mayor valor al producto.



© Arconvert



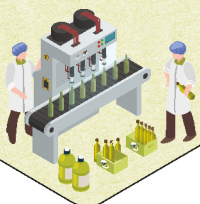
© Vetreria Etrusca

Gamas Biolio y Colette de Vetreria Etrusca.

llos que incorporan tecnología -por ejemplo, antioxidantes naturales- que permiten mantener las propiedades organolépticas del aceite durante más tiempo, facilitando sus ciclos de exportación. Por su parte, los envases inteligentes son aquellos que permiten interactuar y ofrecen una información útil para el usuario o la cadena de valor del envase, constituyendo una experiencia en auge”.

Reciclabilidad y reutilización

Jorge Barriobero (I+D) y Jorge Lorenzo (Calidad y Seguridad Alimentaria) son los expertos en packaging del Centro Nacional de Tecnología y Seguridad Alimentaria (CNTA), una asociación privada sin ánimo de lucro con vocación de convertirse en un referente nacional cuyo propósito es contribuir a la mejora de la competitividad y de la calidad de la industria alimentaria. Este centro tecno-



© Bruni Glass



Envases de vidrio para aceite de oliva (modelos Gardi, Moresca y Neolio) de Bruni Glass (ahora Berlin Packaging).

lógico con sede en San Adrián (Navarra) desarrolla dos tipos de actividad: por una parte, captación de conocimiento; y por otra, transferencia de tecnología a través de proyectos de I+D, servicios tecnológicos y formación.

"Habitualmente, el aceite de oliva se ha envasado en envases de vidrio

y envases de plástico de polietileno tereftalato (PET) -afirma Barriobero-. El envase de vidrio ya se venía reciclando, lo que garantizaba su circularidad; sin embargo, el envase de PET ha tenido que evolucionar para ser reciclado y que este PET reciclado forme parte otra vez de nuevas botellas,

de manera que se cierre el círculo en cuanto a recursos de origen químico y residuos. Aun así, hay que lograr incrementar todas las tasas de reciclado de todos los materiales, que pasan por una mejor separación por parte del consumidor y unos sistemas de reciclaje eficientes que permitan disponer

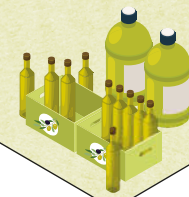


C/ Guadalajara 4, IBI - Alicante Pol. Ind. L'Alfàç III | Tlf. + 34 zzz96 555 26 57
info@adhibi.com

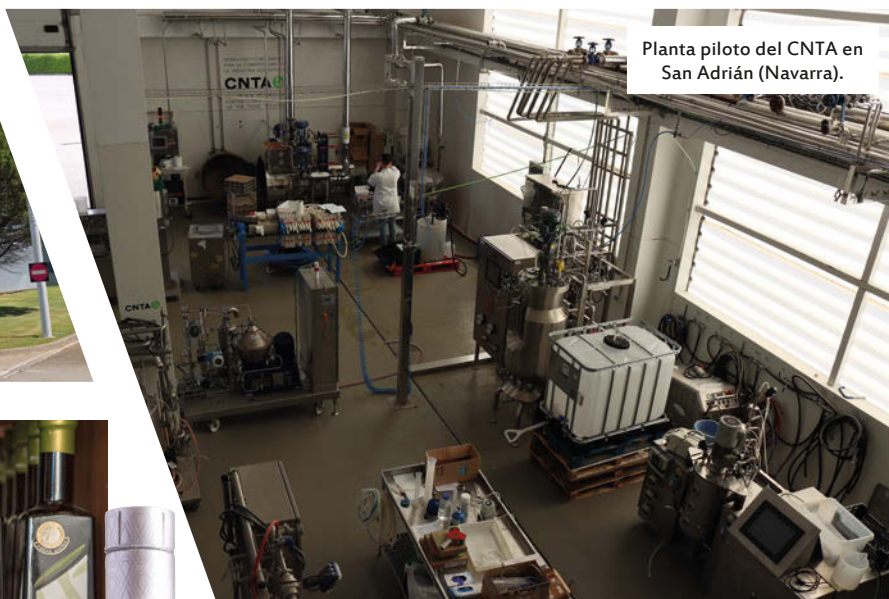
Aceite puro, etiquetas sostenibles:
Cuidamos el planeta

RECICLA
REHABILITA
RECUPERA
RENUEVA
REUTILIZA
REETIQUETA





Sede del CNTA en San Adrián (Navarra).



Planta piloto del CNTA en San Adrián (Navarra).



de material reciclado suficiente para poder suministrar a todo el mercado”.

“No hay que olvidar -prosigue- que el primer principio de la sostenibilidad es la reutilización, de ahí que se esté pensando en la implantación de sistemas de rellenado o de SDDR (sistemas de devolución y retorno); además de optimizar los volúmenes de envases para que sean más aprovechables con el menor material posible”.

Por su parte, Jorge Lorenzo apunta que “actualmente se prioriza la reciclabilidad y el contenido de material reciclado, pero además los envases deben ser inertes y cumplir con las necesidades de barrera a la luz y al oxígeno, entre otras. Los envases más sostenibles desde el punto de vista logístico y de preservación del producto son el envase de vidrio y el envase de PET reciclado, ya que son idóneos para mantener la calidad y seguridad del producto hasta el fin de su vida útil. Resulta muy eficiente mantener estos materiales para minimizar las inversiones en nuevos procesos y además se puede reciclar de manera real y efectiva haciendo que el círculo se cierre, consiguiendo una economía circular. Sin olvidar que una gestión conjunta de todos los residuos y el



No existe un único envase ideal para el aceite de oliva, sino que cada material ofrece una funcionalidad y un propósito.

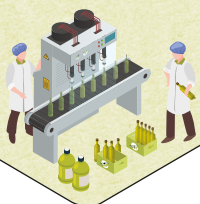


© Fixed Top

reciclaje de los mismos permitirá ser más eficientes y consumir menos recursos”.

“En cualquier caso -puntualiza-, no tiene por qué existir un único envase ideal. Un nuevo envase no sustituirá a los ya existentes si éstos son sostenibles, sino que ofrecerá alternativas de envasado para elegir la mejor opción en función de la necesidad”. Por ejemplo, la lata -también reciclable- puede ser una alternativa sostenible. También existen en la actualidad otras tendencias de envasado interesantes, caso del *bag in box*, que es el único formato de envase que impide la entrada de aire una vez abierto el envase y aporta una barrera total a la luz; o el envase *doy-pack* y el brick, que también

permiten mantener la calidad del aceite gracias a su opacidad y alta barrera al oxígeno. Sin embargo, estos materiales cuentan con la desventaja de estar elaborados a base de plásticos multicapa o incluso multimaterial, lo que limita su tasa de reciclabilidad. Por esta razón, las últimas innovaciones en materia de envasado se están centrando en incorporar monomateriales en este tipo de formatos de envase, pero manteniendo las propiedades de sus homólogos multicapa. “No obstante, se deberán realizar simulaciones y ensayos para saber si estos nuevos materiales conservan el producto de igual manera que los ya probados y actualmente en uso”, concluye. 🟢



Una nueva herramienta permitirá predecir si los envases son sostenibles y funcionales

Definir el nivel de funcionalidad y sostenibilidad de los materiales y sistemas de envase es un proceso fundamental para conservar adecuadamente los alimentos, respetar el medio ambiente y evitar el desperdicio alimentario. Con el fin de facilitar esta tarea a las empresas, surge el proyecto *PackCompute*, centrado en la investigación y generación de un nuevo modelo de desarrollo de envases basado en la categorización de su sostenibilidad y funcionalidad mediante modelos computacionales.

La iniciativa cuenta con un presupuesto de 136.953 euros y está cofinanciada con 105.343 euros por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través del programa de apoyo a las Agrupaciones Empresariales Innovadoras (AEI), en el marco de las ayudas Next Generation y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, con el objetivo de mejorar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas.

En el proyecto *PackCompute* participan entidades como el Cluster de Innovación en Envase y Embalaje, que coordina el proyecto; Functional Print Cluster, la agrupación de impresión funcional referente en Europa; el centro tecnológico AINIA y Nettrim Technology, especialistas en servicios de tecnología y outsour-

cing, como responsables del desarrollo técnico; y Ródenas y Rivera -compañía referente en la fabricación de envases y embalajes flexibles- e IP3 Desarrollos -empresa industrial de packaging flexible-, encargadas de validar la herramienta.

El proyecto contará con un *software* que tiene una doble función. Por un lado, permitirá clasificar envases ya existentes en base a sus características de sostenibilidad y adecuación de la funcionalidad, ayudando a las compañías en la evaluación de impactos y en su toma de decisiones. Por otro lado, se trata de una herramienta predictiva de gran valor para el apoyo de la I+D+i en las empresas, puesto que permitirá predecir las características de sostenibilidad y funcionalidad de un envase antes de su desarrollo, contribuyendo así a ahorrar tiempo y dinero en el proceso de puesta en el mercado de soluciones de envase sostenibles.

Para lograrlo, el consorcio está investigando los parámetros en los que las empresas del sector del envase basan su concepto de sostenibilidad y funcionalidad, así como en el sector de la impresión. El proyecto generará un conocimiento en forma de modelos computacionales reutilizables a partir de datos reales que se integrarán en un *software* final.



SURJET

CODIFICACIÓN Y MARCAJE

Marcando la diferencia...

Savema

Polyt^{ij}
illumex

Citronix

DIKAI
CODING



Edición 2025

MUNDO OLIVAR



**El Mayor Congreso Mundial
de Olivicultura y Elaiotecnia**



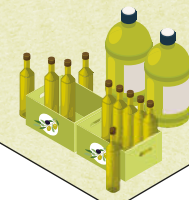
The background image shows a large audience of people seated in a lecture hall, facing a large screen. The screen displays a landscape of an olive grove with a harvester working in the rows. The sky is blue with some clouds.

18 y 19 de Junio de 2025

Aula Magna de la Universidad de Córdoba (UCO)

**Más de 1.400 asistentes • Mesas
Redondas • Talleres • Área de
expositores • Networking • B2B**

➡ **www.mundolivar.es**



Campo de batalla: el supermercado. La ciencia del neuromarketing



neurologica
revealing the human

Por Juan Graña
CEO de neurologica

Imagina entrar en un supermercado. A medida que recorres los pasillos, tu atención se divide entre los colores y las formas de los productos que llenan las estanterías. Sin darte cuenta, tu cerebro ya está trabajando, guiado por leyes desconocidas en tu inconsciente, por aprendizajes contruidos a partir de la experiencia de tantos mercadólogos en su batalla diaria por captar un segundo más de tu atención. Este viaje sensorial, tan cotidiano, está cuidadosamente orquestado por los secretos del diseño de envases.

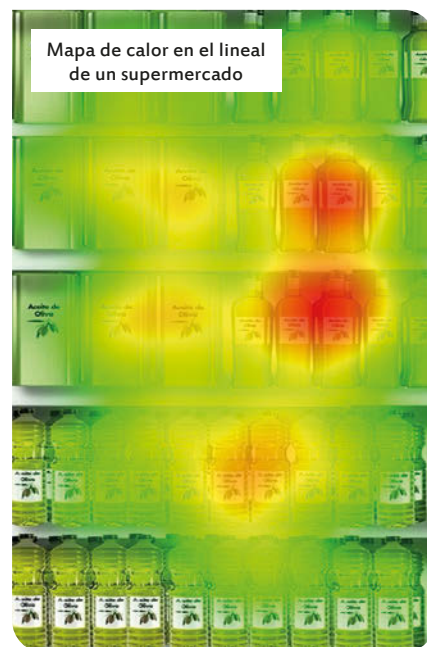
Desde el momento en que tus ojos se posan en un lineal, comienza una danza de estímulos visuales. Y el primer impacto es el de los colores y formas. Los estudios de neuromarketing han demostrado que, en esos primeros segundos cruciales, tu cerebro se guía principalmente por los colores y las formas de los envases. Los colores vivos y las formas distintivas tienen un poder casi hipnótico para captar tu atención, incluso antes de que tu consciente se dé cuenta. Hay una norma básica y fundamental que es la del contraste: el producto debe destacar de algún modo en el entorno. El tálamo, una parte importante de nuestro cerebro, dedicará sólo décimas de segundo a decidir si resulta de nuestro interés. Es nuestro filtro natural al mundo que nos rodea.

Pero hay una trampa: cuando todos los envases comparten tonalidades, diseños y formas similares, este efecto

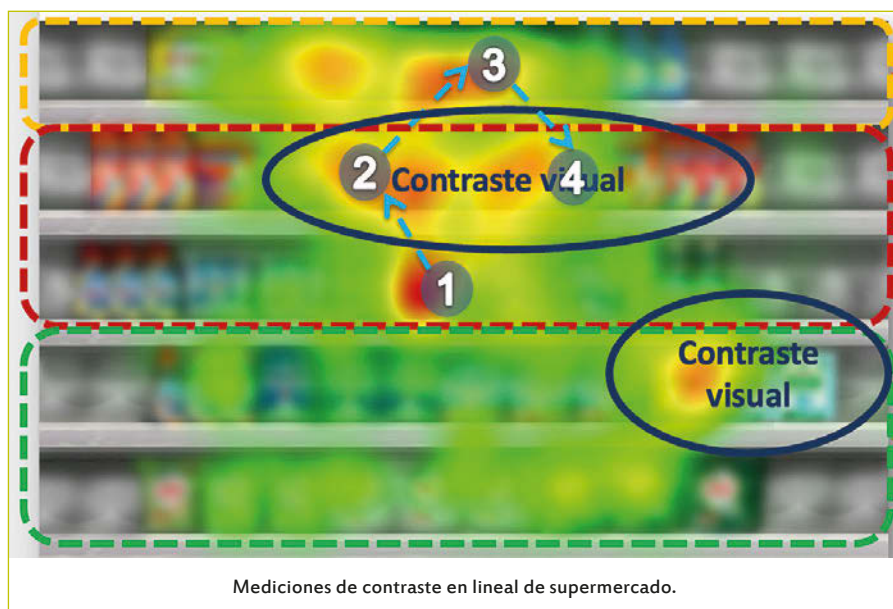
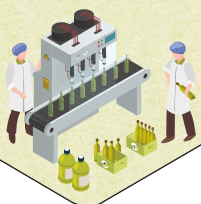
se diluye. Un packaging dorado puede destacar en un entorno neutral, pero en una estantería llena de tonos similares, su capacidad de atracción se desvanece. Así, el contraste visual se convierte en el rey y un *facing* diferente puede hacer maravillas al sobresalir sobre el fondo. Pero está la otra cara de la moneda: ¿hasta dónde destacarlo y hacerlo distinto sin arriesgar a perder los patrones visuales de referencia que tienen los compradores en esta categoría? ¿Dónde reside el equilibrio entre ser percibido como algo único y ser un *outcast* sin interés?

Emociones y beneficios: el poder de las imágenes y las palabras

Al avanzar por los pasillos, ciertos elementos del envase despiertan algo en el inconsciente y capturan tu interés. Una imagen central, como una foto de un olivo histórico, una oliva brillante con sus verde hojas, un paisaje sugerente, una



vieja hacienda o un campesino con el rostro de los años y la experiencia... no sólo decora el envase, sino que genera una sensación de positividad y conexión



[Más allá de la estética, la funcionalidad y los beneficios claros del producto son esenciales]

tras fuentes de emociones. Esto nos recuerda que, más allá de la estética, la funcionalidad y los beneficios claros del producto son esenciales.

El arte del reconocimiento: diseños que resuenan

El diseño del envase juega un papel fundamental en el reconocimiento de la marca. Los estudios revelan que un diseño familiar puede disminuir la frustración durante la compra, facilitando que encuentres tu producto preferido en un mar de opciones. Aquí, el minimalismo

con las virtudes del contenido. Es como si el producto mismo te estuviera sonriendo, invitándote a llevarlo a casa.

Y no sólo las imágenes tienen este poder. Las palabras mágicas como “rico

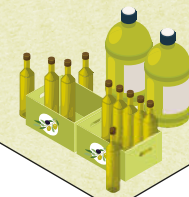
en antioxidantes”, “selección de la familia” o “ecológico” no pasan desapercibidas. Estos términos no sólo informan, sino que actúan como motores de decisión, haciendo click dentro de nues-



emóleo
www.emoleo.com



Expertos en diseño de packaging gourmet



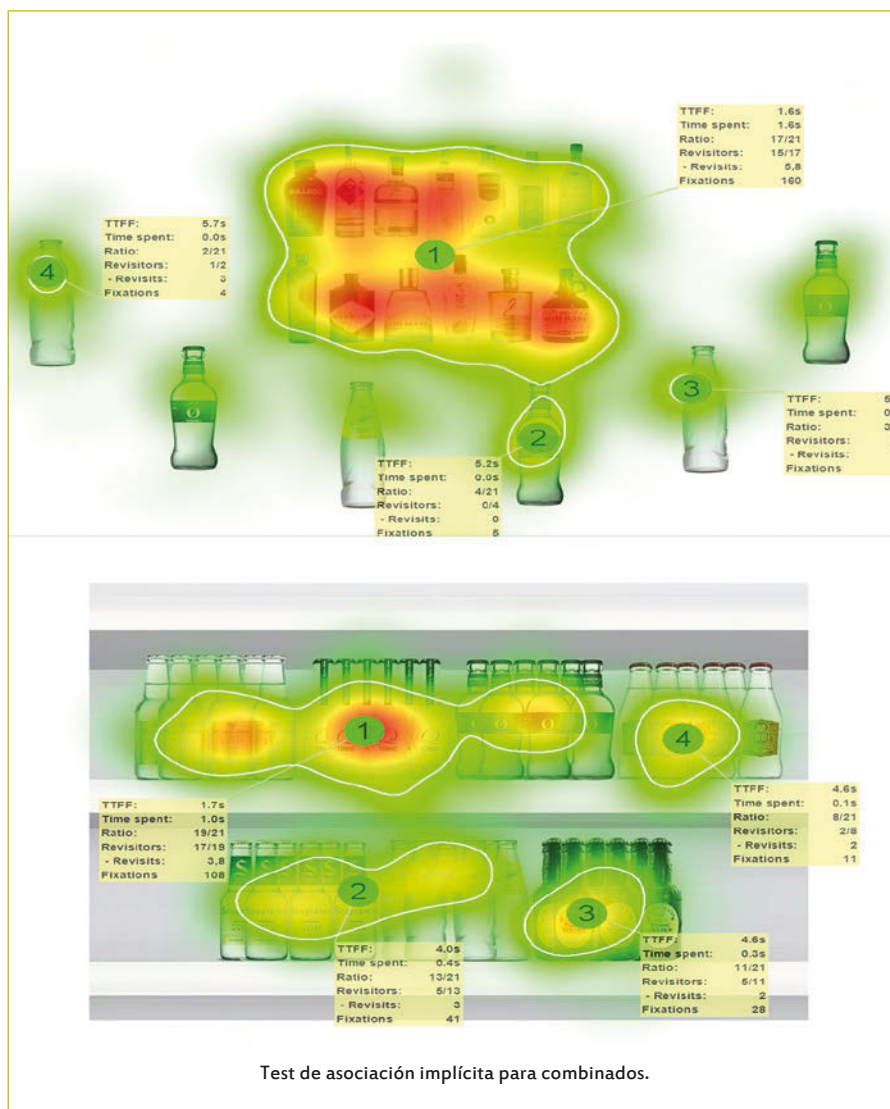
[El diseño del envase juega un papel fundamental en el reconocimiento de la marca; los envases son herramientas poderosas que utilizan el conocimiento del neuromarketing para hablar directamente a tu subconsciente]

demuestra su valor. Un estilo depurado no sólo facilita el visionado de los elementos del envase, sino que también incrementa las emociones positivas y la impulsividad de compra.

Además, el color y la visibilidad del logo son cruciales. En un entorno saturado de estímulos, estos marcadores visuales ayudan a que tu cerebro identifique rápidamente tu marca de confianza. Y cuando el logo destaca, tu decisión de compra se vuelve casi automática.

Perfil de consumidores: un mundo de comportamientos

No todos los consumidores son iguales. En el vasto paisaje del supermercado, se pueden identificar dos tipos principales: los *Opened customers* y los *Planned customers*. Los primeros son como mariposas, se distraen fácilmente con los estímulos visuales y los envases llamativos. Los segundos, en cambio, son cazadores precisos, en busca activa de su marca preferida, menos influenciados por los colores y las formas que no reconocen. Tener esto en cuenta nos dará algunas pistas sobre cómo reconocer y afrontar nuestro público objetivo. Para los compradores fieles, por otro lado, el color y diseño asociado a su marca es una guía infalible. Estos consumidores tienen una especie de "visión de túnel", buscando inconscientemente los tonos que conocen, lo que reduce su sensibilidad a otros estímulos visuales.



Test de asociación implícita para combinados.

El influjo del material: vidrio versus plástico

Más allá de la estética y la funcionalidad, la elección del material del envase también influye en las decisiones de compra. El vidrio, con su percepción de fácil limpieza, durabilidad y salud, se presenta como una opción atractiva. Por su parte, el plástico, a menudo visto como menos sostenible, enfrenta barreras significativas. Aunque aquí el factor precio se vuelve clave -y más en estos tiempos de inflación- y se acepta más el PET como un atenuante a la subida desmedida del coste. Tratar de cambiar la percepción visual del plástico por una estética con apariencia más de vidrio -tanto por forma como por calidad del propio plástico- activará más conexiones cerebrales y minimizará los puntos negativos del PET.

El desenlace: decisiones guiadas por la neurociencia

Al final de tu recorrido, las decisiones que tomas en el supermercado no son meramente fortuitas. Están cuidadosamente influenciadas por una combinación de estímulos visuales, emociones y beneficios claros, todos diseñados para captar tu atención y guiar tu elección. Los envases, lejos de ser simples contenedores, son herramientas poderosas que utilizan el conocimiento del neuromarketing para hablar directamente a tu subconsciente.

En este viaje por el supermercado, cada color, cada imagen y cada palabra en los envases están ahí para contarte una historia; una historia que, a veces sin darte cuenta, tú decides llevar a casa. 🍷

Pasión por nuestro trabajo

Nuestro impulso creador e innovador se basa en mejorar continuamente. Innovar es la única forma de mantenerse competitivo, ninguna ventaja es sostenible a largo plazo. En Magusa ofrecemos una solución integral a tus necesidades y una atención personalizada en cada proyecto.

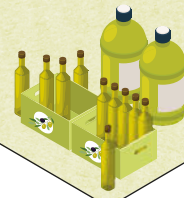
**Magusa, desde 1975 fabricando
la mejor maquinaria oleícola.**



*Servicio postventa y asistencia 24 horas.



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



ADHESIVAS IBI

Dedicada a la fabricación y comercialización de etiquetas adhesivas utilizando la tecnología más vanguardista, en Adhesivas Ibi son conscientes del impacto de su actividad en el medio ambiente, de ahí que haya adoptado la iniciativa de reducir el impacto ecológico mediante una serie de medidas innovadoras y sostenibles. Así, a través del estudio de la huella de carbono, la empresa alicantina ha iniciado una línea de transición verde con el objetivo de convertirse en un referente sectorial en términos de sostenibilidad.

En este camino, Adhesivas Ibi ha apostado por el uso de materiales reciclados y reciclables en la fabricación de sus productos. Estos materiales no sólo representan una opción más ecológica, sino que también garantizan la misma calidad y rendimiento que los convencionales, contribuyendo a la economía circular y ayudando a reducir el consumo de recursos naturales.

Además de estos avances en materia de sostenibilidad, la empresa -que cuenta con un equipo humano altamente calificado y en constante formación, comprometido con la excelencia en cada proyecto- ha innovado en el campo de las campañas para ediciones especiales con dato variable, microtextos y tintas de seguridad, lo que le permite ofrecer soluciones personalizadas y dinámicas que responden a las necesidades de sus clientes, garantizando una experiencia única tanto para marcas como para consumidores. Y es que en Adhesivas Ibi están firmemente comprometidos con un futuro más verde mediante el desarrollo de soluciones que respeten nuestro planeta, sin sacrificar la calidad ni la innovación.



www.adhesivasibi.com

AUTELEC TECNOLOGÍA

Desde hace más de 45 años, en AUTELEC Tecnología han apostado por el diseño de una electrónica propia -todos los circuitos se fabrican y reparan en sus instalaciones- que ha permitido a la empresa de La Pobra de Vallbona (Valencia) mantener en perfecto funcionamiento todos sus equipos -más de 4.000 instalados-. Y es que en AUTELEC no hay lugar para los equipos obsoletos, apostando -al contrario de lo que ocurre con otras firmas- por la reparación en lugar de la sustitución, y evitando además la generación de residuos electrónicos que son difícilmente reciclables.

Sus envasadoras semiautomáticas de aceite por peso -desde 0,01 hasta 10 litros-, totalmente eléctricas (220V monofásica), permiten el llenado de envases de vidrio, lata o PET sin necesidad de realizar ningún ajuste gracias a su algoritmo de Inteligencia Artificial, a lo que se añade su eficiente sistema antigoteo. Su producto estrella es el modelo DL-295, con casi un 50% menos de consumo eléctrico que los anteriores y capaz de alcanzar el 95% de ahorro gracias a su modalidad de funcionamiento ECO. Además de su sistema de alta precisión por peso, cabe destacar su ajuste automático y continuo, que permite comprobar la cantidad envasada y realizar las correcciones oportunas en caso necesario. Una máquina versátil y rápidamente amortizable que destaca por su alta calidad, sencillez de manejo y facilidad de instalación, requiriendo un mínimo espacio. A todo ello hay que sumar un equipo técnico altamente cualificado que siempre está disponible para resolver cualquier duda de funcionamiento y manejo de su maquinaria.



www.autelec.es

AUXILIAR CONSERVERA

Con presencia en más de 20 países, en Auxiliar Conservera cuentan con más de 60 años de experiencia ofreciendo soluciones de envasado para el sector del aceite de oliva. Su dilatada trayectoria le ha permitido desarrollar relaciones a largo plazo con sus clientes, entendiendo sus necesidades y brindándoles soluciones que realmente les satisfagan. La empresa murciana acaba de ampliar su catálogo con una nueva gama de botellas de vidrio para aceite de oliva disponible en su tienda *on line*, diseñadas específicamente para garantizar la mejor conservación del producto y ofreciendo al mismo tiempo una presentación elegante y diferenciadora. Porque el sector del aceite de oliva exige envases que no sólo protejan su calidad y sabor, sino que también aporten valor al producto final. La nueva gama incluye distintos formatos y capacidades para adaptarse a las necesidades de cada cliente y todas las botellas están fabricadas con materiales de alta calidad que cumplen con los más elevados estándares de seguridad alimentaria y sostenibilidad, respondiendo así a la creciente demanda de soluciones ecológicas en el sector del envasado.

Cabe destacar que Auxiliar Conservera dispone de una fábrica especializada en envases metálicos para aceite de oliva en Mairena del Alcor (Sevilla), reforzando así su compromiso con la excelencia en el sector y permitiéndole ofrecer una amplia gama de soluciones adaptadas a cada necesidad, con envases de máxima calidad -ahora también en vidrio- respaldados por décadas de experiencia y conocimiento del sector.



www.auxiliarconservera.es

Visitenos en
EXPOLIVA 2025
STAND F-4
(Pabellón Caja Rural)


AUTELEC[®]
TECNOLOGIA, S.L.

Ingeniería valenciana
al servicio del aceite de oliva.



DM-120

ENVASADORA POR PESO MULTIFORMATO FILLING MACHINE



**ETIQUETADORA
LABELER**



**TAPONADORA
CAPPER**



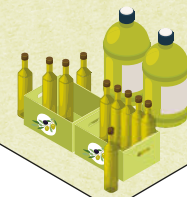
**MOLINO
MILL**



**MEDIDOR GRASA
FAT METER**



**NUEVA DL-295
Con Función ECO**



AUXIMARA

En Grupo Auximara son especialistas en fabricación de envases metálicos para alimentación, que cuentan con las características idóneas para preservar los diferentes tipos de alimentos en condiciones óptimas. Sus latas para aceite de oliva son el envase perfecto para este producto, al mantener inalterables sus propiedades desde el momento del envasado hasta su consumo.

Con un servicio 360°, Grupo Auximara produce en sus modernas instalaciones de Épila (Zaragoza) y Aznalcóllar (Sevilla) una amplia gama de formatos de envases y sistemas de cierre y vertido para poder ofrecer el envase que mejor se adapte a las necesidades de sus clientes. *Oleopack*, su envase exclusivo de innovador diseño desarrollado para AOVes Premium, combina estética y funcionalidad para diferenciarse en el punto de venta y hacerlo más cómodo para el usuario final, siendo completamente personalizable mediante la impresión de litografías. Este tipo de envase está disponible en presentaciones de 500 y 750 ml. con diferentes opciones de vertido.

Además de asumir el compromiso de responder con inmediatez y garantizar el cumplimiento de los plazos acordados, la certificación ISO 9001:2015 sobre el sistema de gestión de fabricación y diseño de envases de hojalata y la BRC Global Standard for Packaging & Packaging Materials acreditan el detalle de cada uno de los procedimientos y métodos de sus fábricas, dotadas de una línea automática independiente para cada formato. La empresa cuenta asimismo con un taller de fotomecánica en el que lleva a cabo todo el proceso de preimpresión, en contacto directo con el cliente y las soluciones gráficas digitales más modernas; al tiempo que ofrece servicios de litografía y barniz de cualquier especificación técnica.



www.grupoauximara.com

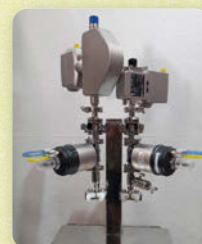
AUSERE

Hace años que AUSERE decidió apostar en sus llenadoras por los caudalímetros como sistema de dosificado dada su gran versatilidad en cuanto a productos, su gran precisión de llenado y su facilidad para realizar los cambios de calidades de aceite. En su stand de ENOMAQ-OLEOTEC 2025, la empresa de Cuarte de Huerva (Zaragoza) dedicó un rincón para explicar los diferentes tipos de caudalímetros instalados en sus equipos. En el caso del sector oleícola se trata de los caudalímetros másicos, los de mayor precisión del mercado, y los volumétricos de ruedas ovals; al margen de los caudalímetros electromagnéticos para los sectores del vino y la cerveza.

Entre los equipos que AUSERE ha exhibido en ENOMAQ-OLEOTEC 2025 destaca un equipo semi-automático de dos grifos para envasar aceite -desde miniaturas de 15 ml. hasta garrafas de 5 l.- con un grupo de tapado para envases a presión, tanto para garrafas como para el tapón GUALA o DOP.

Según destaca su gerente, Rubén Auseré, en los últimos dos años la empresa ha incrementado las ventas al extranjero, en especial a destinos como Angola y EEUU; además de haberse introducido en el mercado británico con dos equipos para aceite comercializados en Reino Unido, y contar con varios proyectos en negociación con países hispanoamericanos.

“Para poder responder a este incremento de ventas -explica Rubén-, tanto en el extranjero como en el mercado nacional, hemos continuado aumentando la plantilla. Confiamos en continuar en esta línea y seguir instalando nuestros equipos de caudalímetros para aceite, capaces de satisfacer plenamente las necesidades de nuestros clientes”.



www.ausere.es

AYRTAC

Nacido en Zaragoza en 2000, Grupo Ayrta, compuesto por Envases y Botellas Ayrta y Ayrta Maquinaria, celebra en 2025 su 25º aniversario con récord de facturación, superando los 10 millones de euros. Este año, Envases y Botellas Ayrta dará un gran paso en su crecimiento con la apertura de un nuevo almacén en Andalucía, una apuesta estratégica clave para mejorar la logística y el servicio a sus clientes, especialmente en el sector del aceite. Con esta ampliación, la empresa refuerza su posicionamiento en la Península Ibérica, consolidándose como un proveedor de envases y botellas de vidrio de referencia.

Como parte de su plan de expansión, Envases y Botellas Ayrta ha estado presente en ENOMAQ & OLEOMAQ 2025, celebrada del 11 al 13 de febrero en Zaragoza. En su stand, la compañía ha exhibido su amplia gama de botellas y soluciones de envasado para los sectores del aceite, licor, conservas y vino. Además, en la feria presentó su nuevo proyecto estratégico, un hito que marcará un antes y un después en la evolución del Grupo. Se trata del podcast *Destapados*, el primero del sector de la alimentación en conserva, donde se dará voz a todos los fabricantes, así como a las almazaras y bodegas, y que arrancará próximamente. Este lanzamiento ha sido el punto de partida de un año lleno de celebraciones, culminando con un gran evento en mayo en Zaragoza donde se reunirán colaboradores, clientes y proveedores para conmemorar 25 años de innovación y crecimiento. Con este aniversario, Ayrta reafirma su compromiso con la innovación y la especialización, apostando por el futuro del sector y la expansión de su presencia en el mercado.



www.ayrtac.com



It is creativity, design, printing, technology, Innovation, work, effort, dedication, passion, team, people, families.
Coreti and Asteria Group, much more than adhesive labels.

CORETi

www.coreti.com

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

ASTERIA

**IN CORETi WE GUARANTEE
YOUR LABELS WITH
FOOD REGULATIONS**

BRCS

Packaging Materials

CERTIFICATED

IFS

SECURE



CORETI

Coreti, fabricante de etiquetas autoadhesivas con más de 30 años de trayectoria -desde 1991- y todo un referente en sectores como el enológico, el cervecero o el oleícola, ha obtenido la Medalla de Oro de Ecovadis, uno de los más altos reconocimientos en sostenibilidad empresarial. Ecovadis es una plataforma global que evalúa la sostenibilidad en empresas, considerando prácticas ambientales, sociales y éticas. Su misión es promover la responsabilidad empresarial y ayudar a las compañías a mejorar su desempeño, generando un impacto positivo en las cadenas de suministro a nivel mundial.

La Medalla de Oro de Ecovadis, reflejo del compromiso de la empresa coruñesa con un futuro más sostenible y responsable, se suma a otros logros que la respaldan como una empresa ambiental y socialmente responsable tales como el certificado FSC Mixt Credit Cadena de Custodia, el Sello Responsabilízate, el certificado RafCycle, el Diploma de Acción Climática Positiva o el Premio Baró, que distingue a las organizaciones que desarrollan políticas eficaces que mejoran las condiciones de trabajo y la salud laboral de sus empleados; además de sus certificaciones anuales en materia de calidad y seguridad alimentaria, como ISO 9001 y BRC Packaging Materials/IFS Pac Secure, entre otras. Una de las claves del éxito de la empresa es su apuesta y constante inversión en I+D+i, que le permite incorporar las últimas mejoras tecnológicas a su proceso de producción.



www.coreti.com

EMÓLEO

Expertos en servicios de asesoramiento y diseño y producción de packaging gourmet, Emóleo es un estudio jiennense de diseño gráfico que entiende el packaging como una oportunidad de destacar y captar la atención del consumidor en un mercado cada vez más saturado. Y es que la calidad del producto debe reflejarse también en el continente, generando confianza y fidelidad, y no dejando que se pierda en la multitud. En Emóleo trabajan el diseño de packaging gourmet desde la profesionalidad y la experiencia, con un equipo cualificado y teniendo en cuenta factores clave como la funcionalidad, la sostenibilidad y la experiencia de usuario, y cuidando al máximo cada detalle. Gracias a su profundo conocimiento de las necesidades del mercado y del funcionamiento de las marcas, sus diseños impulsan las ventas y permiten a sus clientes diferenciarse de la competencia, comunicando la esencia de la marca y ayudando a conectar con el consumidor. Su packaging de AOVE apuesta por el cartón como principal material para estuches -sobre todo de productos gourmet y Premium- y la etiqueta de papel como principal terminación en vidrio -ambos materiales ligeros, elegantes y sostenibles-, con acabados exclusivos, troquelados originales, barnices, laminados y otras terminaciones para transmitir el valor superior del virgen extra que se comercializa. Su trabajo ha sido reconocido a nivel nacional e internacional en certámenes y concursos como London IOOC, Arcapack, Los Angeles International Extra Virgin Olive Oil Competition o DNA Awards Paris, entre otros. Emóleo, el primer paso hacia un packaging excepcional.



www.emoleo.com

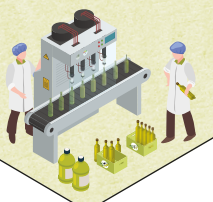
GALLARDO

En un sector tan competitivo y dinámico como el del packaging, la innovación tecnológica es el motor que impulsa la eficiencia, la sostenibilidad y la calidad. Gallardo Ingeniería se ha consolidado como referente en la fabricación de máquinas embotelladoras de última generación gracias a su compromiso constante con el desarrollo de soluciones que responden a las demandas del mercado actual. Sus máquinas integran tecnologías avanzadas de llenado en función del producto, lo que permite optimizar cada fase del proceso de embotellado. Sistemas de control precisos garantizan una dosificación exacta, minimizando el desperdicio de producto y mejorando la uniformidad; además de incorporar funcionalidades que facilitan el mantenimiento predictivo y reducen los tiempos de inactividad. Uno de sus avances más destacados es la implementación de tecnología de estrellas universales, que permite adaptar la maquinaria a diferentes formatos de botellas con mínima intervención manual. Esto no sólo mejora la flexibilidad en las líneas de producción, sino que también reduce significativamente los costes operativos.

En Gallardo, la sostenibilidad es un pilar fundamental. Sus embotelladoras están diseñadas para reducir el consumo de energía, cumpliendo con los más altos estándares medioambientales. Además, la empresa guipuzcoana promueve prácticas de producción responsables en todas sus operaciones. Y es que en Gallardo están convencidos de que la innovación tecnológica no es un objetivo, sino un proceso continuo; de ahí que sigan apostando por el desarrollo de máquinas embotelladoras que no sólo respondan a las necesidades actuales, sino que anticipen los desafíos futuros del packaging.



www.gallardoingenieria.com



GRUPO MACHO

www.grupomacho.com

Especialistas en soluciones integrales en impresión de etiquetas y *sleeves*, Grupo Macho puede presumir de más de 70 años de experiencia, 800 proyectos y un millar de clientes satisfechos. Con un equipo humano de más de 150 profesionales, la compañía desarrolla su actividad en diferentes sectores como el agroalimentario, vinos y licores, bebidas, perfumería y cosmética o productos de limpieza. Grupo Macho utiliza las últimas tecnologías y los mejores materiales en impresión para garantizar la calidad de sus etiquetas, ofreciendo a cada cliente un producto único y diferenciador. Su gran variedad de técnicas de impresión (offset, flexografía, digital offset, digital inkjet, serigrafía) y acabados (estampación rotativa y plana, estampación fría y caliente,

relieves serigráficos, golpes secos, barnices, troquelados, datos variables, braille), junto a un laboratorio con personal altamente cualificado que emplea software de última generación tanto a

nivel de edición como de automatización que garantizan la trazabilidad y seguridad en sus procesos de pre-impresión, le permiten adaptarse a la visión y necesidades de cada cliente y reflejar la personalidad de su marca en cada etiqueta. Además, Grupo Macho colabora con los mejores diseñadores y arte finalistas para ejecutar los trabajos y aportar valor añadido a los productos de sus clientes, desde estilos minimalistas y elegantes hasta propuestas audaces y coloridas.

IFAMENSA

www.ifamensa.com

Con más de 60 años de experiencia, en Ifamensa siguen apostando por la excelencia, la eficiencia y la evolución constante para garantizar a sus clientes las mejores soluciones de envasado del mercado. La industria del aceite de oliva evoluciona constantemente, e Ifamensa lidera este cambio con tecnología avanzada y soluciones de envasado diseñadas para optimizar la producción. Su participación como expositor en OLEOMAQ 2025 ha supuesto una inmejorable oportunidad para mostrar sus últimas innovaciones y fortalecer relaciones con clientes y colaboradores. Este año, además, la empresa consolidará su presencia en el mercado con la participación en Expoliva 2025, la feria internacional del aceite de oliva que se celebra cada dos años en Jaén, reafirmando su compromiso con el sector. Y es que la internacionalización es una de las grandes apuestas de Ifamensa para 2025, con su expansión en mercados estratégicos como Marruecos, Argelia, Túnez,

Arabia Saudí e Iberoamérica, donde está desarrollando un grupo completo de envasado para un importante cliente en Perú.

Su enfoque va más allá de la fabricación de maquinaria al ofrecer soluciones personalizadas y adaptadas a las necesidades específicas de cada cliente, con un servicio técnico de primer nivel. Además, la innovación sigue siendo un pilar fundamental de su filosofía. La integración de tecnología 4.0 en sus máquinas permite el monitoreo remoto en tiempo real, facilitando el mantenimiento preventivo, la detección de incidencias y la optimización del rendimiento de la línea de producción desde cualquier parte del mundo.

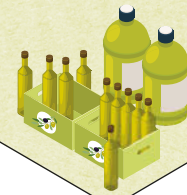
SERIJEREZ

www.serijerez.com

Con la excelencia por bandera, en Serijerez -una empresa dinámica y de carácter familiar que lleva más de 35 años dedicada a la decoración y personalización de botellas, decantadores, frascas, tarros y cristalería- son especialistas en la decoración de botellas de AOVE mediante distintas técnicas de pintado y serigrafiado, proporcionando un valor añadido que eleva la imagen de cada producto. Su objetivo no es otro que realzar su preciado contenido, transformando cada envase en una expresión de calidad y exclusividad. En un mercado altamente competitivo, la presentación del producto es clave, de ahí que en Serijerez trabajen con las mejores técnicas y materiales para garantizar acabados de primer nivel que reflejen la excelencia del contenido. Su proceso de pintado permite aplicar una ilimitada gama de colores y acabados, mien-

tras que el serigrafiado aporta distinción y atractivo a cada diseño. Desde detalles minimalistas hasta decoraciones más elaboradas, la empresa -que cuenta con un equipo humano en continua formación y está presente en los sectores de cervezas, refrescos, vinos, licores, aceites, hostelería y alimentación-

ofrece soluciones adaptadas a las necesidades de cada cliente, siempre con la calidad como máxima prioridad. Cada proyecto es ejecutado con un alto nivel de exigencia, asegurando un resultado impecable y acorde a las expectativas. Además, conscientes de la importancia del cumplimiento de sus plazos y compromisos, en Serijerez garantizan una gestión eficiente, así como una elevada capacidad de producción y una logística eficaz. Todo ello le convierte en un aliado estratégico para otorgar a cada marca el reconocimiento que merece mediante presentaciones atractivas, diferenciadoras y únicas.



SURJET

Líder en el suministro de sistemas de codificación, marcaje, identificación y etiquetado de productos, Surjet Codificación y Marcaje es una empresa andaluza con más de dos décadas de exitosa trayectoria que en la actualidad está consolidada como un referente en el sector de la codificación y marcaje con presencia en toda España y Portugal. Formada por profesionales del sector con amplia experiencia que aportan una visión global en el asesoramiento para todo el proceso de envasado, desde el primario hasta el terciario, con el valor adicional de un trato cercano y enfocado al cliente, Surjet ofrece la solución que mejor se adapte a las necesidades de cada sistema de producción: impresión CIJ, TIJ, láser, alta resolución, TTO, impresoras de etiquetas, lectura de códigos de barras, aplicadores de etiquetas, etc. Distribuidores de marcas internacionales de primer nivel como Citronix, Polytij, Illumex, Savema, Dikai o UBS, en Surjet entienden que una línea de producción no se debe parar en ningún momento por causas no programadas y, si por algún motivo sucede esto, que el tiempo de parada sea el menor posible, ya que cada minuto supone una importante pérdida de beneficio. La empresa con sede en Dos Hermanas (Sevilla) dispone de una red de técnicos altamente especializada distribuida por toda la Península, lo que le permite ofrecer unos tiempos de respuesta inmejorables aportando un servicio rápido, fiable y económico.



www.surjet.com

VETRERIA ETRUSCA-VITROBAL

Vitroval, empresa referente en la distribución de envases de vidrio para el sector alimentario y bebidas, ha anunciado una alianza estratégica con Vetreria Etrusca, fabricante italiano de vidrio con más de un siglo de experiencia. Vetreria Etrusca es reconocida por su innovación y compromiso con la sostenibilidad, ofreciendo botellas y tarros de vidrio caracterizados por su estética refinada y enfoque ecológico. Gracias a esta colaboración, Vitroval amplía su catálogo con soluciones que combinan elegancia y funcionalidad, respondiendo a la creciente demanda del mercado español por envases diferenciadores y responsables con el medio ambiente. En particular, esta alianza permite a Vitroval ampliar su gama de envases para aceite y vino, ofreciendo opciones exclusivas para estos sectores clave.

“Estamos muy ilusionados con esta alianza, que nos permite acercar al mercado español la excelencia del vidrio italiano. Con Vetreria Etrusca reafirmamos nuestro compromiso con la calidad y la innovación en el sector del packaging sostenible”, ha destacado Armando Pérez, director comercial de Vitroval. Esta colaboración consolida a Vitroval como una compañía clave en la distribución de soluciones de vidrio de alto valor añadido, reforzando su oferta con envases de diseño Premium y alta calidad.



www.vetrieriaetrusca.it
www.vitrobal.com

VETROBALSAMO

Con sede en Milán, Vetrobalsamo es una auténtica *vetreria* urbana especializada en la producción de botellas ecológicas especiales y personalizadas en cada detalle. Fundada en 1938 por Cinisello Balsamo como taller artesanal de fusión de vidrio, y adquirida en 1970 por la familia Reina, que en 1998 trasladó la producción a Sesto San Giovanni, en un área de 300.000 m², su amplio catálogo reúne productos clásicos y modernos con un diseño innovador, combinando sostenibilidad y creatividad. La empresa -que fue la primera fábrica de vidrio en Italia y una de las primeras en Europa en utilizar oxígeno como oxidante en lugar de aire con la tecnología *oxy-fuel*- produce a diario aproximadamente 750.000 botellas de alta calidad, tanto estándares como especiales y personalizadas. Su enfoque se centra en el asesoramiento personalizado, la elección y el diseño de la botella ideal para cada producto, con el objetivo de maximizar el valor del contenido a través del continente. Vetrobalsamo ofrece múltiples soluciones para diferentes tipos de bebidas (vino, cerveza, licores, agua, vinagre y aceite), brindando a los clientes opciones que satisfagan tanto necesidades estéticas como prácticas y funcionales; al tiempo que encabeza la lista de empresas activas en el reciclaje de vidrio y agua de proceso, recuperando el calor producido por las plantas de producción y utilizándolo para calentar, a través de la calefacción urbana, a las familias de Sesto San Giovanni y Milán. La misión de la empresa está impulsada por la pasión por el procesamiento del vidrio que inspira la creatividad de sus diseñadores; mientras que el gusto por la perfección y el detalle se refleja en cada muestra de vidrio, fruto de una cuidadosa experimentación con la versatilidad de este material para realzar su expresión artística y la singularidad del resultado final.



www.vetrobalsamo.com

ETIQUETAS SIEMPRE IMPECABLES CON **PAPEL DE PIEDRA®**

- Antigrasa
- Lavable
- Resistente
- Adhesiva o encolable



**PAPEL DE
PIEDRA®**



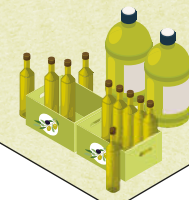
EmanaGreen®

**PAPEL DE
PIEDRA®**

SIN ÁRBOLES - SIN AGUA - SIN CLORO

+34 933 186 407

Recomendaciones de impresión en: www.emanagreen.com



Il buono nel bello, toda una filosofía de vida



Por Marco Bonaldo

Propietario y alma creativa de GALATEO & FRIENDS

La percepción del aceite de oliva hace 30 años, cuando empecé mi carrera, era completamente distinta a la actual: no existían las DOPs, no había sensibilización del consumidor y el aceite se veía como un condimento cotidiano que se servía sin prestar demasiada atención a lo que se utilizaba.

Cuando en 1995 nos presentamos a los consumidores con botellas pintadas de blanco o de plata, con botellas de porcelana o de cerámica, con botellas satinadas y etiquetas en relieve de plata o de oro, el mercado claramente no entendió nuestra innovación y propuestas. Tuvieron que transcurrir muchos años antes de que estas nuevas ideas de envasado fueran comprendidas y apreciadas, porque el público de aquellos años aún no estaba preparado para un cambio tan radical.

Conviene recordar que estos métodos de envasado que hoy se han convertido en algo tan habitual hace 30 años no lo eran en absoluto y nadie había intentado ponerlos en práctica, y

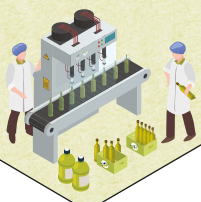


en esto fuimos auténticos precursores. Y al actuar como precursores también tuvimos que soportar todas las cargas de los nuevos proyectos, actuando también como "cobayas" en los diversos experimentos relacionados con los nuevos materiales utilizados. No hay más que pensar en el barnizado o el satinado, que en aquella época se realizaban con tecnologías menos avanzadas que las actuales y mucho más problemáticas, pero que con el paso de los años afortu-

nadamente se han ido perfeccionando, dando como resultado productos impecables como los que encontramos en la actualidad. Mi reto era -y ha sido también la fórmula ganadora de GALATEO & FRIENDS- llevar a la práctica nuestro eslogan, *Il buono nel bello* (Lo bueno en lo bello).

Además de ser bueno, y el buen aceite siempre lo ha sido, también era necesario hacerlo atractivo en el mercado, es decir, hacerlo bonito, dotar de atractivo a un producto que a principios de los años 90 no tenía posicionamiento en el mercado. Así, para la forma de la botella que diseñé me inspiré en las antiguas latas que se utilizaban para el aceite de oliva desde las primeras décadas del siglo XX, pero revisando las líneas y sobre todo el material al utilizar vidrio. Después elegí el nombre GALATEO porque recuerda las buenas maneras, el saber estar juntos, la convivencia en la mesa, la celebración de la comida como medio de socialización.

Los FRIENDS -en inglés para otorgarle un sabor internacional-, por su parte, son todos los artistas, diseñado-



m.cho

PRINTERS SINCE 1954



www.grupomacho.com

info@grupomacho.com

+34 955 85 28 00



[Además de ser bueno, y el buen aceite siempre lo ha sido, también era necesario hacerlo bonito, es decir, dotar de atractivo a un producto que a principios de los años 90 no tenía posicionamiento en el mercado]

res y empresas que de alguna manera, a lo largo de los años, han contribuido a embellecer cada vez más nuestros envases. El símbolo & sirvió para vincular y unir todo, dando una connotación *in progress* a la marca bajo el estandar-te del *buen vivere* típicamente italiano. En cuanto a la mejor manera de presentar la marca, debo decir que me inspiré en las grandes marcas francesas de champán y licores, que ya tenían ideas muy claras sobre la comunicación en los años 90.

Una tendencia ganadora a la conquista del mercado

Así, con el paso de los años, la clave estilística de la marca pasó a ser la mezcla de diferentes elementos -la alimentación y el diseño, la alimentación y la moda- y pronto se convirtió en una tendencia ganadora, conquistando un nuevo mercado, creando una verdadera empresa con un concepto de alimentación de lujo y consolidando su identidad con una imagen muy precisa y, sobre todo, una firma estilística inmediatamente reconocible. Un hilo rojo coherente gracias al cual la marca se ha dado a conocer para lograr que su

IMPRIMIMOS ACTITUD

LÍDERES EN IMPRESIÓN DE ETIQUETAS
ADHESIVAS, ENCOLABLES Y SLEEVES

TÚ IMAGINAS. NOSOTROS LO HACEMOS REALIDAD



Visita nuestra web

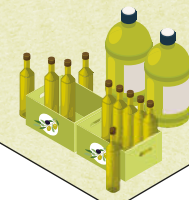


MORÓN DE LA FRONTERA (Sevilla)

Parque Empresarial Juan Macho Hernández
C/ Artes Gráficas, 1
41.530 - Apartado 80
Morón de la Frontera (Sevilla)

ZARAGOZA

Pol. Valdeconsejo, C. Monte Perdido
14D, Naves 13, 50410, Cuarte de Huerva
Zaragoza



producto sea único y reconocible para el público, distinguiéndose de este modo de sus competidores, y teniendo siempre claro su público objetivo y su posicionamiento de marca.

Animados por una gran dosis de creatividad y una gran pasión por el grafismo, hemos continuado nuestra aventura tratando de involucrar a arquitectos, creativos, artistas, diseñadores y chefs en proyectos a cuatro manos a lo largo de los años, verdaderas contaminaciones en sectores que hasta entonces nunca habían sido golpeados por la alimentación, para crear lo que hemos denominado “Firmas”: colecciones temporales con el objetivo de llevar el producto a mercados no alimentarios, convirtiéndose en un vehículo de comunicación de contenidos alternativos. Permítanme mencionar sólo a algunos de ellos: Jacqueline Morabito, Paola Navone, Sam Baron, Tricia Guild, Lázaro Rosa Violán o el último, el estadounidense Burton Morris.

Luego seguimos el mismo camino con la moda con el proyecto *Food loves Fashion*, pidiendo a importantes diseñadores de moda que dialogaran con nosotros para crear cápsulas de comida muy GALATEO. El resultado fue el alumbramiento de hermosas colecciones gracias al talento de Antonio Marras, 10 Corso Como, Mary Katrantzou,

[Por fin se ha dado una oportunidad de nobleza a este alimento y hemos aprendido a vestirlo de acuerdo a su rango]

Swarovsky, Ceresio/DSquared2, Coveri, Gucci y muchos otros.

Nuestro contacto selectivo con los chefs nos ha permitido colaborar con ellos en todo el mundo, creando con ellos y para ellos productos innovadores y envases igualmente sorprendentes para satisfacer sus necesidades gastronómicas particulares. Los hemos llamado proyectos “a medida”, como un sastre que crea un traje para un cliente, y hemos colaborado con grandes chefs internacionales como Alain Ducasse, Massimo Bottura, Heinz Beck, Akrame -con quien hemos creado un aceite negro ahumado que hemos denominado *Carbone-*, el pastelero Fabrizio Fiorani -con quien hemos creado un aceite de vainilla con la colaboración del diseñador Codalunga- y muchos otros. Por último, acabamos de presentar un maravilloso proyecto con Daniel Humm y su

Eleven Madison Park de Nueva York. Incluso la *Hotellerie* lleva años confiando en nosotros y encargándonos la realización de proyectos fantásticos, lo que llamamos “worldwide Galateo”, desde Hong Kong a Singapur, Maldivas o Mauricio, desde el Ritz de París a Villa d’Este en Cernobio.

Creo que la evolución que ha experimentado el sector del aceite de oliva virgen extra en las últimas décadas ha sido verdaderamente revolucionaria, y ello ha sido gracias a empresas que han hecho todo lo posible por afirmar cualitativa y estéticamente la cultura del aceite en el mundo, abriendo el camino a nuevas generaciones de empresarios que -me complace constatarlo- poseen una mayor sensibilidad estética y cultural y un gran deseo de innovación.

En los últimos años he visto cosas muy bonitas en el mercado, señal de que la atención que se presta al aceite de oliva es cada vez más importante y selectiva. Por fin se ha dado una oportunidad de nobleza a este alimento y hemos aprendido a vestirlo de acuerdo a su rango. Espero que en el futuro se preste cada vez más atención al packaging sostenible, como ha hecho nuestra empresa eligiendo materiales reciclados para nuestras cajas y nuestros ya icónicos envases de regalo. 🍋

CREES EN EL FUTURO?... ESTERYFIL SÍ.

Presentamos los nuevos filtros automáticos BM 4.0

*Los únicos filtros del mercado totalmente automáticos
con tecnología 4.0 integrada.*



DESCUBRE TODAS SUS VENTAJAS.

ECOLÓGICO



+ AHORRO ENERGÉTICO



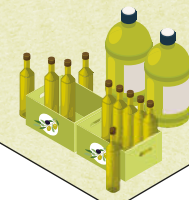
TECNOLOGÍA 4.0



CONTROL DE CALIDAD



www.esteryfil.com



Un nuevo marco jurídico para los aceites de oliva



Por Ángel Martínez Gutiérrez

Catedrático de Derecho Mercantil de la Universidad de Jaén y CEO de Cátedra Consulting, S.L.

No me resisto a iniciar estas líneas haciendo una alusión a una particular coincidencia de carácter temporal: el día 25 de noviembre de 2022 -festividad de Santa Catalina de Alejandría- se estrenó la nueva normativa europea en materia de comercialización de los aceites de oliva. Dicha coincidencia no pasaría de ser una simple anécdota si no fuera porque la citada santa es una de las patronas de Jaén que, como es notorio, tiene reconocida la capitalidad internacional de los aceites de oliva.

Este nuevo marco normativo oleícola de carácter europeo se integra, principalmente, por dos instrumentos con forma de Reglamento Delegado o de Ejecución de la Comisión, ordenados con numeración correlativa. Por un lado, el Reglamento Delegado (UE) 2022/2104 de la Comisión de 29 de julio de 2022, por el que se completa el Reglamento (UE) núm. 1308/2013 del Parlamento Euro-

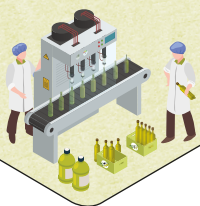
pea y el Consejo, en lo que respecta a las normas de comercialización del aceite de oliva, y por el que se derogan el Reglamento (CEE) núm. 2568/1991 de la Comisión y el Reglamento de Ejecución (UE) núm. 29/2012 de la Comisión. Por otro, el Reglamento de Ejecución (UE) 2022/2105 de la Comisión de 29 de julio de 2022, por el que se establecen las normas relativas a los controles de conformidad de las normas de comercialización del aceite de oliva y a los métodos de análisis de las características del aceite de oliva.

Centrando la atención en el primero de los dos instrumentos citados, conviene resaltar que su aprobación ha sido guiada por un doble objetivo: la necesidad de (i) actualizar, simplificar y aclarar algunas materias del marco reglamentario; y (ii) proteger a los consumidores a través de una información visible y correcta en la que apoyar sus decisiones de compra, lo que a la postre redundará en la creación de unas

condiciones de competencia leal en el mercado de los aceites de oliva. La lectura de los apartados 1, 3 y 5 de la exposición de motivos del Reglamento Delegado 2022/2104 confirma cuanto aquí se expone.

Para conseguir semejantes objetivos, el legislador comunitario ha intervenido en diferentes aspectos de la norma. Y es que, además de ofrecer una imagen remozada de la misma con mejor estructura y sistematización, se han actualizados conceptos en las normas de comercialización e introducido algunas normas que redundan en una mayor transparencia del mercado en beneficio no sólo de los operadores económicos, sino también -y muy especialmente- de los consumidores.

La primera modificación formal que merece ser resaltada es que, de un instrumento conformado por 16 artículos específicamente dedicados a la comercialización de los aceites de oliva, se ha pasado a otro instrumento normativo



Especial

PACKAGING Y ENVASADO (II)



Obsérvese cómo el legislador ha ordenado las normas relevantes de este mercado de producto mediante la fusión de instrumentos normativos o a través de la aprobación sucesiva de la nueva norma llamada a reglar los procedimientos orientados a determinar las características de los aceites (Reglamento de Ejecución (UE) núm. 2022/2105).

Como consecuencia de tener un ámbito de aplicación más amplio, el artículo 2 del Reglamento Delegado viene a incluir todas las categorías de aceites de oliva, adoptando en el artículo siguiente un precepto sin precedente europeo dedicado a las mezclas de aquellos con otros aceites vegetales, donde consiente a los Estados miembros prohibir la producción en su territorio para consumo interno. Habilitación que viene siendo tradicionalmente utilizada en nuestro país desde la década de los 80. Hoy se contiene en el artículo 8.1º Real Decreto 760/2021.

En lo que respecta a las nuevas normas de comercialización al por menor

integrado por 14 preceptos que trata de completar el Reglamento (UE) núm. 1308 en lo que se refiere a una doble circunstancia: las características a observar por los aceites de oliva para su calificación y las normas de comercialización de los aceites de oliva, por lo que la nueva norma transpira una idea codificadora que merece ser resaltada en esta sede. Es evidente que el Reglamento Delegado 2022/2104 ha venido

a fusionar el contenido de dos normas precedentes, lo que, además de la actualización de contenidos, facilita su manejo por los profesionales que trabajan en este sector económico. Sin embargo, la determinación práctica de las diferentes características de los aceites debe hacerse con los procedimientos contenidos en otra normativa diferente (art. 2.2º), pero eso no impide mantener la afirmación anteriormente reseñada.

JAENCOOP
grupo

THE LARGEST

PRODUCER OF OLIVE OIL FROM THE ORIGIN IN JAÉN

DIVERSITY *of* VARIETIES

PICUAL
TRADITIONAL FARMER
TRAZABILITY
ROYAL
ORGANIC
ARBEQUINA
QUALITY
INTEGRATED PRODUCTION
ORIGIN
PROTECTED DESIGNATION OF ORIGIN



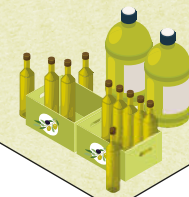
ES-ECO-001-AN
Agricultura UE

Sierra de Segura
DENOMINACIÓN DE ORIGEN



www.jaencoop.com





[Este doble instrumento normativo contribuye a dotar de una mayor transparencia al mercado oleícola y, con ello, a mejorar la seguridad jurídica del mismo mediante la identificación y fácil manejo de las normas técnicas dedicadas a su regulación]



de los aceites envasados, después de limitarlas a las categorías de aceites referidas en el artículo 1, letra b) del Reglamento Delegado (aceite de oliva virgen extra, aceite de oliva virgen, aceite de oliva; contiene exclusivamente aceites de oliva refinados y aceites de oliva vírgenes y aceite de orujo de oliva), se reproducen las normas precedentes sobre capacidad de los envases y su presentación con cierre que pierda la integridad después de su primera utilización (art. 4.1º).

Menciones obligatorias y voluntarias

Por lo que se refiere al etiquetado de estos aceites envasados, merece la pena resaltar no sólo la calidad expositiva de la nueva norma donde clasifica las menciones en razón de su carácter preceptivo, sino también -y no menos importante- la mejora en la nomenclatura dada a algunas de esas menciones. Así pues, las menciones obligatorias que deben aparecer en cualquier etiquetado de los aceites de oliva comercializables al por menor son las siguientes: (i) la denominación de venta, que ahora la nueva norma clarifica como denominación legal, al estar definida por el Reglamento (UE) núm. 1308/2013 (art. 6.1º); (ii) las descripciones que informan de las características de cada categoría de aceite (art. 6.2º); (iii) las condiciones parti-

culares de conservación, que pasan a denominarse condiciones especiales de almacenamiento (art. 7); (iv) la designación de origen, que pasa a identificarse como lugar de origen (art. 8); y, por último, (v) la identificación numérica de la empresa envasadora (art. 9).

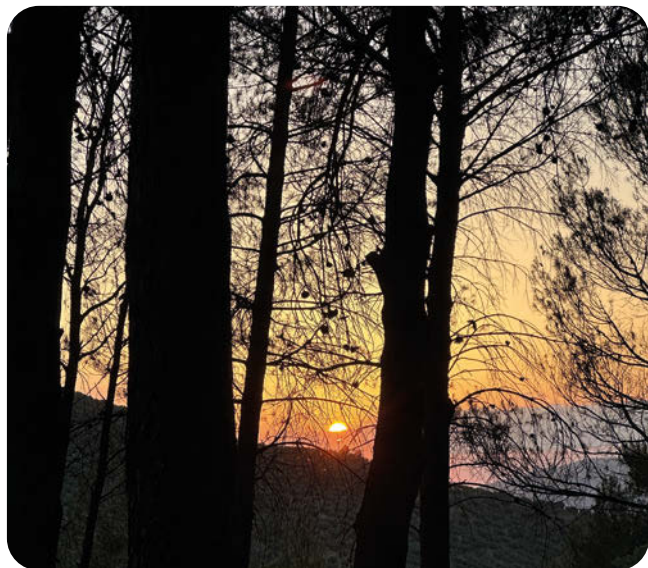
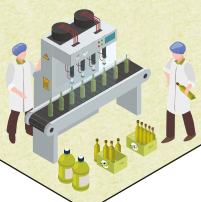
Por su parte, junto a las menciones obligatorias, la nueva norma contiene aquellas otras de carácter voluntario o facultativo para los operadores económicos. Debe subrayarse, sin embargo, que estas menciones contienen una nota de obligatoriedad, toda vez que su inclusión en el etiquetado debe hacerse siempre con observancia de las exigencias impuestas por el legislador en cada caso (vid., art. 10, 11 y 12). A este grupo pertenecen la siguientes: (i) primera presión en frío; (ii) extracción en frío; (iii) indicaciones de características organolépticas referidas al sabor o al olor; (iv) indicación de la acidez máxima; (v) indicación de la campaña de recolección; (vi) indicación sobre la presencia de aceite de oliva en mezclas o en alimentos.

Es verdad que el etiquetado correcto de un envase de aceite de oliva destinado a su comercialización al por menor desborda esta nueva regulación, al exigir la consulta y respeto de otras fuentes normativas estatales y comunitarias que imponen la inclusión de otras menciones informativas en el etiquetado. Sin

embargo, no lo es menos que la reciente actuación del legislador comunitario con la aprobación de este doble instrumento normativo señalado al inicio de este trabajo contribuye a dotar de una mayor transparencia este mercado oleícola y, con ello, a mejorar la seguridad jurídica del mismo mediante la identificación y fácil manejo de las normas técnicas dedicadas a su regulación.

Un apunte sobre la nueva norma de calidad de los aceites de oliva en España

2021 ha sido un año donde se ha dejado sentir una intervención legislativa con especial incidencia en el ámbito oleícola. Tras varios años de gestación y una sucesión de hasta cinco borradores normativos, se ha aprobado la norma de calidad de los aceites de oliva y de orujo de oliva. En particular, el texto normativo se contiene en el Real Decreto 760/2021, de 31 de agosto (BOE núm. 209, de 1 de septiembre), cuya principal aportación, desde una perspectiva estrictamente jurídica, ha sido doble. Además de la actualización de un régimen jurídico obsoleto que, hasta la fecha de entrada en vigor de esta nueva regulación, resulta aplicable a los aceites de oliva, el nuevo Real Decreto ha venido a introducir seguridad jurídica en este sector productivo. Así pues, y en lo que se refiere a la actualización, qui-



zás merezca la pena recordar que los aceites de oliva y de orujo de oliva se regían a nivel estatal por una norma aprobada hace casi cuatro décadas modificada en multitud de ocasiones (Real Decreto 308/1983, de 25 de enero, por el se aprueba la Reglamentación Técnico-Sanitaria de Aceites Vegetales Comestibles). En orden a la seguridad jurídica, debe destacarse que ha venido a superar la dispersión normativa existente en la regulación de los principales aspectos del mercado oleícola, codificándose el contenido de hasta siete Reales Decretos diferentes en la nueva norma aplicable a los aceites de oliva y de orujo de oliva (léase en este sentido la Disposición derogatoria única del Real Decreto 760/2021).

Si realizamos una lectura detenida del contenido de la nueva norma, podremos identificar los aspectos más sobresalientes de su regulación. Vaya por delante, sin embargo, que una de las principales -a la vez que novedosas- propuestas recogidas en el último proyecto normativo referida a la restricción de los envases de vidrio para la comercialización de los aceites de oliva vírgenes extra no ha sido acogida en el texto normativo vigente, al no haber concitado un amplio consenso en el sector oleícola sobre algunas propuestas allí reguladas.

Pues bien, el Real Decreto 760/2021 se integra por 10 artículos, dos disposiciones adicionales, dos transitorias, una derogatoria y tres finales. Su lectura sosegada permite extraer las siguientes consideraciones:

i) Se establece una obligación para los operadores económicos consistente en la implementación de un sistema de registros de trazabilidad, donde los asientos se efectúen en tiempo real. Dicha obligación no recaerá sobre los almacenes dedicados exclusivamente al almacenamiento y la distribución de aceites de oliva y de orujo de oliva envasados y dispuestos para su venta al consumidor final, ni sobre los comercios minoristas.

ii) En lo que respecta a las instalaciones, se ordena la separación de las almazaras, refinerías y extractoras de aceite de orujo de nueva implantación, sin que pueda existir cone-

FOSS



CONOCE TU ACEITE EN 40 SEGUNDOS

PARÁMETROS

- ACIDEZ
- ÉSTERES
- CERAS
- PERÓXIDOS
- K232
- K270
- ERITRODIOL-UVAOL
- HUMEDAD
- OLEICO
- ESTEROLES TOTALES
- MARGÁRICO
- Y MUCHO MÁS...

NOS VEMOS EN:

- WORLD OLIVE EXHIBITION
- EXPOLIVA

NIRS™ DS2500 L

FÁCIL DE USAR

RESULTADOS FIABLES

SIN REACTIVOS QUÍMICOS

INSTRUMENTO VALIDADO

PROTECCIÓN IP54

... Y CON LA GARANTÍA Y

LA CALIDAD DE FOSS

ASEGURA LA CALIDAD EN TU ALMAZARA

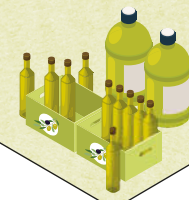
MÁS INFORMACIÓN



934949940

infofoss@foss.es

ANALYTICS BEYOND MEASURE



[La novedosa propuesta referida a la restricción de los envases de vidrio para la comercialización de los AOVEs no ha sido acogida en el texto normativo vigente, al no haber concitado un amplio consenso en el sector oleícola]



xión alguna de conducciones entre ellas. Esa misma obligación pesa sobre estas instalaciones y aquellas otras dedicadas a la transformación, almacenamiento a granel y envasado de grasas animales o vegetales y de grasas y aceites industriales o minerales.

iii) Por lo que se refiere a las obligaciones relativas a los aceites, se recoge un llamamiento explícito a la normativa europea sobre sus características físico-químicas y organolépticas, acerca de la necesidad de refinación previa de los aceites lampantes o la de protegerlos de la luz y del calor.

iv) En materia de envases, la nueva regulación les dedica un precepto específico, donde se entremezclan obligaciones ya existentes a nivel comunitario con otras de implantación exclusivamente nacional. Al primer grupo pertenece, por ejemplo, la incorporación de un dispositivo de cierre inviolable e irrecuperable que pierda su integridad con el primer consumo, las capacidades máximas de los envases destinados a los consumidores y colectividades o el cumplimiento de la normativa sobre envases y residuos de envases para aquellos introducidos en el mercado. Al segundo grupo, por su parte, pertenece aquella obligación dirigida a los envases puestos a disposición de los consumidores en los establecimientos de hostelería consistente en su reutilización tras ser agotado su contenido original.

v) Junto a ello, y en consonancia con los deberes impuestos en la norma, conviene anotar el conjunto de prácticas prohibidas que se recogen en el artículo 8 del Real Decreto. De todas ellas, quizás merezca resaltar no sólo la ya conocida prohibición de elaborar en territorio español mezclas de aceites de oliva y de orujo de oliva con otros aceites o grasas de origen vegetal a fin de ser comercializadas en el mercado interno, sino también una nueva relativa a la no utilización de los términos “virgen” o “virgen extra” en el etiquetado de productos alimenticios de apariencia oleosa que puedan confundirse con los aceites de oliva, tales como aceites, condimentos, aderezos, etc.

Del mismo modo, la norma viene a prohibir una serie de prácticas de los operadores económicos del sector, cuyo contenido puede ser variado. Entre ellas, resaltamos la tenencia en las almazaras o envasadoras de instalaciones destinadas a la desodorización de los aceites o refinado de los mismos y el lavado alcalino de los aceites -salvo que se practique en las refinerías-, así como la extracción o refinado de los aceites por procedimientos diferentes a los autorizados.

El cumplimiento de todas estas obligaciones se supervisará a través del control oficial, cuyo Plan será presentado a debate por la Mesa de Coordinación de la Calidad Alimentaria e

“...incluirá al menos la programación de las actuaciones de control, así como el protocolo para la organización de las campañas de inspección, teniendo en cuenta los resultados de los controles de conformidad efectuados por las Comunidades Autónomas, así como los datos contenidos en el Sistema de Información de los Mercados Oleícolas, adscrito al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación...” (artículo 9.7°). Las infracciones detectadas se sancionarán de acuerdo a la Ley 28/15, de 30 de julio, para la defensa de la calidad alimentaria o el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

Una última novedad de esta norma técnica de los aceites de oliva viene representada por el -incumplido hasta la fecha- compromiso del Ministerio de Agricultura de promover y aprobar un Código de Buenas Prácticas antes del 1 de octubre de 2022, donde se mejore la percepción de la calidad de los aceites de oliva vírgenes extra por parte de los consumidores y se promuevan estrategias de diferenciación y valorización. Precisamente, a este Código de adhesión voluntaria quedará relegada la restricción de los envases de vidrio para la comercialización de los aceites de oliva vírgenes extra, que no ha sido acogida en el texto normativo vigente. 🍷



exoos.it

◆ Tu respuesta de calidad
a las solicitudes de filtrado.

FÁCIL | RÁPIDA | SEGURA

Finalmente, la filtración.

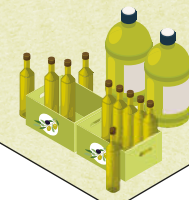
**"La simplicidad
es la última sofisticación"**

Leonardo da Vinci



 **exoos**
OLIVE OIL PRO_SOLUTIONS

by ITALPROGETTI.it



El etiquetado de los aceites de oliva como forma de diferenciación y fuente de información para los consumidores



Por Carla Marano Marcolini

Profesora Contratada y Doctora de la Universidad de Jaén

El etiquetado podría ser una fuente de información muy valiosa para que el consumidor aprenda a distinguir entre los distintos tipos de aceites de oliva en función de su calidad. Para ello, resulta primordial que el etiquetado se confeccione pensando en el consumidor, de forma que le oriente en su proceso de decisión.

En los últimos años se ha incrementado el consumo de alimentos saludables y de calidad. El incremento en la demanda de productos de mayor calidad ha supuesto asimismo un incremento de las variedades de productos alimenticios que podemos encontrar a la venta y ha desarrollado a su vez las estrategias de marketing tendentes a una mayor difusión de los atributos distintivos de estas nuevas categorías.

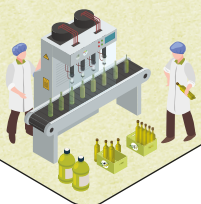
El cambio continuo en las variedades y características de los productos hace que el consumidor no llegue a tener nunca una información completa sobre la calidad de los mismos, provocando la temida asimetría informativa en el mercado (teoría propuesta por el economista George A. Akerlof en 1970,

donde se expone que algunos agentes tendrán más información que otros, en este caso, los consumidores). Por este motivo es importante la claridad y simplicidad en la información que se transmita. Dicha información, dentro del contexto de compra actual en formato de autoservicio, se encuentra reflejada en el etiquetado alimentario, que actúa como vendedor silencioso. Las políticas gubernamentales y la regulación en materia de etiquetado tratan de facilitar la comercialización de alimentos, garantizando que se cumplan los derechos de los consumidores en materia de protección y seguridad alimentaria.

El etiquetado es un instrumento básico para proporcionar información al consumidor. Así, el Reglamento 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo,

de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor, define la información alimentaria como “la información relativa a un alimento y puesta a disposición del consumidor final por medio de una etiqueta, otro material de acompañamiento, o cualquier otro medio, incluyendo herramientas tecnológicas modernas o la comunicación verbal” [art. 2, 2 a)]; y la información alimentaria obligatoria como “las menciones cuya comunicación al consumidor final es exigida por las disposiciones de la Unión” [art. 2, 2 c)].

Las indicaciones obligatorias para el etiquetado de los productos alimenticios aparecen reflejadas en el Reglamento (UE) n° 1169/2011 (artículo 9), que para el caso concreto de los aceites de oliva son:



[En el caso del **aceite de oliva virgen y el aceite de oliva virgen extra**, el etiquetado **no resulta** un factor **determinante** en la **decisión de compra**, debido a que la **demanda no percibe** mediante la **etiqueta información diferencial** entre los **distintos tipos de aceites de oliva vírgenes**]



- a) la denominación de venta, de conformidad con la clasificación establecida en el Reglamento n.º 136/66/CEE;
- b) la cantidad neta;
- c) la fecha de duración mínima;
- d) las condiciones de conservación;
- e) el nombre o la razón social y la dirección del fabricante o del embalador o de un vendedor establecido dentro de la Comunidad.

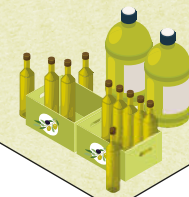
Si hablamos de normativa específica de etiquetado para los aceites de oliva,

mención destacada merece el Reglamento 29/2012, de la Comisión, de 13 de enero de 2012, sobre las normas de comercialización del aceite de oliva, ya que esta norma va a realizar cambios profundos en el etiquetado de los aceites de oliva.

Este reglamento considera conveniente establecer normas específicas de etiquetado para los aceites de oliva que complementen las establecidas en la Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, relativa a la

aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios. Esto lo fundamenta en las cualidades propias de los aceites de oliva -nutricionales y organolépticas- que le suponen al sector mayores costes de producción y, por tanto, más dificultad a la hora de abrir mercados en comparación con las demás materias grasas vegetales.

En el considerando 4 el reglamento especifica que “además de las denominaciones obligatorias previstas para las diferentes categorías de aceite de oliva en el artículo 118 del Reglamento (CE) n° 1234/2007, parece necesario que se informe al consumidor sobre el tipo de aceite de oliva que se le proponga”. Este enunciado pone de relieve la confusión a la que está sometido el consumidor en relación con las denominaciones de los aceites de oliva; dichas denominaciones previstas en el citado reglamento comunitario no son suficientes para informar debidamente al consumidor y ayudarle a distinguir entre los diferentes tipos de aceites de oliva, por lo que se antoja imprescindible realizar unas aclaraciones a las mismas.



Es por ello que el reglamento obliga a que en el etiquetado se incluyan, de manera clara e indeleble, además de la denominación de venta del producto, pero no necesariamente junto a ésta, las menciones que se indican:

- aceite de oliva virgen extra: “aceite de oliva de categoría superior obtenido directamente de aceitunas y sólo mediante procedimientos mecánicos”;
- aceite de oliva virgen: “aceite de oliva obtenido directamente de aceitunas y sólo mediante procedimientos mecánicos”;
- aceite de oliva, esto es, que contiene exclusivamente aceites de oliva refinados y aceites de oliva vírgenes: “aceite que contiene exclusivamente aceites de oliva que se hayan sometido a un tratamiento de refinado y de aceites obtenidos directamente de aceitunas”;
- aceite de orujo de oliva: “aceite que contiene exclusivamente aceites procedentes de la intervención del producto obtenido tras la extracción del aceite de oliva y de aceites obtenidos directamente de aceitunas” o “aceite que contiene exclusivamente aceites procedentes de la intervención del orujo de oliva y de aceites obtenidos directamente de aceitunas”.

Por otro lado, y desde el punto de vista del consumidor, el etiquetado es

una fuente de información muy valiosa y como tal debemos analizar cuál es el uso que éste hace del mismo, y qué factores contribuyen a optimizar su función principal, ofrecer una información clara y concisa, ayudando así al productor a diferenciar sus productos.

A continuación, se presentan algunos de los principales factores que influyen en el uso que hace el consumidor del etiquetado:

- Sobrecarga de información: demasiada información desorienta al consumidor y puede provocar indiferencia, confusión, pérdida de confianza o una disminución del valor de toda la información contenida en la etiqueta.
- Falta de comprensión, implicación y tiempo: se puede producir incompreensión de diversas alegaciones recogidas en el etiquetado por los propios términos empleados (ambigüedad), por el uso de terminología demasiado técnica o por el elevado ritmo de vida del consumidor (leer toda la etiqueta lleva demasiado tiempo).
- Factores demográficos: el género, la edad y el nivel educativo también influyen en el uso del etiquetado. De este modo, se comprueba que las mujeres y las personas de mayor nivel educativo y edad leen más las etiquetas.

- Grado de conocimiento: parece claro que la información contenida en el etiquetado no ha sido incluida pensando en el consumidor medio, ya que, en muchas ocasiones, se encuentra por encima de su nivel de conocimientos. De hecho, la mayoría de estudios reivindican un etiquetado más simple y accesible al consumidor.

El etiquetado podría ser una fuente de información muy valiosa para que el consumidor aprenda a distinguir entre las distintas líneas de aceites de oliva en base a su calidad. Para ello, resulta primordial que el etiquetado se confeccione pensando en el consumidor, de forma que le oriente en su proceso de decisión. En el caso del aceite de oliva virgen y el aceite de oliva virgen extra, el etiquetado no resulta un factor determinante en la decisión de compra, debido a que la demanda no percibe mediante la etiqueta información diferencial entre los distintos tipos de aceites de oliva vírgenes. De ahí que resulte primordial aumentar esa eficacia diferencial a través del etiquetado mediante unas denominaciones bien definidas que no generen confusión en el consumidor.

Además, se debe limitar la información en el etiquetado, hacerla más comprensible y resaltar aquellos atributos que el consumidor valora de forma más positiva y que llevan a la diferenciación del producto. Resulta necesario, por tanto, un cambio de orientación de la política oleícola en el sentido de fijar la mirada, cada vez más, hacia los intereses de los consumidores. ♦

OLIVE OIL SOMMELIER SCHOOL en JAPÓN

• Desde 2005 •



Más de 2.500 asociados

La mayor asociación profesional del aceite de oliva y organizadora de
OLIVE JAPAN International Extra Virgin Olive Oil Competition



**The Olive Oil Sommelier
Association of Japan**



OliveJapan®

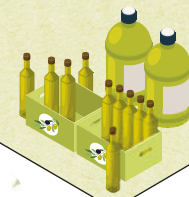
INTERNATIONAL EXTRA VIRGIN OLIVE OIL COMPETITION

2025



<https://olivejapan.com/en>

El período de inscripción permanecerá abierto hasta el 16 de mayo



El vidrio, un envase eterno para un producto eterno



Por Karen Davies

Secretaria General de la Asociación Nacional de Fabricantes de Envases de Vidrio (ANFEVI)

No cabe duda de que la calidad del aceite de oliva procede del propio olivo; sin embargo, es fundamental que dicha calidad, propiedades y características se mantengan durante su envasado y almacenamiento. Y ahí es donde entra en juego la importancia de elegir el material adecuado. El envase de vidrio aporta valor, calidad y prestigio, conservando el aroma y el sabor de su contenido y pudiendo adoptar infinitas formas. Se trata, en definitiva, de una alianza perfecta entre dos productos nobles.

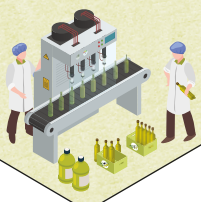
El vidrio se crea a partir de ingredientes naturales (arena de sílice, carbonato de sodio y caliza), aunque en la actualidad el vidrio reciclado es el principal componente. Este origen natural lo convierte en un material puro e idóneo para conservar el sabor y la calidad del aceite de oliva, creando una barrera natural contra la contaminación externa y conservándolo de forma segura durante más tiempo. El envase de vidrio actúa como una barrera infranqueable que impide cualquier pérdida de calidad y que prolonga la vida útil del aceite de oliva; protegiéndole del oxígeno y el calor, ya que es hermético e impermeable. Además, los vidrios ámbar y verde lo protegen de la luz y de la exposición a los rayos UV.

Al ser inerte, el vidrio no reacciona física o químicamente al contacto con su contenido o con el entorno, por lo que no existe riesgo de que absorba o libere sustancias dañinas, ni a los alimentos que contiene ni al medio ambiente. De esta manera, se garantiza la conservación de las cualidades originales del aceite de oliva; no sólo sus propiedades organolépticas, como el aroma y el sabor, sino también la calidad y propiedades nutricionales, incluso en almacenamientos prolongados. Y respecto a la protección de la salud -tanto de los consumidores como del planeta-, el vidrio, gracias a su condición de inerte, de acabar



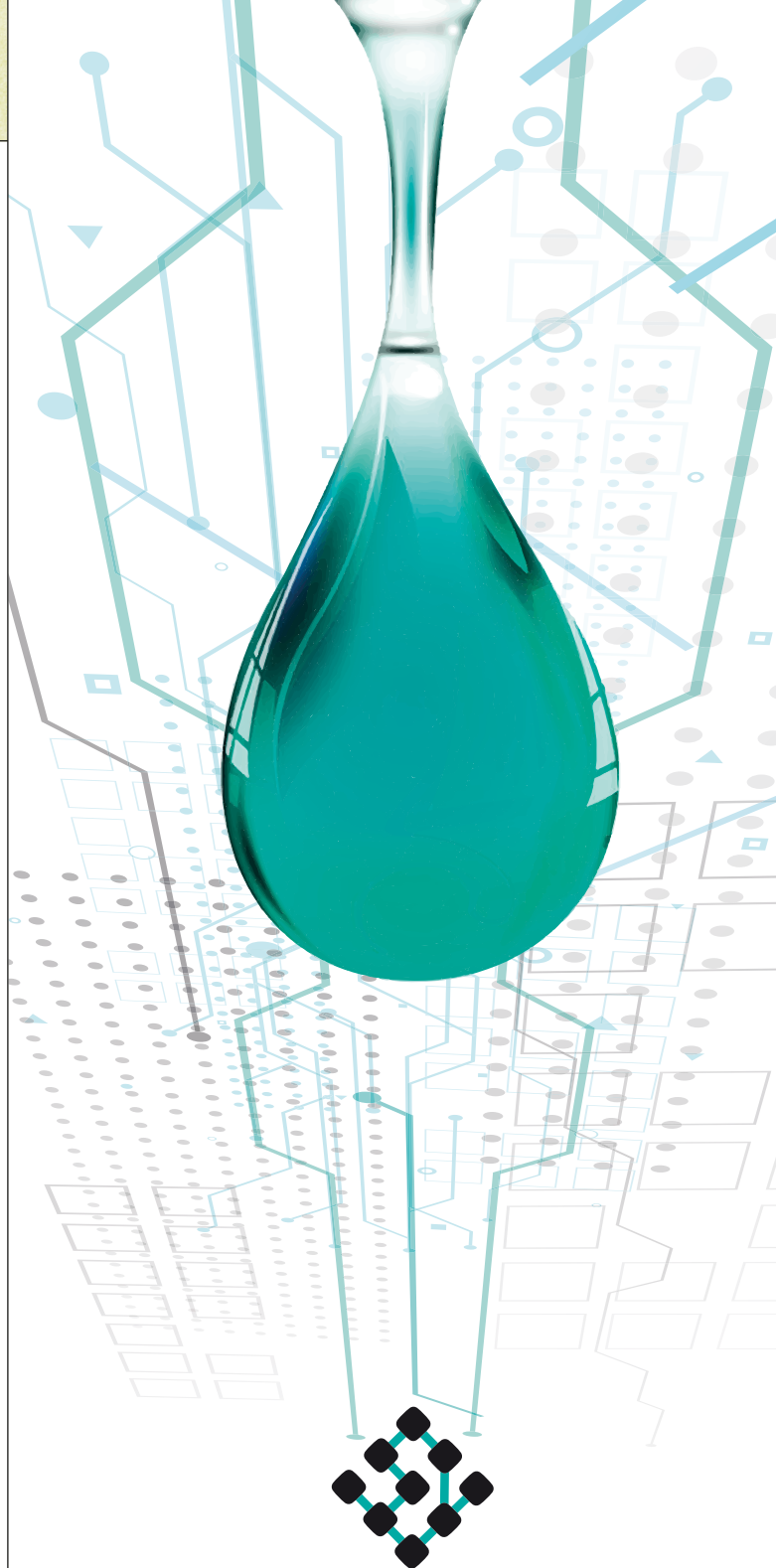
erróneamente en la naturaleza se erosionaría como cualquier roca, sin alterar los ecosistemas y sin descomponerse en partículas que puedan afectar a la cadena trófica -como en el caso de los microplásticos-, y su capacidad para ser reciclado cuando fuera recuperado no se vería dañada. De cualquier manera, según los últimos estudios oficiales recogidos por la UE, el vidrio no se encuentra presente en el tan dañino *littering* (abandono de residuos en la naturaleza). Se estima que, de las caracterizaciones llevadas a cabo, sólo un 1% responde a este material.

Otra cualidad a destacar es que el vidrio es un material



de una sola capa, por lo que no necesita revestimientos internos que puedan interactuar con su contenido como capas plásticas, compuestos químicos o de polímeros sintéticos; a diferencia de otros materiales que necesitan añadir barnices porque sufren oxidación o corrosión, y en contraposición de otros envases multicapa, como los bricks, que cubren las paredes interiores para poder retener adecuadamente el agua, la grasa, los gases, etc. El vidrio es un material fiable y seguro en el contacto directo con los alimentos y bebidas. Además, en su composición no interviene ningún elemento que pueda ser tóxico ni peligroso, lo que propicia que cumpla sobradamente con todos los reglamentos y normativas sobre seguridad alimentaria, destacando por lo siguiente:

- Es el único material de envasado que ha recibido la etiqueta GRAS (Generalmente Reconocido como Seguro, por sus siglas en inglés) por la FDA (Administración de Alimentos y Fármacos) en Estados Unidos.
- Debido a su nivel de inercia y a sus propiedades no tóxicas, los envases de vidrio están exentos de las regulaciones REACH de la UE (Registro, Evaluación, Autorización y Restricción de Sustancias químicas).
- El Instituto de Cerámica y Vidrio del CSIC corrobora que los envases de vidrio no presentan ni lixiviación ni migración de los elementos que lo constituyen y, en particular, no contienen bisfenol A ni ftalatos, acetilaldehídos u otros productos potencialmente dañinos por ser persistentes o bioacumulativos.



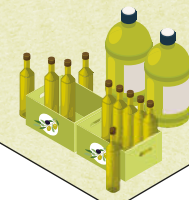
Gesca

AUTOMATIZACIÓN INDUSTRIAL
INDUSTRIAL AUTOMATION



www.gesca.es

Úbeda - (Jaén) - España



Mínimo impacto ecológico y paradigma de la economía circular

Adicionalmente, en un contexto como el actual donde la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente son una prioridad, la elección y el posterior reciclado de los envases de vidrio juegan un papel fundamental. Como se ha mencionado anteriormente, los envases de vidrio parten de materias primas naturales que se encuentran de forma abundante y son de fácil extracción, por lo que el impacto ecológico es mínimo. Además, las materias primas se pueden sustituir por el vidrio reciclado (calcin); de hecho, una tonelada de vidrio reciclado sustituye 1,2 toneladas de materia prima virgen. Las fábricas de envases de vidrio están preparadas para introducir en sus hornos todo el vidrio recogido a través del contenedor verde. De esta manera se logra no sólo aprovechar los recursos limitando el uso de materias primas, sino también ahorrar energía, reducir las emisiones y evitar la generación de residuos.

Todo esto es posible porque el vidrio es 100% reciclable infinitas veces sin perder calidad ni cantidad en el proceso, y dentro de un circuito cerrado: al reciclar un envase de vidrio, éste vuelve al mismo ciclo productivo del que partió para volver a

[En un contexto como el actual donde la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente son una prioridad, la elección y el posterior reciclado de los envases de vidrio juegan un papel fundamental]

convertirse de nuevo en un envase 100% reciclable. Esto hace que el envase de vidrio se convierta en un recurso inagotable y que pueda considerarse el paradigma de la economía circular.

Por último, no debemos olvidar que el aceite de oliva es un auténtico tesoro gastronómico esencial en las cocinas españolas y mediterráneas; de ahí que sea considerado auténtico oro líquido por sus innumerables atributos y propiedades beneficiosas. Un producto así precisa de un material de envasado a la altura que le brinde valor y el vidrio ofre-



ce la mejor solución a la hora de mostrar la calidad del producto.

Gracias a su transparencia, es un escaparate ideal para el envasador y permite al consumidor apreciar el producto que contiene. Además, el vidrio puede presentarse mediante formas, tamaños y colores diferentes, proporcionando envases de aceite adecuados para cada uso. Por otra parte, su diseño Premium refleja exquisitez y contenido de primera calidad, ayudando a que el aceite de oliva destaque en las estanterías de los comercios y en los lineales de los supermercados.

Y es que, a lo largo del tiempo, desde la antigua Grecia a la era actual, los envases de vidrio siempre han jugado un papel clave en la producción y el consumo de aceite de oliva. Juntos comparten una larga e ilustre historia que ha dejado una huella duradera en el patrimonio cultural, lo que convierte al vidrio en el acompañante ideal para seguir escribiendo la historia del zumo de aceituna. El vidrio, un envase eterno para un producto eterno. 🍯

LIDERANDO EL ENVASE PARA ACEITE DE OLIVA.



En Auxiliar Conservera somos **expertos en envases para Aceite de Oliva**. Ahora, en nuestra tienda online, encontrarás envases anónimos en hojalata y, como novedad, **también en vidrio**. **Más soluciones** para tu producto, **con la calidad de siempre**.



TIENDA.AUXILIARCONSERVERA.ES

- *Envases de hojalata.
Rectangulares.
Acabado en oro.
Desde 250ml hasta 10L.*
- *Envases de vidrio.
Cilíndrico o cuadrado.
Desde 250ml hasta 750ml.*



Accede desde cualquier dispositivo.

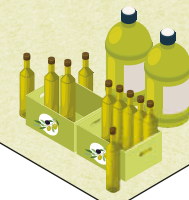


Centro especializado en envases para Aceite de Oliva:

Mairena de Alcor (Sevilla), España. T. +34 955 943 594.
sevilla@auxiliarconservera.es

Sede central: Auxiliar Conservera S.A.

Ctra. Torrealta, 30500 Molina de Segura (Murcia) España.
www.auxiliarconservera.es



Envase metálico, una opción sobresaliente para el aceite de oliva



©Auxiliar Conservera

Por Yolanda Sanz Martín
Directora de la Asociación Metalgráfica Española-AME

La industria ha evolucionado hacia la economía circular, en la que el cuidado del medio ambiente se convierte en un criterio crucial en la elección del envasado de productos. Esta tendencia está siendo adoptada estratégicamente por las marcas, quienes cada vez más reconocen su importancia para la percepción de valor por parte de los consumidores.

La industria del envase metálico ha destacado siempre por su compromiso con el reciclaje efectivo. Los metales, como material de envasado, ofrecen la ventaja de mantener sus propiedades físicas de manera indefinida, permitiendo que sean reciclados repetidamente sin perder calidad, asegurando así su disponibilidad para futuras generaciones.

Además de la durabilidad inherente de los envases metálicos, el avance hacia envases inteligentes y sostenibles representa el futuro del sector. Estos envases no sólo cumplen con los estándares ambientales más exigentes, sino que también integran tecnologías innovadoras que mejoran la trazabilidad del producto y la experiencia del consumidor. La incorporación de materiales biodegradables y la reducción del uso de plásticos son tendencias clave en la búsqueda de soluciones más ecológicas y eficientes.



©Auximara

El sector oleícola está experimentando una transformación hacia prácticas más sostenibles y eficientes en el envasado del aceite de oliva. La transición hacia una economía circular, el uso cre-

ciente de envases metálicos reciclables y el desarrollo de envases inteligentes destacan como los pilares fundamentales que están modelando el futuro del envasado de productos agrícolas, res-

Indicador del riesgo asociado a la Cuenta Corriente:

1/6

Este número es indicativo del riesgo del producto, siendo 1/6 indicativo de menor riesgo y 6/6 de mayor riesgo.

Entidad adherida al Fondo de Garantía de Depósitos Español de entidades de crédito. La cantidad máxima garantizada actualmente por el mencionado Fondo es de 100.000 euros por depositante.



domicilia+anticipa PAC 2025

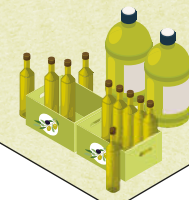
TÚ la domicilias,
NOSOTROS te la anticipamos si lo solicitas,
y **JUNTOS** seguimos construyendo la historia del campo.



CXTIERRA

Consigue tu suscripción a nuestro Cuaderno de Campo CXTIERRA al domiciliar tu Ayuda PAC en nuestras oficinas. Suscripción válida durante un año. Importe mínimo 5.000€.

OFERTA VÁLIDA HASTA EL 31/12/2025. UNA SUSCRIPCIÓN POR CADA NIF/CIF. LA PROMOCIÓN NO INCLUYE RETRIBUCIÓN EN EFECTIVO. RETRIBUCIÓN EN ESPECIE A EFECTOS FISCALES Y SUJETA A INGRESO A CUENTA SEGÚN NORMATIVA FISCAL VIGENTE.



pondiendo tanto a las demandas del mercado como a los imperativos ambientales globales.

En este sentido, el envase metálico se posiciona como una opción sobresaliente para el aceite de oliva por varias razones fundamentales. En primer lugar, desde el punto de vista logístico, el envase metálico es altamente resistente a los golpes, lo que garantiza una protección robusta durante el transporte y almacenamiento. Esto es crucial para asegurar que el producto llegue en óptimas condiciones al consumidor final.

Además, el metal actúa como una excelente barrera contra el calor y la luz, dos factores que pueden influir negativamente en las propiedades organolépticas del aceite de oliva. Mantener el aceite protegido de la luz y el calor es esencial para conservar su calidad y sabor característicos a lo largo del tiempo, algo en lo que el envase metálico destaca por su efectividad.

Otro aspecto clave es la protección contra la contaminación externa. Las latas metálicas ofrecen una barrera efectiva contra la humedad, el oxígeno y los olores, así como frente a bacterias y parásitos, asegurando la seguridad alimentaria y la integridad del producto hasta su consumo final.

[El envase metálico para el aceite de oliva no sólo ofrece una protección superior y garantiza la preservación del producto, sino que también cumple con exigentes estándares de sostenibilidad ambiental y eficiencia logística]

Hasta el infinito y más allá

Desde el punto de vista ambiental y de sostenibilidad, las latas metálicas son completamente reciclables y pueden ser recicladas infinitas veces sin perder sus propiedades. Este ciclo de vida cerrado del metal reduce la dependencia de materias primas vírgenes, al tiempo que disminuye el consumo energético y las emisiones de CO₂ comparado con la producción de metal a partir de fuentes minerales. Además, el avance en técni-

cas de producción ha permitido hacer las latas más livianas sin comprometer su resistencia, lo cual reduce el uso de material y facilita el transporte, mejorando así la eficiencia logística y reduciendo la huella ambiental del envasado.

En términos de diseño y marketing, el metal ofrece flexibilidad para crear envases atractivos y funcionales. Es adaptable a diversas técnicas decorativas como el grabado en relieve, acabados mate o brillantes, lo cual permite a las marcas diferenciar sus productos en el mercado. La impresión digital en las latas metálicas ofrece la capacidad de producir diseños personalizados y ediciones limitadas con alta calidad visual, captando la atención del consumidor y comunicando valores de exclusividad y calidad.

En definitiva, el envase metálico para el aceite de oliva no sólo ofrece una protección superior y garantiza la preservación del producto, sino que también cumple con exigentes estándares de sostenibilidad ambiental y eficiencia logística. Su capacidad para mantener la calidad del producto, su resistencia y su versatilidad en términos de diseño lo convierten en una elección destacada para las marcas que buscan combinar calidad, protección del medio ambiente y satisfacción del consumidor. 🟡

UN MUNDO DE POSIBILI DADES



**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



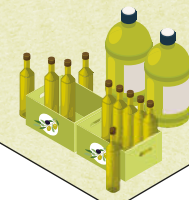
METALGRÁFICA DEL SUR

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



METAL
se recicla
para siempre

www.grupoauximara.com



Sostenibilidad, necesidades del mercado y concepto creativo

“Le immagini e le parole sono la struttura latente della realtà”

“(Las imágenes y las palabras son la estructura latente de la realidad)”



Por Antonio Mele

Director creativo independiente (www.creativomele.it)

Me propusieron hablar de packaging y he elegido tres imágenes para hacerlo. Tres puntos de vista con los que podemos orientarnos en la búsqueda de soluciones interesantes en el mundo del packaging. Obviamente, y dado que la creatividad está en constante movimiento, lo importante es no aferrarse a soluciones subjetivas. En este sentido, siempre repito una frase del cantautor italiano Roberto Vecchioni: “La idea por la que morimos mañana ya será vieja”.

La primera son las celdas de la colmena (sostenibilidad). La segunda se refiere a las últimas necesidades y exigencias del mercado en la época post-COVID (necesidades del mercado). La tercera es un concepto/idea de posicionamiento (concepto creativo).

Hoy en día, una característica imprescindible que hay que tener en cuenta a la hora de hablar de packaging es la sostenibilidad. Deberíamos inspirarnos en la naturaleza, como ha hecho siempre el ser humano. Y si hablamos de sostenibilidad quizás también deberíamos revisar la forma de la botella. Por este motivo he elegido la imagen de las celdillas de la colmena. Si pensamos en las formas de las botellas o de las latas deberíamos tener en cuenta el espacio que podrían ocupar más allá de los materiales más o menos ecológicos o sostenibles que se utilizan

[El packaging debe servir de inspiración y orientación; el aceite es un producto sencillo y único, y por eso debe ser tratado con amor]

para producirlas. Imaginemos que esta forma hexagonal permita transportar más envases llenos dejando de lado el vacío que suele crearse con un envase redondo. ¿Cuál podría ser su imagen? Cada vez que se formula esta pregunta se abre una enorme discusión, y no sólo con los clientes. Nosotros, en calidad de creativos, tenemos la tarea de guiar y orientar a los clientes en sus elecciones. Siendo el packaging nuestro primer medio, en mi opinión debe servir de inspiración y orientación. Estos dos elementos juntos crean la identidad de marca o del producto. Debemos ser capaces de ir más allá, ver lo que otros no ven.

Cuando un concepto de producto posee una identidad, cuando un sueño está inspirado en una idea sólida, sucede que, de forma mágica, se crean orden y acción -entendidas como movimiento hacia y desde-, convirtiéndose en un acto de amor -entendido como pasión y fertilidad-. Si no fuera así, se corre el riesgo de que sea únicamente

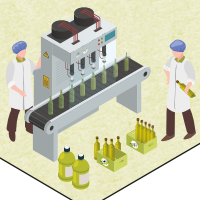


Formado en el Instituto Europeo di Design, el director creativo italiano Antonio Mele ha trabajado como supervisor creativo, diseñador gráfico y director de arte en importantes compañías como McCann, Leo Burnett, GGK o el Grupo Young & Rubicam.

un disfrute personal y responda a una necesidad temporal.

El amor es fuerza, es flujo, es singularidad. Es un recurso, es creer en él, es equilibrio entre dar y recibir, es confianza, generosidad, atracción, activación, receptividad, armonía. El amor es prolífico y genera opiniones, hijos, generaciones. Habla de identidad, orientate hacia tu verdadero sueño, inspirado por el entusiasmo por lo que estás creando. Otórgale una identidad real a tu producto. El aceite es un producto sencillo y único, y por eso debe ser tratado con amor.

Pregúntate siempre: ¿quién soy? ¿Qué valores me guían? ¿Para qué estoy haciendo esto? ¿Qué es lo que estoy haciendo? ¿Dónde y cuándo? La marca y el producto son una experiencia. Una marca es un conjunto de percepciones,



[Hoy día es posible obtener casi todo lo que los creativos proyectan en términos de impresión]

ideas y sentimientos distintivos que las personas experimentan hacia quienes las producen. Todo lo que se necesita es un pequeño signo gráfico para que todo esto suceda. He aquí algunos ejemplos.

Monodosis

Este proyecto nació como un juego. La idea: cómo tener a mano una gran variedad de condimentos y alguien que te recomiende de cuál utilizar para cada uno de tus platos. El *insight* nació situando primero los envases en restaurantes y hoteles donde las personas podían saborear el aceite que más resaltase su plato; mi orientación se dirigió a percibir las necesidades del mercado.

Estilográfica

En este caso, la idea consistió en contar y firmar cada plato con un sabor único. Se eligió una botella con cuello esbelto y la clásica boquilla se cubrió con una pluma estilográfica. Esta idea resalta el concepto de *storytelling* y, al mismo tiempo, es como si dijéramos: "cada vertido de AOVE en el plato es un cuento, una historia".

Como parte del jurado de "Le forme dell'olio" ("Las formas del aceite"), en los últimos años he notado que la calidad de las etiquetas, de las botellas y de los gráficos ha mejorado mucho. Ahora es posible obtener casi todo lo que los creativos proyectan en términos de impresión. También he visto en ferias de packaging como la celebrada en Milán etiquetas olfativas. Pero, en mi opinión, partir siempre de un concepto es fundamental. Nos encontramos en una encrucijada y, como siempre, para encontrar la solución correcta es necesario plantearse las preguntas adecuadas. ¿Hacia dónde nos orientamos cuando buscamos una solución creativa? Sin duda es importante estar motivado y creer en nuestro proyecto, pero al mismo tiempo -como decía al principio- no hay que apegarse a soluciones subjetivas, sino buscar siempre soluciones objetivas. 🟢

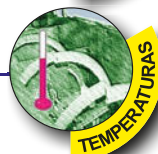


**Indea
Technologies**



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

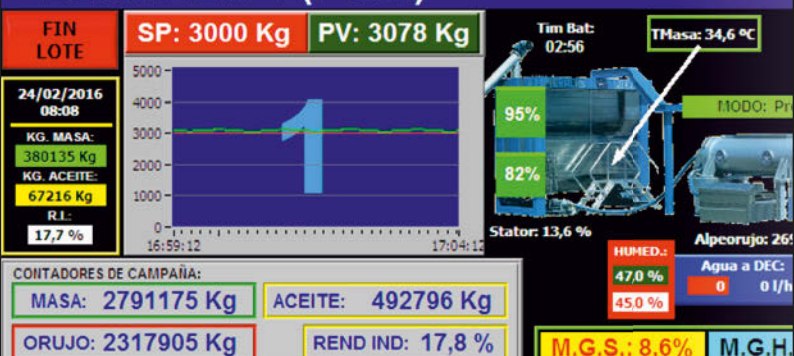
www.indeatech.com

Tel.: 913 980 071
indea@indeatech.com

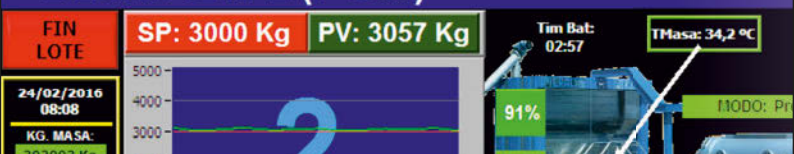


S.C.COOP. OLIVARI

DECANTER 1 (P-333)



DECANTER 2 (P-333)



SCRIVIAMO LA STORIA
DEL GUSTO

Caracterización del aceite de oliva virgen y de sus componentes en modelos preclínicos experimentales

El grupo del Centro de Investigación Biomédica en Red de Fisiopatología de la Obesidad y Nutrición (CIBEROBN) denominado “Dieta Mediterránea y su potencial nutraceutico”, ubicado en la Universidad de Zaragoza, ha explorado la caracterización de nuevos aceites de oliva vírgenes y de sus principales componentes sobre patologías humanas altamente prevalentes como la enfermedad aterosclerótica y el hígado graso no alcohólico en diversos modelos animales. En este resumen se recogen los resultados de varios trabajos publicados en los últimos años y realizados en colaboración con otros grupos nacionales e internacionales.

Por Jesús de la Osada García

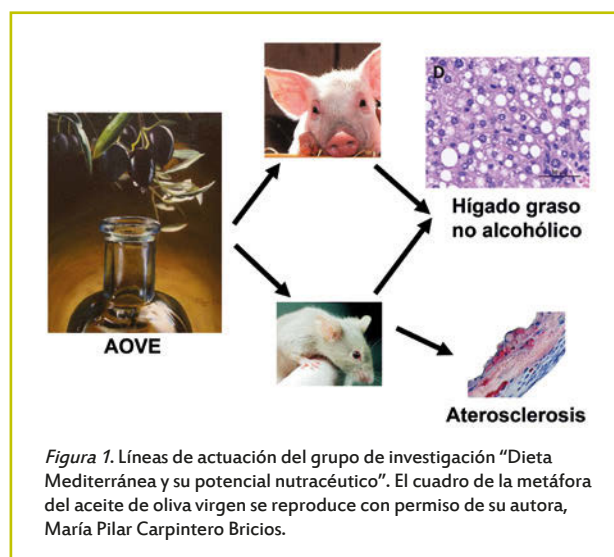
Catedrático de Bioquímica y Biología Molecular de la Universidad de Zaragoza e investigador del Instituto Agroalimentario de Aragón, del Instituto de Investigaciones Sanitarias de Aragón y del Centro de Investigación Biomédica en Red de Fisiopatología de la Obesidad y Nutrición (CIBEROBN).



Como líneas de actuación del grupo “Dieta Mediterránea y su potencial nutraceutico” se investiga el aceite de oliva virgen extra (AOVE) y sus componentes en diversos modelos animales para comprobar su influencia en el hígado graso no alcohólico (HGNA) y la aterosclerosis (Figura 1). En el primer estudio llevado a cabo por dicho grupo del CIBEROBN y el grupo de “Nuevas tecnologías de procesamiento de los alimentos”, ambos de la Universidad de Zaragoza, en colaboración con el grupo de “Laboratorio de epigenética del metabolismo lipídico” del Instituto Madrileño de Estudios Avanzados (IMDEA)-Alimentación, se prepararon aceites de oliva vírgenes de la variedad empeltre por el procedimiento tradicional y mediante la incorporación de pulsos eléctricos de alto voltaje (PEF) entre el molino y la batidora. La tecnología de PEF facilita la apertura de poros en las células y orgánulos celulares que componen la aceituna,

rompiéndose así esas estructuras. Al aplicarlos en la pasta después de la molienda, la ruptura de células y orgánulos -que no se han roto en el molino- liberará parte del aceite que estaba en los orgánulos sin romper de la pasta de aceituna y posibilitará un mayor rendimiento graso.

Para ver la influencia del uso de PEF, se prepararon los aceites obtenidos con y sin PEF en una almazara experimental del tipo *Oliomio 80 Plus Machine* equipada con decánter de dos fases, mientras que para el cálculo de los rendimientos se utilizó el sistema Abencor con aceitunas cosechadas en diciembre de 2018. Los dos aceites obtenidos se analizaron en el Instituto



de la Grasa de Sevilla con las analíticas más completas de dicho centro y también se caracterizaron sus microRNAs presentes -como novedoso elemento nutricional- en el Laboratorio de Epigenética del Metabolismo Lipídico de Madrid.



Planteamiento experimental



Figura 2. Diseño experimental para valorar los efectos biológicos de los PEF en la elaboración del AOVE. Los experimentos se efectuaron según la Directiva europea de experimentación animal 2010/63 y el protocolo se aprobó por el Comité de Ética para Experimentación Animal de la Universidad de Zaragoza (PI61/18).

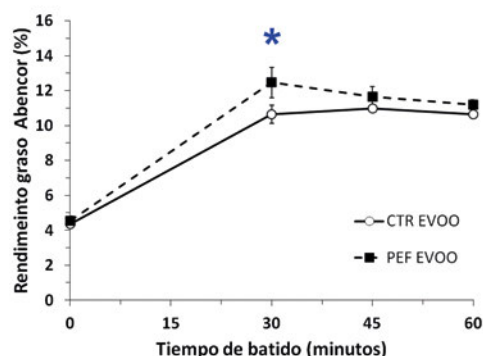


Figura 3. Variación del rendimiento graso en función del tiempo de batido a través del método Abencor en producción de aceite de oliva virgen extra (AOVE) por el método estándar y mediante la utilización de PEF. La estrella azul indica cambios significativos entre ambos aceites.

Una vez analizados los dos aceites obtenidos, se llevó a cabo su caracterización biológica en un modelo animal humanizado, el ratón carente de apolipoproteína E que desarrolla aterosclerosis e hígado graso no alcohólico de forma espontánea con una dieta occidental enriquecida con un 20% de grasa y un 0,15% de colesterol. Este modelo animal con dicha dieta desarrolla estas patologías en sólo 12 semanas, simu-

lando el proceso humano que tiene lugar en 40 años. El diseño experimental aparece reflejado en la Figura 2.

Cuando se caracterizaron los aceites de oliva vírgenes obtenidos a partir de aceituna de la variedad empeltre con un índice de maduración entre 6 y 7, se observó que la inclusión de PEF aumentó el rendimiento graso y se requería menor tiempo de batido respecto al proceso convencional, tal y como se muestra en la Figura 3. La intensidad de los PEF fue de 30 microsegundos y un campo eléctrico de 2 kV/cm. La temperatura de la pasta siempre estuvo por debajo de los 22 °C, por lo que el tratamiento de PEF no calentó la pasta de aceituna.

Una vez caracterizados los dos aceites, ambos mantuvieron las propiedades del aceite de oliva virgen extra. Las principales diferencias encontradas entre los dos fueron un ligero aumento del índice de peróxidos de 6,9 a 8,2; de K_{232} de 1,59 a 1,77; y el K_{270} de 0,07 a 0,09 para el aceite obtenido por el uso

Para la variedad empeltre, la utilización de PEF mejora el rendimiento graso y puede reducir el tiempo de batido manteniendo la misma categoría de AOVE

de PEF. El contenido de esteroides también fue más elevado en el último aceite (1372 vs 1263 mg./kg. del aceite convencional). La presencia de microRNAs, en particular el microRNA oeu-MIR-31 5p, también aumentó en el aceite obtenido mediante el uso de PEF. Ambos parámetros serían indicativos de una mayor cantidad de orgánulos rotos. A vista de esta caracterización analítica, la inclusión de PEF afecta mínimamente a la calidad del aceite en tanto que aumenta el rendimiento graso y reduce el tiempo de batido en su elaboración.

Cuando dichos aceites se administraron al modelo animal de ratón carente de la apolipoproteína E que desarrolla de forma espontánea la lesión aterosclerótica y el hígado graso no alcohólico, como se ha descrito anteriormente, no se observaron cambios ni en el peso de los animales, ni en el consumo de pienso. El nivel de colesterol plasmático disminuyó en las hembras alimentadas con el aceite preparado por PEF. A pesar de ello, no se observaron cambios en el desarrollo de la lesión aterosclerótica en los grupos alimentados con ambos aceites. Tampoco se observaron diferencias en la acumulación de grasa en el hígado con la administración de ambos aceites.

A vista de estos resultados, ambos aceites se pueden considerar equivalentes. Para la variedad empeltre, la utilización de PEF mejora el rendimiento graso y puede reducir el tiempo de batido manteniendo la misma categoría de AOVE. Esto puede representar una importante ventaja para la industria olivarera al reducir costes de producción e incrementar el rendimiento graso, que pueden compensar el coste del equipamiento del PEF (más información en la referencia 1).

El aporte de escualeno, el principal componente minoritario del AOVE, está aliviando la esteatohepatitis

Influencia de la administración de escualeno en un modelo porcino de desarrollo de esteatohepatitis

El segundo estudio se centra en la influencia de la administración de escualeno en un modelo porcino de desarrollo de esteatohepatitis. Cuando en el hígado se acumula más de un 5% de grasas o lípidos se dice que se desarrolla hígado graso. Si esto ocurre en sujetos que no consumen alcohol, se denomina hígado graso no alcohólico (HGNA). Algo que está ocurriendo en un 25-30% de los habitantes de las sociedades desarrolladas. Con relativa frecuencia, este hígado se inflama y se convierte en la enfermedad de esteatohepatitis no alcohólica (NASH). El grupo de "Dieta mediterránea y su potencial nutraceutico" ha conseguido reproducir en cerdos esta enfermedad humana. Para ello ha manipulado su dieta enriqueciéndola en colesterol, ácido cólico, grasa saturada y fructosa, y eliminando la colina y la metionina. Con esta dieta occidental exagerada, que denominaremos dieta esteatósica, se consigue que el animal desarrolle la enfermedad en un mes.

El escualeno es un lípido, el principal componente minoritario del aceite de oliva virgen extra (Figura 4), y fue encontrado en el hígado de los tiburones (escualos), de los que recibe su nombre. Estos animales acumulan escualeno en el hígado y su hígado graso no tiene repercusión vital, ya que gozan de expectativas de vida elevadas (200 años). Esta aparente contradicción de hígados grasos con escualeno sin repercusión patológica fue el detonante para llevar a cabo esta investigación.

Tras administrar a 24 cerdos macho la dieta esteatósica durante un mes, se verificó que habían desarrollado NASH y se establecieron dos grupos. Uno de 12

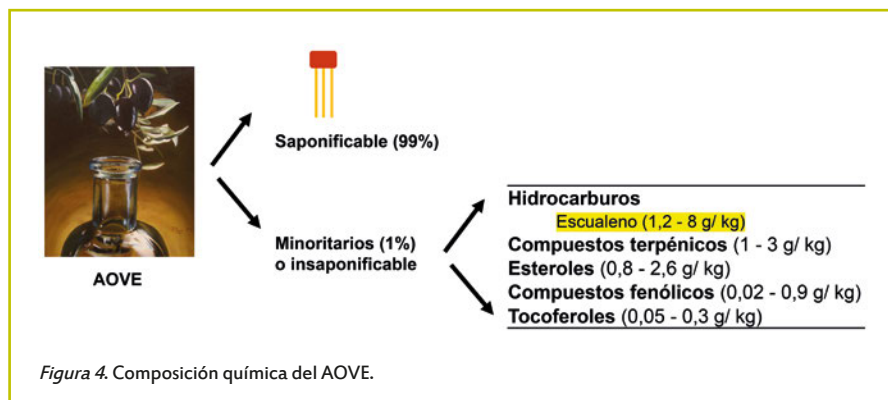


Figura 4. Composición química del AOVE.

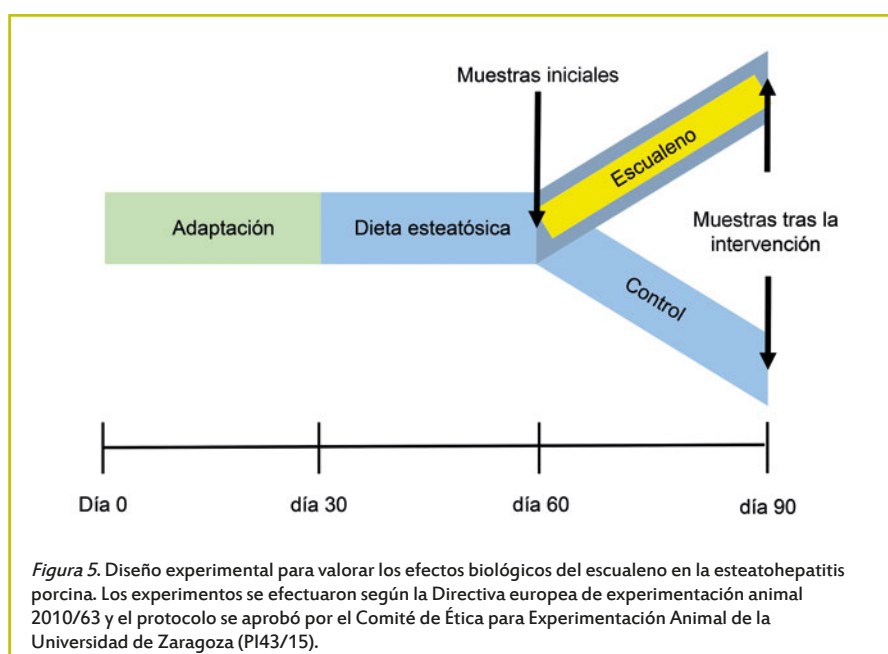


Figura 5. Diseño experimental para valorar los efectos biológicos del escualeno en la esteatohepatitis porcina. Los experimentos se efectuaron según la Directiva europea de experimentación animal 2010/63 y el protocolo se aprobó por el Comité de Ética para Experimentación Animal de la Universidad de Zaragoza (PI43/15).

siguió con la dieta esteatósica; y los otros 12, con la dieta esteatósica enriquecida en escualeno. El protocolo experimental se refleja en la Figura 5. Esta intervención se llevó a cabo durante un mes y al final de dicho periodo se realizaron sofisticados análisis de todos los lípidos en colaboración con el Hospital Clínico Lozano Blesa y la Universidad de Cambridge, y de todos los genes en colaboración con el Instituto Genómico de Beijing.

El estudio reveló que la administración durante un mes de un suplemento de escualeno en una dieta esteatósica no influía en el contenido de colesterol o en la cantidad de fibras en el hígado, pero condujo a la acumulación hepática de escualeno y a una disminución del contenido de triglicéridos y de las gotas lipídicas que se acumulaban en este

órgano. Estos dos últimos parámetros indican una mejoría de la lesión.

En medicina humana uno de los criterios utilizados para establecer el diagnóstico de esteatohepatitis es la presencia de distensión hepatocelular, siendo de peor pronóstico la lesión cuanto mayor sea ésta. En nuestro estudio, sorprendentemente, la distensión aumentó y se encontraba directamente asociada al mayor contenido de escualeno hepático.

En el trabajo se empleó un análisis de última generación de lípidos -conocido como lipidómica- que permitió analizar 467 lípidos diferentes tanto en el hígado como en el plasma de los animales estudiados. En el hígado de los que consumían escualeno se observó un aumento de lípidos específicos, tres especies de fosfatidilcolinas (PC), tal y como se



¡Sabor que da vida!



El aceite de oliva virgen extra con DOP Antequera da vida a tus platos y alimenta el corazón de los pueblos de nuestra comarca.



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN



Fondos
Europeos

Junta
de Andalucía

El **escualeno** acumulado en el **hígado** es capaz de **modular** cambios en la **expresión génica** que pueden **influir** en la **progresión** de la **esteatohepatitis no alcohólica**

muestra en la *Figura 6*. En contraposición, disminuyeron otros como una cardiolipina específica (CL) y varios tipos de triglicéridos (TG). En el plasma, la administración del escualeno aumentó una interleuquina no inflamatoria (IL12-p40) y modificó igualmente el lipidoma plasmático, disminuyendo los ácidos grasos saturados no esterificados.

El resultado de estos análisis de vanguardia sugiere que el aporte de escualeno está aliviando la esteatohepatitis, a pesar del signo negativo que supondría el aumento en la distensión de los hepatocitos. Estos hechos plantean un nuevo reto en el diagnóstico de enfermedades hepáticas al considerar que el acúmulo de escualeno produce distensión de los hepatocitos sin que ello suponga un empeoramiento en el desarrollo de la enfermedad (*más información en la referencia 2*).

En estos mismos cerdos se estudió la expresión de todos los genes hepáticos o transcriptoma hepático por influencia de la administración de escualeno. Así, se encontraron 12 genes que se expresaban de forma diferente entre los dos grupos de animales. Los incrementos de expresión de los genes codificantes para *AFP*, *ENPEP* y *PPP1R1B* mostraron un notable poder discriminante entre ambos grupos experimentales en comparación con otros parámetros patológicos empleados habitualmente en el diagnóstico

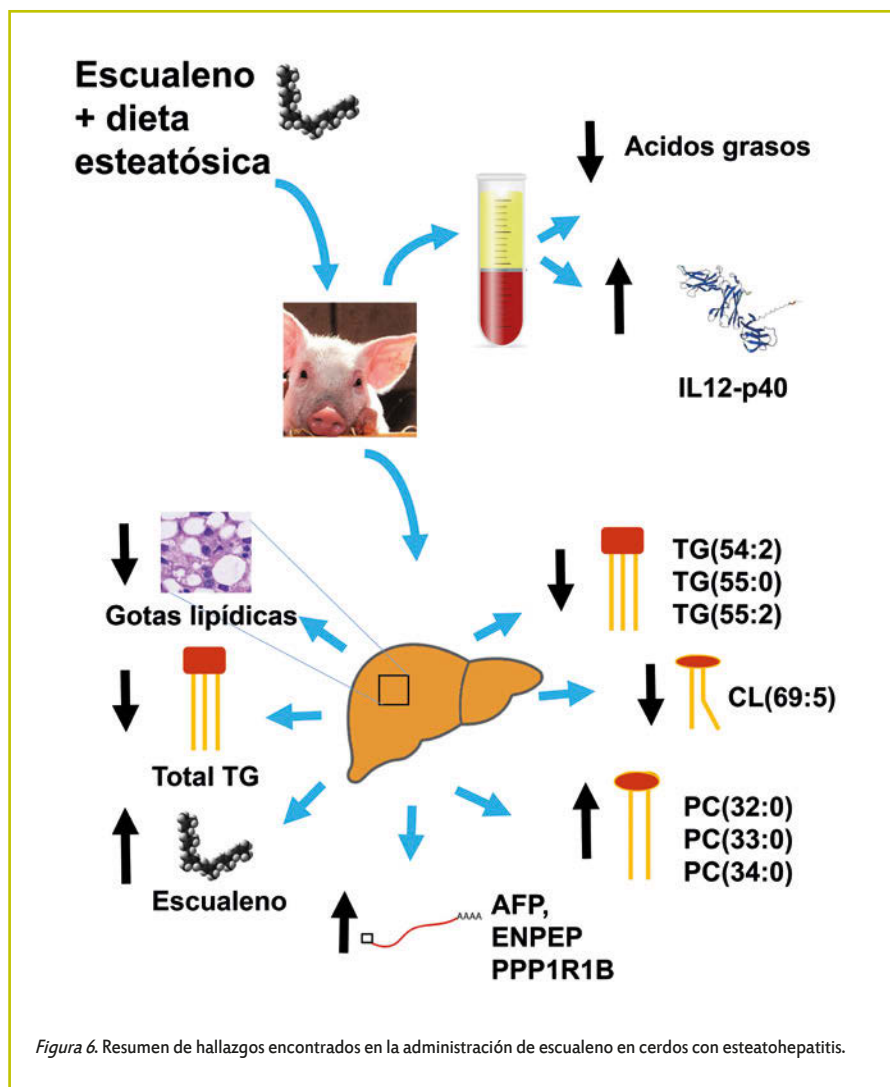


Figura 6. Resumen de hallazgos encontrados en la administración de escualeno en cerdos con esteatohepatitis.

de NASH. Algunos de ellos aparecieron significativamente asociados con el contenido de triglicéridos hepáticos, como es el caso del gen que dirige la expresión de la glutamil aminopeptidasa (*ENPEP*); mientras que la expresión del gen de la alfa-fetoproteína (*AFP*) y la subunidad 1B (*PPP1R1B*) del inhibidor regulador de la proteína fosfatasa 1 se correlacionaron con la inflamación y la distensión de los hepatocitos. Además, la expresión de *AFP*, *PPP1R1B* y *ENPEP* siguió

el mismo patrón *in vitro* al incubar con escualeno líneas celulares de hepatoma humano (HEPG2) e hígado de ratón (AML12), lo que indica un efecto directo del escualeno sobre las expresiones de dichos genes. Estos hallazgos sugieren que el escualeno acumulado en el hígado es capaz de modular también cambios en la expresión génica que pueden influir en la progresión de la esteatohepatitis no alcohólica (*más información en la referencia 3*). 🟡

Referencias

- Martínez-Beamonte, R., Ripalda, M., Herrero-Continentente, T., Barranquero, C., Davalos, A., Lopez de las Hazas, M. C., Alvarez-Lanzarote, I., Sánchez-Gimeno, A.C., Raso, J., Surra, J.C., Arnal, C., Osada, J., Navarro, M. A. Pulsed electric field increases the extraction yield of extra virgin olive oil without loss of its biological properties. *Frontiers in Nutrition*, 2022; 9: 1065543
- Herrera-Marcos, L.V. Martínez-Beamonte, R. Arnal, C. Barranquero, C. Puente-Lanzarote, J.J. Herrero-Continentente, T. Lou-Bonafonte, J. M. Gonzalo-Romeo, G. Mocciano, G. Jenkins, B. Surra, J.C. Rodríguez-Yoldi, M. J Burillo J. C., Lasheras, R. García-Gil, A. Güemes, A. Koulman A. y Osada J.. Dietary squalene supplementation decreases triglyceride species and modifies phospholipid lipidomic profile in the liver of a porcine model of non-alcoholic steatohepatitis. *J Nutr Biochem* 2023, 112: 109207.
- Abuobaid, R. Herrera-Marcos, L.V. Arnal, C. Bidooki, S.H. Sánchez-Marco, J. Lasheras, R. Surra, J.C. Rodríguez-Yoldi, M.J. Martínez-Beamonte, R. y Osada, J.. Differentially expressed genes in response to a squalene-supplemented diet are accurate discriminants of porcine non-alcoholic steatohepatitis. *Int. J. Mol. Sci.* 2023; 24: 12552



"Sin duda, la integración de OptiCept no sólo nos ha ayudado a mejorar el rendimiento, sino que también ha mejorado significativamente la calidad"

Carlos Jiménez, Director de Operaciones, Acesur



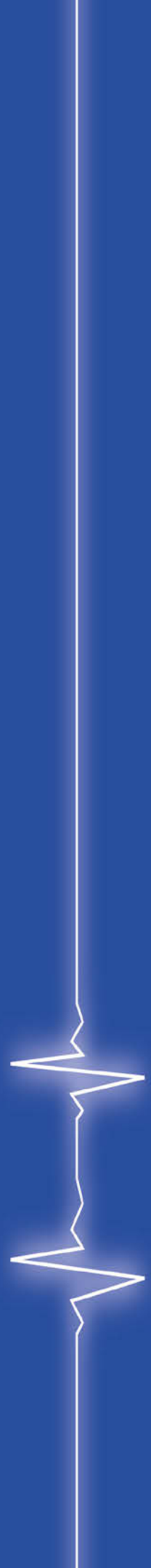
"Los resultados conseguidos con la tecnología OptiCept son magníficos, está permitiendo obtener excelentes resultados en la mejora de la calidad y los rendimientos"

Miguel Higuera, Maestro de almazara, Aceites Canoliva



"Tras observar el impacto del sistema OPTICEPT® la temporada pasada, vimos una mayor extracción de aceite de oliva de calidad"

Rafael Doncel, Gerente, Nuestra Señora de la Salud

A vertical white pulse line graphic on the left side of the page, with two larger pulse shapes near the bottom.

PULSOS ELÉCTRICOS:

Mejore los Agotamientos y Calidad

¿Listo para notar la diferencia? Escanea el código QR y completa el formulario.

¡Agenda hoy mismo tu evaluación en sitio gratuita!





Aumentando la seguridad de las aceitunas negras estilo californiano

La aceituna negra estilo californiano es un producto cada vez más demandado por el consumidor cuyo sabor agradable y poco intenso la hace ideal para combinar con otros alimentos. De color negro brillante, posee una baja concentración de cloruro de sodio y una elevada concentración de hierro. A simple vista es un *snack* muy atractivo desde un punto de vista saludable, sobre todo para personas con hipertensión y/o anemia. Sin embargo, es importante tener en cuenta que contiene un compuesto no deseado, acrilamida, al cual se le atribuyen propiedades carcinógenas. Pero, ¿es realmente tan elevada su concentración? Y si hacemos un consumo adecuado de este alimento, ¿cómo contribuiría en la ingesta diaria total de este compuesto?



Por Concepción Romero Barranco, Mercedes Brenes Álvarez, Pedro García García, Eduardo Medina Pradas, Eva María Ramírez Castro y Manuel Brenes Balbuena
Departamento de Biotecnología de Alimentos.
Instituto de la Grasa-Consejo Superior de Investigaciones Científicas (IG-CSIC)

En el año 2002 investigadores suecos alertaron sobre la presencia de acrilamida en un gran número de alimentos y rápidamente en EEUU su agencia Food and Drug Administration (FDA) comenzó a evaluar su contenido en numerosos productos alimenticios, incluidas las aceitunas entre los años 2002 y 2006. El resultado de estos análisis fue el descubrimiento en aceitunas negras oxidadas de niveles de acrilamida entre 123-424 $\mu\text{g/kg}$., aunque algunas partidas contenían concentraciones incluso superiores a 1000 $\mu\text{g/kg}$. (FDA, 2024). Por otro lado, la European Food Safety Authority (EFSA) informó sobre un valor medio de acrilamida en aceitunas negras oxidadas de 454 $\mu\text{g/kg}$. (EFSA, 2015). En general, los investigadores encontraron una gran variabilidad en los niveles de acrilamida en las aceitunas negras, oscilando entre 176-1.578 $\mu\text{g/kg}$.

Sin embargo, la acrilamida no sólo está presente en aceitunas negras estilo californiano, sino que también se puede encontrar en numerosos alimentos de consumo cotidiano tales como las patatas fritas, el café, los cereales



de desayuno o el pan, entre otros, donde se forma de manera natural cuando se tratan a temperaturas superiores a 100° C como ocurre durante el cocido, asado, fritura o la esterilización térmica.

La Unión Europea publicó los niveles de acrilamida de una serie de alimentos basados en los estudios realizados por la EFSA entre 2007 y 2012 (EU, 2013), aunque no se citaba a las aceitunas negras oxidadas. Probablemente, la razón sea la

pequeña contribución que las aceitunas negras aportan a la ingesta diaria de acrilamida. De hecho, la EFSA ha estimado dicha ingesta en 0,4-1,9 $\mu\text{g/kg}$. de peso corporal y día (EFSA, 2015), por lo que, teniendo en cuenta el consumo de este producto, la contribución de las aceitunas negras a la ingesta diaria de acrilamida sería menor del 0,3-1,5%. Sin embargo, el sentido común indica que este compuesto debería estar ausente o en la menor concentración posible en cualquier alimento, lo cual ha provocado un especial interés en la sociedad, así como en asociaciones como ASEMESA o Interaceituna y en las empresas elaboradoras de aceituna de mesa. Por ello, se antoja crucial investigar cómo minimizar la presencia de ese compuesto en este *snack* de alto valor nutricional.

¿Cómo analizar acrilamida en aceituna de mesa?

En noviembre de 2019 la Unión Europea publicó una Recomendación (EU, 2019) donde se requería a los Estados Miembros datos sobre el contenido de acrilamida en determinados alimentos, incluyendo a las aceitunas de mesa. Esto probablemente conducirá a la promulgación de un nuevo Reglamento que establecerá



Fases 1 y 2 del nuevo protocolo de análisis de acrilamida en aceituna de mesa.

[Actualmente se está llevando a cabo un estudio exhaustivo sobre cómo modificar el proceso actual de elaboración de aceitunas negras estilo californiano para reducir el contenido de acrilamida en este alimento, empleando medidas realistas que puedan ser adoptadas por las industrias]



Equipo de HPLC-MS para la cuantificación de acrilamida en aceituna de mesa.

valores de referencia de acrilamida para las aceitunas de mesa y medidas para mitigar su contenido. Por ello, en el proyecto ACRYOLIVE (PID2020-119563RB-I00), liderado por la Dra. Concepción Romero Barranco del Departamento de Biotecnología de Alimentos del Instituto de la Grasa-CSIC en Sevilla, se está llevando a cabo actualmente un estudio exhaustivo sobre cómo modificar el proceso actual de elaboración de aceitunas negras estilo californiano para reducir el contenido de acrilamida en este alimento, empleando medidas realistas que puedan ser adoptadas por las industrias.

Un primer objetivo de este proyecto fue poner a punto una analítica más

simple, rápida y fiable para determinar el contenido de acrilamida en aceitunas de mesa (Brenes-Álvarez *et al.*, 2023). Hasta la fecha, la mayoría de las analíticas para determinar este compuesto en alimentos y, particularmente en aceitunas de mesa, requerían un protocolo de extracción lento y engorroso que implicaba un periodo de tiempo superior a 24 horas. Sin embargo, el protocolo desarrollado consiste en una simple extracción con agua a partir de aceitunas trituradas y con la adición de Acrilamida- $^{13}\text{C}_3$ como patrón interno. Cada muestra se prepara en tan sólo 15 minutos y se cuantifica mediante cromatografía líquida de alta presión y detección de masas con ioni-

zación positiva por electrospray (HPLC-MS). El método desarrollado mostró excelentes resultados en términos de exactitud (98,4-104,8%) y los resultados finales pueden obtenerse en apenas 1 hora, lo que le convierte en una buena opción para el análisis rutinario de acrilamida, pudiendo extrapolarse su uso al análisis de este compuesto en otros alimentos.

Este nuevo método ha permitido analizar con cierta facilidad numerosas muestras de aceitunas de mesa comerciales españolas, corroborando nuevamente que el rango de este compuesto en aceitunas negras es muy amplio, detectándose valores desde 79 $\mu\text{g/kg}$. hasta 1.068 $\mu\text{g/kg}$. de fruto.



Patio de fermentadores enterrados para la conservación de aceitunas.



Tanques de oxidación para la etapa de ennegrecimiento durante la elaboración de aceitunas negras estilo californiano.

Guía de medidas de mitigación del contenido en acrilamida en aceitunas negras oxidadas

Un segundo objetivo de este proyecto fue evaluar las distintas etapas del proceso de elaboración de aceitunas negras oxidadas para definir cuáles podrían ser las estrategias viables a aplicar en la industria para la mitigación de la formación de acrilamida (Brenes-Álvarez et al., 2024). La elaboración de aceitunas negras estilo californiano incluye una etapa inicial de conservación en fermentadores y, transcurrido un tiempo, se produce la etapa de ennegrecimiento, que consiste en la alternancia de tratamientos con soluciones alcalinas y etapas de lavado para neutralizar la pulpa. A continuación existe una etapa de fijación del color con

[Aún queda una **asignatura pendiente** en la **investigación** sobre la presencia de **acrilamida** en **aceitunas de mesa**: conocer el **mecanismo** de **formación** de este **compuesto**]

una sal ferrosa, finalizando con las fases de envasado y esterilización. Inicialmente se evaluó el tiempo de conservación de las aceitunas antes de la fase de ennegrecimiento en 18 lotes de frutos de los cultivares hojiblanca, manzanilla y cacereña, no observándose ninguna influencia en la formación de acrilamida debido a la duración de este periodo. Además, se encontró una gran variabilidad entre lotes de diferentes cultivares, siendo el nivel de acrilamida menor en las aceitunas procesadas del cultivar cacereña (175 µg/kg.) respecto a las de hojiblanca (360 µg/kg) y manzanilla (480 µg/kg.). Por otra parte, no se ha observado una influencia significativa según el tipo de conservación, salina o sólo ácida, sobre la formación de acrilamida en el producto final.

Asimismo, se ha comprobado que la elaboración de las aceitunas con con-

centraciones elevadas de álcali puede favorecer la eliminación de los precursores y, por tanto, una menor formación de acrilamida en el producto final. El empleo exclusivamente de agua durante las etapas de lavado y neutralización redujo la concentración de acrilamida en un 13-20% respecto al tratamiento habitual, consistente en realizar algún lavado con una mezcla a partes iguales de agua y líquido de la etapa de conservación. Por otra parte, se conoce que la mayor formación de acrilamida se produce a valores de pH cercanos a la neutralidad, disminuyendo conforme se incrementa dicho parámetro. De ahí que se haya observado que un aumento en el pH de los frutos antes de envasar origina una disminución en la formación de acrilamida de hasta un 20% en aceitunas lisas, aunque ello debe ser compatible con las características organolépticas aceptadas por los consumidores para este producto. Además, la prolongación de la fase de lavado antes de envasar las aceitunas deshuesadas de hasta 20 horas en lugar de 0,5 horas dio lugar a una reducción del 17% del contenido de acrilamida. Cabe indicar que, para una misma partida de aceitunas, los envasados con frutos deshuesados presentan una menor concentración de acrilamida que los frutos enteros. Por otra parte, los valores más elevados se alcanzan en las aceitunas presentadas sin líquido de gobierno.

**para destacar
solo hace falta
originalidad,
trabajo y audacia.**



¿Tu cooperativa necesita una tienda online?

Pagos seguros, envíos rápidos y más clientes.

¿Tu cooperativa necesita una nueva imagen corporativa?

Imagen de marca, etiquetas, papelería, vinilos, lonas, merchandising...

¿Tu cooperativa necesita presencia en redes sociales?

Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube, Tik Tok...

**¿Tu cooperativa necesita publicidad en medios
tradicionales y digitales?**



**PANORAMYKA
@digital**

**Panoramyka, agencia especializada en comunicación de Almazaras
www.panoramyka.com · Tel. 665 921 973**



Como es conocido, el tratamiento térmico de esterilización es la etapa crítica del proceso durante la que se produce la reacción de formación de la acrilamida. Se han estudiado varias temperaturas de esterilización (119, 121, 123 y 125° C) y se ha descartado que un proceso a alta temperatura y poco tiempo pudiera contribuir a disminuir el nivel de acrilamida en las aceitunas. Sorprendentemente, el contenido de este compuesto en aceitunas negras aumentó linealmente hasta 20 unidades de esterilidad (F_0), permaneciendo casi constante a mayor intensidad de esterilización.

Retos futuros en la investigación sobre acrilamida en aceituna de mesa

Todavía queda una asignatura pendiente en la investigación sobre la presencia de acrilamida en aceitunas de mesa: conocer el mecanismo de formación de este compuesto, que es aún desconocido. La ruta más ampliamente aceptada en alimentos para la formación de este tóxico es a través de la reacción de Maillard entre grupos carbonilos y el aminoácido asparagina, aunque son diversos los mecanismos propuestos hasta llegar a la formación de la acrilamida (Delatour & Stadler, 2022). Sin embargo, se sabe que este no es el mecanis-



mo que actúa en el caso de la aceituna de mesa. Uno de los grandes retos del proyecto ACRYOLIVE es conocer estos precursores y la investigación realizada hasta la fecha nos indica que dichos precursores tienen un pequeño peso molecular, por lo que seguimos investigando en esta línea. De hecho, dicho conocimiento nos permitirá generar herramientas para minimizar aún más el contenido en acrilamida en aceituna negra estilo californiano.

Asimismo, existen otros grandes retos de investigación que están siendo abordados en este proyecto y que esperamos resolver en unos meses. El primero se refiere al grado de aportación de acrilamida procedente de la aceituna de mesa en el total de un alimento. Por ejemplo, en una pizza -aunque las aceitunas negras pueden ser uno de sus componentes- la propia masa de la pizza calentada a temperaturas superiores

[Uno de los retos consiste en el desarrollo de una nueva aceituna negra estilo californiano que no requiera un tratamiento de esterilización, que sea segura y lo más parecida sensorialmente a la actual]

a 100° C también aportará acrilamida a la ingesta diaria.

El segundo reto consiste en el desarrollo de una nueva aceituna negra estilo californiano que no requiera un tratamiento de esterilización, que sea segura y que sensorialmente sea lo más parecida a la actual aceituna negra estilo californiano.

En resumen, hasta ahora el proyecto ACRYOLIVE ha aportado datos relevantes en las investigaciones actuales sobre la presencia de acrilamida en aceituna negra estilo californiano. Específicamente, ha contribuido con una guía de buenas prácticas de elaboración que puede mitigar su contenido, aunque quedan por confirmar grandes avances en el conocimiento de esta temática en los próximos meses. 💧

Agradecimientos

A la Agencia Estatal de Investigación, por la concesión del proyecto PID-2020-1119563RB-I00/AEI/FEDER/UE. A la Asociación Española de Exportadores e Industriales de Aceitunas de Mesa (ASEMESA) y a la Organización Interprofesional de la Aceituna de Mesa (INTERACEITUNA). A las empresas Agro Sevilla Aceitunas, S.C.A., Angel Camacho Alimentación, Dcoop, Agolives (Aceitunas Guadalquivir, S.L.), Acenorca (Grupo Cazorla), Grupo Alimentario IAN, Aceitunas Torrent e Internacional Oliverera, S.A. por su colaboración en el suministro de materia prima, tanto de aceitunas como soluciones de aderezo. A Dña. Alejandra Expósito de la Cerda, personal técnico de investigación del Instituto de la Grasa.

Referencias

- Brenes-Álvarez, M.; Ramírez, E.M.; García-García, P.; Medina, E.; Romero, C. New and Rapid Analytical Method Using HPLC-MS Detection for Acrylamide Determination in Black Ripe Olives. *Foods*, 2023, 12, 4037.
- Brenes-Álvarez, M.; Ramírez, E.M.; García-García, P.; Medina, E.; Brenes, M.; Romero, C. Assessment of black ripe olive processing for acrylamide mitigation. *LWT - Food Science and Technology*, 2024, 198, 116027.
- Delatour, T.; Stadler, R. H. Two decades of research in dietary acrylamide: What do we know today. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 2022, 19, 1-9.
- European Commission (EU). Commission Recommendation 2013/647 of 8 November 2013 on investigations into the levels of acrylamide in food. *Official Journal of European Union* 2013, L301/15. Available online: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:301:0015:0017:EN:PDF>
- European Commission (EU). Commission Recommendation 2019/1888 of 7 November 2019 on the monitoring of the presence of acrylamide in certain foods. *Official Journal of European Union* 2019, L290, 31-33. Available online: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reco/2019/1888>.
- European Food Safety Authority (EFSA). Scientific opinion on acrylamide in food. *EFSA Journal*, 2015, 13, 6, 4104.
- Food and Drug Administration (FDA). Survey Data on Acrylamide in Food, 2024. Available online: <https://www.fda.gov/food/process-contaminants-food/survey-data-acrylamide-food>.

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



Manzano inaugurará un nuevo centro de reparaciones en Villafranca de Córdoba

Tras la puesta en marcha de su fábrica de depósitos en 2024, Calderería Manzano inaugurará en la primavera de 2025 un nuevo centro de reparaciones de rotores en Villafranca de Córdoba, reforzando la apuesta por una línea de negocio que ha experimentado un gran crecimiento en los últimos años.



Recreación virtual del nuevo centro de reparaciones de Manzano en Villafranca de Córdoba.

Si en junio de 2024 Manzano inauguraba su flamante fábrica de depósitos, construida a medida en su totalidad, en la primavera de 2025 la compañía de Bujalance contará con una nueva localización en la misma área industrial para las reparaciones de rotores, una línea de negocio que ha crecido significativamente en los últimos años doblando cada campaña la carga de trabajo de la anterior.

Hasta la fecha, el servicio postventa de Manzano-Flottweg procedía a la reparación de las piezas (sinfín, bowl o tambor, motorreductor...) en su centro de Bujalance, sede social de la compañía. Y es que la correcta reconstrucción del sinfín y las sustituciones de recambios y equilibrado de la maquinaria permiten alargar la fiabilidad y vida útil de los equipos.

Con la inversión en el nuevo centro de reparaciones, la compañía da un nuevo salto de calidad que se refleja en el aumento de su capacidad y la mejora de la productividad. El centro de trabajo, situado apenas a 300 metros de la fábrica de depósitos, ocupará una edificación -propiedad de Manzano- completamente renovada: 2.000 m² entre instalaciones de producción y zonas de personal, ampliables a otros 2.000 para

futuras ampliaciones. El proyecto, que se desarrollará en varias fases, incluirá mayor espacio destinado a producción y almacenaje, así como para formación interna y dirigida a clientes. Hablamos del centro de referencia de todo el área de postventa de Manzano-Flottweg, gestionada bajo la marca MANZANO GO, el soporte 360° de la firma cordobesa.

Al nuevo centro se trasladará todo el stock de piezas de reparaciones originales de Flottweg, como agente en exclusiva de la marca. Además, Manzano cuenta con la posibilidad de acceder al diseño original de cada máquina de Flottweg disponible en el mercado, prestando el asesoramiento que sea necesario, para devolver el equipo a su estado original, esto es, cuando salió de fábrica por primera vez. No obstante, si bien las reparaciones de maquinaria Flottweg de aceite de oliva son las más frecuentes, la fábrica y su equipo están preparados para trabajar con piezas de otras centrífugas del mercado que estén operando en cualquier aplicación industrial.

El centro de reparaciones -completamente digitalizado- incluye un optimizado proceso productivo capaz de reducir los tiempos entre etapas. Contará con todo el equipamiento necesario para reparar con la mayor precisión cada pieza que se reciba, incluyendo el rectificado y equi-



Actual centro de reparaciones de Manzano en Bujalance (Córdoba).

brado que garantiza el acabado perfecto y seguridad de la máquina en operación. Cada puesto de trabajo tendrá acceso en pantalla a la información técnica de la pieza que se está reparando, con recogida de la información paso a paso, registrándose cualquier movimiento de stock en un sistema integrado de gestión.

Minimizar el impacto ambiental

La nueva planta de Manzano ha sido diseñada para ofrecer las mejores



MANZANO GO, el soporte 360° de Manzano-Flottweg

Desde mediados de 2024, Manzano-Flottweg vertebrará toda su postventa en torno a una marca, MANZANO GO, organizando y centralizando toda la asistencia para ofrecer un mejor servicio a sus clientes y ganar en rapidez y eficacia, desde la puesta en marcha hasta cualquier asistencia de montaje o los mantenimientos anuales que requiere la maquinaria, pasando por los recambios y la automatización.

Los 20 profesionales con los que Manzano-Flottweg atiende a sus clientes una vez entregados e instalados sus proyectos cuentan así con un punto único de contacto, facilitando la operativa durante la campaña. MANZANO GO es el punto que asegura el acompañamiento en la puesta en marcha, la resolución de incidencias, el envío de recambios, la optimización de procesos... todo aquello que los clientes con maquinaria Manzano y Flottweg puedan necesitar es resuelto de forma ágil y eficaz por un equipo especializado que se desplaza y está disponible todos los días de la semana, con técnicos de guardia tanto en Bujalance como en Portugal.



Además, y durante el resto del año, MANZANO GO ofrece sus contratos de mantenimiento y packs de recambios, que incluyen siempre un asesoramiento personalizado a cada cliente con el objetivo de establecer una colaboración a largo plazo. El nuevo centro de reparaciones se convertirá en la sede principal de esta línea de negocio que busca cuidar y mantener en perfecto estado la maquinaria de toda su cartera de clientes.

Dado que el desarrollo y optimización del servicio postventa y asistencia técnica de la marca se encuentra en constante proceso de revisión, la empresa incorporará más personal en este área para la campaña 2025 en aras de garantizar el mejor servicio posible a sus clientes, al tiempo que su equipo encuentra un relevo adecuado y necesario para afrontar unas campañas cada vez más exigentes. Una política que, junto a las inversiones en infraestructura y la apuesta por la formación -interna y a clientes- constituye la base de la compañía para apuntalar el crecimiento en ventas.



Reparación de sinfines en el centro que Manzano posee en su sede en Bujalance (Córdoba).

condiciones de trabajo y minimizar el impacto ambiental. Así, se ha garantizado la calidad del aire tanto para prevenir cualquier riesgo laboral de sus operarios y mejorar sus condiciones de trabajo como para asegurar que piezas de precisión tales como rodamientos o motorreductores no se vean afectadas por partículas en suspensión. Todo el consumo eléctrico, así como el relativo a la climatización, se autogenera con placas fotovoltaicas dentro de los objetivos de mínimo consumo de la empresa, que confía en alcanzar en 2026.

[Con la inversión en el nuevo centro de reparaciones, la compañía de Bujalance da un nuevo salto de calidad que se refleja en el aumento de su capacidad y la mejora de la productividad]

Dicha estrategia es la que ha impulsado la construcción y renovación de las fábricas de Manzano: si en 2024 se inauguró la fábrica de depósitos y en 2025 se pondrá en funcionamiento el centro de reparaciones, a continuación la firma se lanzará a la reindustrialización de su sede histórica en Bujalance. Un ambicioso proyecto con el que la centenaria fábrica de bombas de pistón, molinos, termobatidoras y otros



elementos seguirá aunando tradición y experiencia con la más vanguardista tecnología del sector. 💧

Calderería Manzano, S.A.
comercial@caldereriamanzano.net
www.caldereriamanzano.net



Poda, mecanización y nuevas variedades: las claves para un olivar más rentable

El olivar, símbolo milenario y pilar de la tradición española, se enfrenta a un momento decisivo. Durante siglos, el cultivo del olivo ha estado vinculado a la esencia misma de la tierra ibérica, generando un preciado producto que ha conquistado tanto mesas locales como mercados internacionales. Sin embargo, en la actualidad el sector se encuentra en una encrucijada: la necesidad de optimizar la producción, reducir costes operativos y adaptarse al cambio climático conlleva un imperativo de cambio. Es en este escenario de retos y transformaciones donde el olivar de alta densidad emerge como una alternativa innovadora y prometedora que podría redefinir el panorama agrícola de la próxima década.



Plantación de olivar en alta densidad.

Por Juan Carlos Cañasveras

Director de Desarrollo de Negocio e I+D+i en BALAM Agriculture

España, cuyo liderazgo en la producción de aceite de oliva es indiscutible, se ha posicionado como la nación que marca la pauta en la industria global. La vasta extensión de 2.730.533 hectáreas dedicadas al cultivo del olivo refleja la importancia de este sector para la economía y la identidad del país. En este contexto, Andalucía ocupa un lugar privilegiado, abarcando el 60% de la superficie total y contribuyendo de manera significativa a la producción de la Unión Europea y del mundo. Sin embargo, mantener este liderazgo en un escenario de crecientes costes de producción y fluctuaciones en los precios del mercado es una tarea cada vez más ardua. Así, los modelos de plantación más eficientes, como el olivar de alta densidad, han captado la atención de agricultores, expertos y entidades del sector como una solución viable para mejorar la rentabilidad y garantizar la sostenibilidad de las explotaciones.

El olivar de alta densidad se distingue por una mayor concentración de árboles por hectárea en comparación con los sistemas tradicionales, lo que optimiza el uso del espacio y eleva el rendimiento por unidad de superficie. Esta intensificación de los recursos permite un aprovechamiento superior de la maquinaria y una mejora en la gestión del cultivo. Los estudios lle-



Cubierta vegetal en olivar de alta densidad (finca demostrativa 'El Valenciano').

vados a cabo por prestigiosas instituciones como la Universidad de Córdoba y el IFAPA, así como los análisis realizados por BALAM Agriculture, corroboran que este sistema no sólo es rentable a corto plazo, sino que a largo plazo supone una ventaja competitiva significativa. La mecanización eficiente, una de las ventajas más destacadas de este tipo de plantación, posibilita la reducción de los costes asociados a la mano de obra, un aspecto que ha cobrado especial relevancia en un sector donde los márgenes de beneficio son cada vez más estrechos.

Una respuesta adecuada a las exigencias ambientales

Más allá de la rentabilidad económica, el olivar de alta densidad ofrece una respuesta adecuada a las exigencias

ambientales de nuestro tiempo. En un mundo en el que la sostenibilidad ha pasado de ser una opción a convertirse en una necesidad urgente, este sistema actúa como un verdadero aliado en la lucha contra el cambio climático. Los olivares de alta densidad tienen la capacidad de funcionar como sumideros de CO₂, contribuyendo a la reducción de gases de efecto invernadero y ayudando a mitigar el impacto ambiental del cultivo. Además, su estructura permite una gestión más eficiente del agua y los nutrientes, elementos esenciales en un escenario de recursos naturales cada vez más limitados. Este enfoque hacia un manejo más sostenible y ecológico del olivar refuerza su papel no sólo como fuente de alimento, sino como un activo ambiental de gran valor.



Fruto de sultana en envero.



Recolección con cabalgadora en la finca 'El Valenciano'.

[El olivar de alta densidad se consolida como una solución integral para los desafíos del presente y del futuro]



Poda lateral mecanizada.



Operación de *topping* (poda mecanizada) en la finca 'El Valenciano'.

El éxito del olivar de alta densidad no se puede disociar de la elección de las variedades adecuadas, que deben cumplir con criterios que permitan maximizar su potencial productivo y reducir los costes asociados al manejo. La selección varietal se convierte así en un eje estratégico para el desarrollo de este modelo de cultivo. Variedades como sikitita dos, sikitita, sultana y otras se han consolidado como opciones óptimas por su adaptabilidad a la poda mecanizada y su capacidad de producir más aceite por kilogramo de aceituna. La mecanización de la poda lateral, que se realiza con sierras de disco, ha demostrado ser una práctica eficaz para minimizar los costes y facilitar la gestión del olivar. Este proceso reduce la dependencia de la mano de obra especializada y permite mantener un ritmo de trabajo constante y predecible.

Otro aspecto fundamental es el rendimiento graso y la capacidad de alta extractabilidad en almazaras, que facilitan una extracción eficiente y menos intensiva. Este factor, unido a la resistencia a enfermedades y la posibilidad de realizar una recolección temprana, contribuye a la obtención de aceites de mayor calidad y valor en el mercado. Además, la diversificación organoléptica que ofrecen ciertas variedades abre un abanico de posibilidades comerciales y satisface la creciente demanda de consumidores que buscan productos diferenciados. En un entorno global de competencia creciente, estas características se perfilan como elementos clave para conquistar y fidelizar nuevos mercados.

Mucho más que una tendencia

La capacidad de adaptación a un clima cambiante se presenta como uno de los retos más relevantes del olivar de alta densidad. Las variedades seleccionadas deben no sólo resistir la sequía y las altas temperaturas, sino también mantener su productividad en condiciones que, en muchas ocasiones, resultan adversas. La implementación de prácticas agrícolas innovadoras y la adopción de tecnologías avanzadas han sido esenciales para que empresas como BALAM Agriculture puedan guiar la transición hacia modelos más resilientes y sostenibles. BALAM Agriculture ha demostrado un compromiso constante con la investigación y el desarrollo de soluciones que optimicen el cultivo y promuevan un futuro más próspero y sostenible para el sector olivarero. Sus alianzas con instituciones académicas de renombre y su enfoque en la mejora genética de las variedades son un testimonio de su determinación por liderar el cambio.

En conclusión, el olivar de alta densidad se consolida como una solución integral para los desafíos del presente y del futuro. No sólo representa un camino hacia la rentabilidad y la sostenibilidad, sino que redefine lo que significa culti-

var de manera eficiente en un mundo donde los recursos son cada vez más escasos y las condiciones climáticas más impredecibles. La inversión en I+D, la selección estratégica de variedades y el uso de tecnologías punteras son aspectos que marcarán la diferencia entre quienes logren mantenerse competitivos y aquellos que se verán rezagados en la evolución del sector. El olivar de alta densidad no es simplemente una tendencia; es una visión del futuro agrícola en la que el equilibrio entre producción, sostenibilidad y rentabilidad es no sólo posible, sino esencial. 💧

BALAM Agriculture
hola@balam.es
www.balam.es



Grupo Torrent consolida su liderazgo apostando por la innovación y la sostenibilidad



Modelo de cierre V92 de Grupo Torrent.

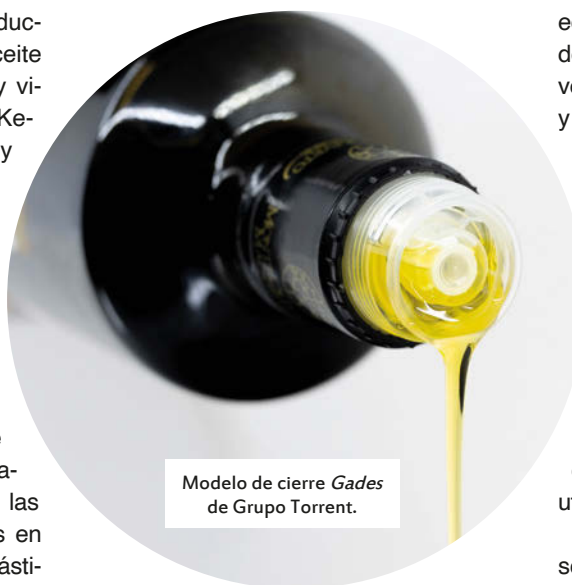


Modelo de cierre *Origen* de Grupo Torrent.

Más de 100 años de trayectoria empresarial avalan el liderazgo de Grupo Torrent en el sector de las soluciones de cierres irrellenables para AOVE. Un éxito basado en dos pilares fundamentales, la innovación y la sostenibilidad. Así, la empresa incorpora de forma continua nuevos procesos, herramientas y materiales, al tiempo que trabaja en hacer cierres cada vez más sostenibles sin mermar su funcionalidad, seguridad y originalidad.

Con seis plantas de producción de tapones para aceite de oliva virgen, licores y vinos en España, India y Kenia, Grupo Torrent es hoy el primer fabricante mundial de cierres irrellenables para AOVE. Además, dispone de filiales en México, Colombia y Reino Unido, a lo que hay que sumar su presencia en 25 países a través de sus distribuidoras en cuatro continentes.

El grupo gaditano, especializado en la fabricación de soluciones de cierres en aluminio, corcho microgranulado y polímeros, ha sido una de las primeras empresas de nuestro país en obtener el Sello de Industria de Plásticos Española y Sostenible que otorga la Asociación Española de Industriales de Plásticos (ANAIP). Y es que el objetivo de Grupo Torrent es ser ecorresponsa-



Modelo de cierre *Gades* de Grupo Torrent.

ble a la hora de diseñar y producir sus productos. “La sostenibilidad, el compromiso con nuestro entorno y con la

economía circular, así como el cuidado del medio ambiente, son valores que venimos desarrollando desde hace años y en los que invertimos mucho tiempo y recursos”, señala David Torrent, presidente ejecutivo de la compañía.

Torrent añade que “entendemos la sostenibilidad como la manera de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos del futuro. Creemos que eso al cliente le ofrece confianza”. De ahí que en cualquier tipo de concepción y desarrollo de productos siempre se consideren todos los recursos que se van a utilizar, reduciéndolos en gran medida.

Entre los procesos que favorecen la sostenibilidad, Grupo Torrent aplica en sus diseños y producciones la herramienta *CO₂ Tool*. Su implantación está orientada al cálculo de la huella de carbono de cada uno de sus productos, en



Modelo *Captor* de Grupo Torrent.



función de los materiales, soluciones o técnicas empleadas.

Seguridad, diseño, estética y funcionalidad

La compañía combina seguridad, diseño, estética y funcionalidad en el desarrollo y la producción de cierres irrellenables, con soluciones que garantizan el origen del aceite desde el embotellado hasta el consumo. Su extenso catálogo de cierres personalizados “ad hoc” en tapones para AOVE y vinagres caminan hacia la excelencia con la vista puesta en la exclusividad, mientras que su amplia variedad de sistemas dosificadores satisfacen cualquier demanda de nivel de vertido.

Grupo Torrent lleva a cabo una inversión constante en I+D+i en aras de mejorar y perfeccionar sus soluciones, con el foco puesto en lograr la total confianza de los clientes y consumidores. La facilidad de apertura y cierre, la mejora de la estanqueidad, su precio competitivo y las múltiples posibilidades decorativas son algunas de las ventajas que aportan sus soluciones de cierres irrellenables para AOVE, entre las que destaca el modelo V92.

Los tapones irrellenables favorecen el mayor aprovechamiento del producto por parte de los usuarios, sobre todo en el caso de los aceites, otorgándole más



Modelo *Duo* de Grupo Torrent.

valor; al tiempo que se evita el rellenado y manipulación del contenido de la botella. Asimismo, las soluciones de cierres irrellenables que incorporan cortagotas mejoran la experiencia de uso del consumidor al evitar que las botellas se manchen tras su utilización.

El tapón pilfer es la opción mayoritariamente elegida por los envasadores de AOVE, vinagres, salsas y otros aceites de alta calidad. Este sistema de envasado, en el que intervienen la botella, el tapón vertedor y su correcta aplicación mediante cabezal roscador, supera las condiciones logísticas más extremas, garantizando el perfecto estado del producto hasta el momento de su consumo. Por su parte, el tapón

[El objetivo de Grupo Torrent es ser **ecorresponsable** a la hora de **diseñar** y **producir** sus **productos**, así como **lograr** la **total confianza** de los **clientes** y **consumidores**]

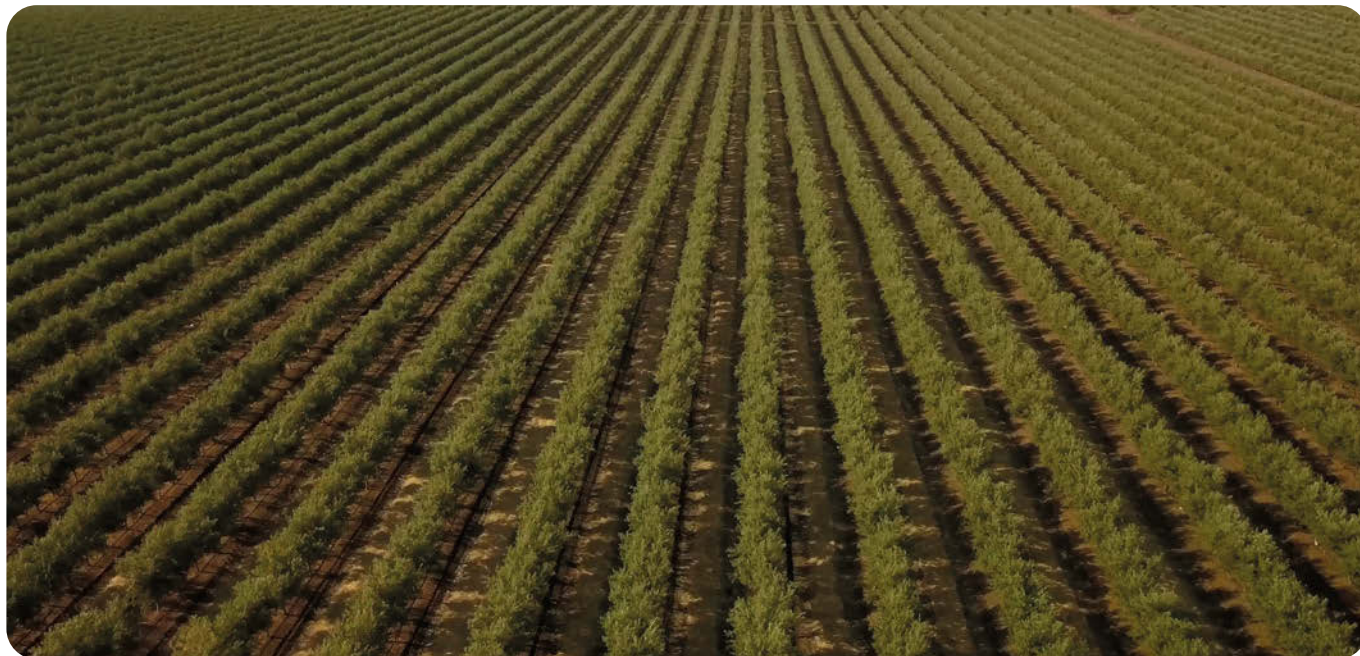
DOP corresponde a la norma de vidrio con cierre a presión más extendida en el sector de los licores y bebidas espirituosas, especialmente sensible a la falsificación, el fraude y el sabotaje.

En sus soluciones de cierres irrellenables, Grupo Torrent prioriza la dosificación controlada porque evita el derrame excesivo de aceite y proporciona una experiencia de uso más amable para el consumidor. También el sistema antigoteo -que mantiene limpias las superficies de las botellas y evita el desperdicio- y el cierre hermético y sellado seguro, que favorece la preservación del sabor, los aromas y las propiedades antioxidantes del aceite; apostando siempre por el empleo de materiales de alta calidad y aptos para el reciclaje. 💧

Grupo Torrent
comercial@torrentclosures.com
www.torrentclosures.com



AGROSAN, transformando la olivicultura: la gran revolución del olivar de secano



El buen momento que vive el cultivo del olivar, con las tres últimas campañas registrando precios muy por encima de la media -y alcanzando su máximo histórico durante el último año-, ha provocado que aumente considerablemente la demanda de plantaciones de olivar para la campaña 2024/25, correspondiendo el incremento más significativo a las del sistema superintensivo o en seto.

Las primeras plantaciones de olivar en seto en secano se realizaron hace más de una década para minimizar el problema de la disponibilidad de mano de obra y, con ello, reducir los costes de recolección. Así, se adaptaron los marcos de plantación considerando distancias entre las filas de olivos superiores a las empleadas normalmente en regadío, desde 5 a 6 metros, buscando con ello aumentar el volumen radicular que los olivos podrían explorar en el suelo. Este hecho debía conllevar en principio una mayor disponibilidad hídrica y una mayor capacidad productiva de cada uno de los árboles plantados.

Del mismo modo, los manejos de poda con reducidos volúmenes de copa y las nuevas variedades que se están implantando han revolucionado el olivar de secano. En general, las



fincas más adecuadas son tierras con fondo y alto porcentaje de retención de agua o albarizas frescas que puedan aguantar bien las elevadas temperatu-

ras estivales para que la aceituna pueda llegar en estado óptimo al momento de la recolección. La variabilidad de clima y tierras de la Península Ibérica explica que este sistema haya podido implantarse con éxito en muchas regiones, obteniéndose resultados más que satisfactorios a lo largo del tiempo.

AGROSAN es un referente en la transformación integral de fincas agrícolas al ofrecer una solución integral 360° que engloba todo el proceso. Para ello, la empresa cuenta con su propio vivero para el suministro de la planta, además de disponer de todos los medios humanos y materiales para la ejecución de los proyectos. Con varios centros de trabajo en la provincia de Córdoba y un equipo de técnicos especializados, la empresa ofrece soluciones que van desde la planificación inicial hasta el mantenimiento de las plantaciones.



Claves para la implantación del olivar en seto

Pero, ¿cuáles son las claves para la implantación de este nuevo modelo? Podemos hablar de tres aspectos fundamentales. El primero se refiere a la rentabilidad económica: debido a la baja rentabilidad de los cultivos extensivos, la plantación en seto se ha posicionado como una alternativa real al agricultor que ofrece una mayor rentabilidad.

El segundo aspecto está relacionado con la reducción de costes, que se antoja esencial para maximizar dicha rentabilidad económica. A ello contribuye decisivamente la cosecha mecanizada, ya que el empleo de cosechadoras autopropulsadas permite recoger aceitunas de manera rápida y

en el momento adecuado, reduciendo significativamente los costes respecto a una recolección manual. Asimismo, la posibilidad de mecanizar la poda y otras labores de mantenimiento permite reducir el tiempo y los costes operativos a largo plazo.

Finalmente, otra de las principales ventajas es su rápida entrada en producción y retorno de la inversión. Algunos de los factores que contribuyen a esta precocidad productiva son la densidad de plantación -marcos de plantación con entre 800 y 1.400 plantas en calles desde 4 a 6 metros, según condiciones de suelo- y el material vegetal: aquellas variedades mejor adaptadas a condiciones en seto como las tradicionales arbosana y arbequina o las

[La empresa cuenta con su propio vivero para el suministro de la planta, además de disponer de todos los medios humanos y materiales para la ejecución de los proyectos]

nuevas variedades de mejora genética desarrolladas en los últimos años tales como coriana, lecciana, sikitita, I-15...

Gestión integral de plantaciones, innovación agronómica y vivero propio

En AGROSAN realizan una gestión integral de las plantaciones, abarcando el análisis previo que incluye el estudio económico y de viabilidad del proyecto de manera personalizada, así como el análisis de suelos, el diseño de plantación, el suministro de plantas certificadas e insumos, el mantenimiento y la cosecha automatizada. Otra de sus ventajas competitivas es su innovación agronómica, al contar con maquinaria de precisión dotada de la última tecnología disponible para ejecuciones y seguimiento de proyectos.

Con una capacidad de producción en sus instalaciones de más de 2 millones de plantas, la empresa trabaja con todos los centros de obtención produciendo en su vivero las principales variedades (arbequina, arbosana, lecciana, coriana, sikitita, etc.) y el 100% del material vegetal certificado que utiliza en sus proyectos. Distribuidor oficial de Agromillora Group, el vivero de AGROSAN ubicado en Huertas de la Vega (Villafranca, Córdoba) pertenece a los viveros SES (Soluciones Eficientes y Sostenibles), el sello que identifica una propuesta de valor de Agromillora basada en la sostenibilidad y eficiencia de la olivicultura superintensiva o en seto. 💧

AGROSAN

administracion@agrosan.com

www.agrosan.com



Terra-Sorb radicular SymBiotic® de Bioiberica, la última innovación en optimización de la fertilización

La optimización de la fertilización en la olivicultura moderna se enfrenta a constantes desafíos, especialmente en suelos con condiciones limitantes para la correcta asimilación de nutrientes o con necesidades de máximo aprovechamiento de la fertilización. Para superar estas limitaciones, Bioiberica ha desarrollado Terra-Sorb radicular SymBiotic®, un bioestimulante simbiótico de última generación diseñado para mejorar la fertilidad del suelo y maximizar la absorción de nutrientes mediante la aplicación por riego.



Terra-Sorb radicular SymBiotic® destaca por integrar los beneficios de la bioestimulación prebiótica y probiótica en un solo producto. Los prebióticos en su formulación estimulan la actividad de los microorganismos nativos del suelo, potenciando la salud y la fertilidad del mismo. Simultáneamente, sus probióticos, compuestos por microorganismos viables, facilitan la colonización de la rizosfera, incrementando la biodiversidad microbiana y la funcionalidad del suelo para el desarrollo de cultivos más resilientes y productivos.

El bioestimulante contiene L- α -aminoácidos de alto valor biológico, esenciales para el vigor de las plantas, y la cepa exclusiva *Bacillus velezensis* PH-023, desarrollada mediante la innovadora tecnología Priming Tech® de Bioiberica. Esta tecnología -pendiente de patente- acondiciona microorganismos de alta funcionalidad para maximizar su rendimiento en condiciones de campo. Gracias a Priming Tech®, los microorganismos se aplican directamente con el caldo de fermentación en el que han crecido, lo que potencia su capacidad de adaptación y colonización de la rizosfera de los suelos agrícolas.

Desarrollada para enfrentar las condiciones más exigentes, la cepa *Bacillus*



velezensis PH-023 ha sido especialmente seleccionada por su capacidad de prosperar en suelos alcalinos, salinos y pobres en nutrientes, características frecuentes en regiones específicas de la Península Ibérica y en muchas zonas oliveras. Esta cepa mejora la asimilación de macro y micronutrientes al tiempo que contribuye al ciclo del nitrógeno mediante su fijación, solubiliza fósforo, produce sideróforos (asimilación de hierro) y favorece la producción de fitohormonas clave, como las auxi-

nas. Estas propiedades contribuyen a un desarrollo radicular más robusto, lo que se traduce en cultivos más eficientes y productivos.

Terra-Sorb radicular SymBiotic® en el olivar

El siguiente ensayo se llevó a cabo en una finca de olivos de la variedad arbequina de 12 años de antigüedad, cultivada en sistema superintensivo con riego por goteo. En las dos campañas anteriores, la fertilización estándar consistió

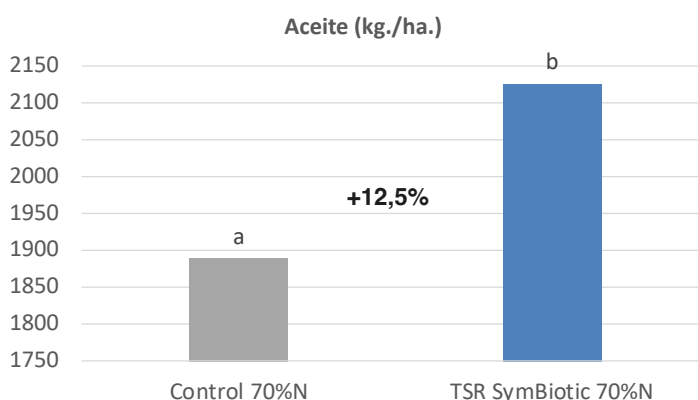
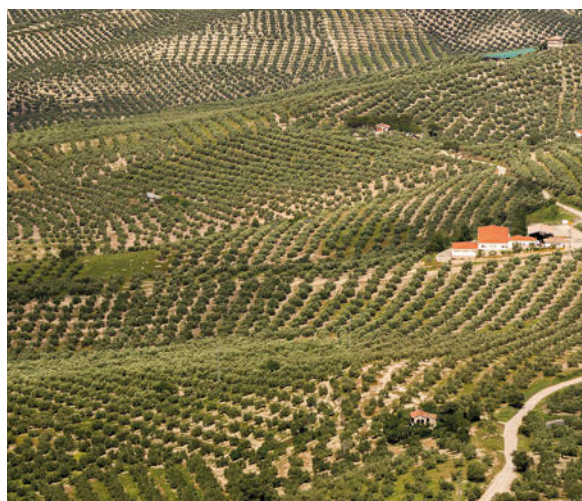


Gráfico 1. Producción en aceite (kg./ha.) en el testigo no tratado (Control) y con la aportación de Terra-Sorb radicular SymBiotic®, con las mismas condiciones de reducción de fertilización (70%). Test LSD, $\alpha=0,05$.

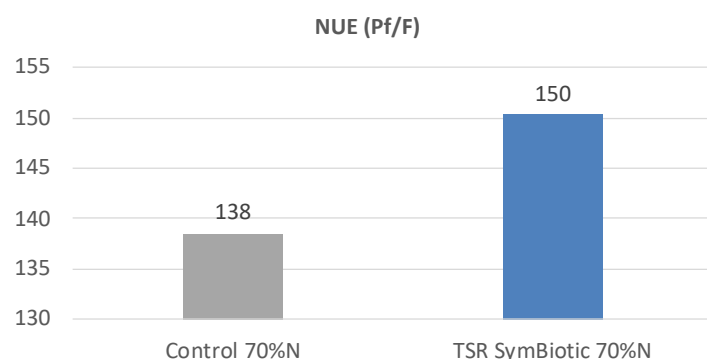


Gráfico 2. Índice NUE (Pf/F) indicativo de la Eficiencia en el Uso del Nitrógeno, en el tratamiento sin (Control) y con la aportación de Terra-Sorb radicular SymBiotic®.



en 110 unidades de nitrógeno (UF), 50 UF de fósforo y 180 UF de potasio. Para este ensayo, se redujo la dosis de fertilizantes al 70% de dichos valores, comparando un tratamiento con Terra-Sorb radicular SymBiotic® frente a un testigo sin aplicación del producto. La dosis aplicada de Terra-Sorb radicular SymBiotic® fue de 10 litros por hectárea, con seis aplicaciones desde la brotación hasta el inicio de la maduración. Los resultados evidencian un notable aumento en la producción de aceite en el tratamiento con Terra-Sorb radicular SymBiotic®, superando de forma significativa al testigo no tratado y alcanzando niveles similares a los de las campañas previas. En el *Gráfico 1* se observa un incremento estadísticamente significativo en la producción de aceite en el cultivo tratado, confirmando la efectividad del producto.

[Terra-Sorb radicular SymBiotic® es una combinación única de bioestimulación prebiótica y probiótica que representa un paso hacia una agricultura sostenible y rentable]

Asimismo, el índice de eficiencia del uso del nitrógeno (NUE) (*Gráfico 2*) demuestra una clara ventaja al utilizar Terra-Sorb radicular SymBiotic®. Este indicador evidencia que, al aplicar la misma cantidad de nitrógeno en ambos tratamientos, el empleo

del bioestimulante simbiótico favorece una asimilación y utilización más efectiva de las unidades fertilizantes, lo que a su vez optimiza el rendimiento del cultivo.

La avanzada tecnología detrás de Terra-Sorb radicular SymBiotic® no sólo marca un hito en la biofertilización, sino que también representa un paso hacia una agricultura sostenible y rentable. Con esta solución, Bioiberica redefine la optimización de la fertilización, ofreciendo una herramienta adaptada a los retos actuales de la olivicultura y diseñada para mejorar la productividad de los suelos agrícolas, incluso en condiciones adversas o limitantes. 💧

Bioiberica S.A.U.
info@bioiberica.com
www.planthealth.es



The Climate Box, innovación en mitigación de riesgos climáticos para el sector agrícola

En un mundo donde el cambio climático presenta desafíos crecientes para el sector agrícola, The Climate Box se ha consolidado como un referente en la mitigación de riesgos climáticos. Dedicada a enfrentar condiciones extremas como heladas, insuficiencia de horas frío, exceso de calor y otros escenarios derivados del cambio climático, la compañía ofrece soluciones avanzadas y personalizadas que permiten maximizar el rendimiento de cada finca.



En The Climate Box, líder mundial en gestión de riesgos climáticos para la fruticultura y la olivicultura, entienden que cada cultivo es único y, dado que las condiciones climáticas pueden variar considerablemente -no sólo entre regiones, sino incluso dentro de una misma finca-, han desarrollado un enfoque integral para la mitigación de riesgos climáticos, adaptado a las particularidades de cada terreno y diseñado para proporcionar información estratégica de alto valor.

A diferencia de otros servicios, The Climate Box está especializada en ofrecer información detallada y recomendaciones clave que permiten tanto a productores como a fondos de inversión actuar de manera anticipada y minimizar pérdidas ante eventos climáticos extremos. Sus diagnósticos microclimáticos proporcionan datos específicos para optimizar decisiones en cada etapa, desde la evaluación de la viabilidad de inversiones y la asesoría

sobre la idoneidad de un terreno para ciertos cultivos hasta recomendaciones sobre medidas activas y pasivas para proteger los cultivos.

Caracterización microclimática, la base de The Climate Box

Uno de los servicios más innovadores de The Climate Box es la caracterización microclimática de cada finca. Durante noches estratificadas, donde predomina la pérdida radiante, la topografía guía los flujos de aire frío generados en la finca, creando diferentes microclimas dentro de un mismo terreno. The Climate Box utiliza tecnología avanzada de análisis que permite conocer estos microclimas tras un breve estudio de entre seis y ocho semanas. Con esta información, los productores obtienen un diagnóstico profundo y detallado de su terreno, comprendiendo la influencia de cada variable climática en la producción dentro de cada una de estas zonas microclimáticas.

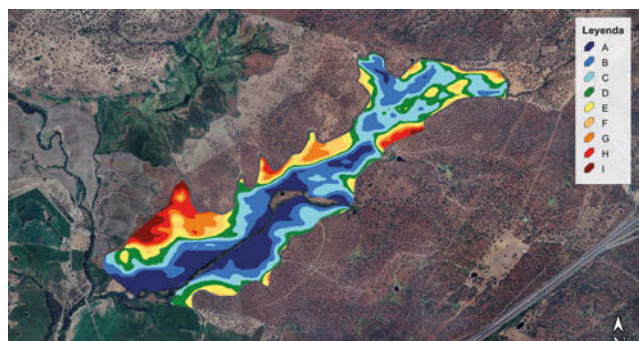


Esta caracterización no sólo permite diferenciar las áreas con mayor vulnerabilidad a heladas, sino también identificar sectores donde la falta de horas frío puede retrasar o afectar la floración de árboles frutales, entre otros aspectos. Este nivel de precisión es especialmente valioso para fincas que abarcan grandes extensiones o presentan variaciones en altitud y exposición.

A través de estos diagnósticos detallados, los productores pueden ajustar sus actividades en función del comportamiento climático previsto y tomar decisiones fundamentadas sobre la adquisición de nuevos terrenos, la selección de cultivos y variedades, el diseño de métodos de protección pasivos y activos para cada zona o la optimización de sistemas de protección existentes. Esta capacidad de decisión informada no sólo incrementa la eficiencia operativa, sino que también potencia la productividad general de sus cultivos.

Ejemplo de aplicación: evaluación del riesgo de heladas en una finca de olivos

El estudio de riesgo de heladas se realizó en una finca de 70 hectáreas desti-



Mapa microclimático de acumulación de horas frío en una finca de Extremadura.

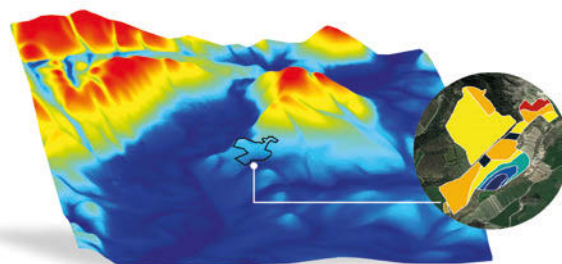


Figura 1. Vista de los patrones regionales de temperatura (rojo-cálido, azul-frío) determinados por los flujos de aire frío, según surgen del modelo fluidodinámico computacional (vista hacia el norte).

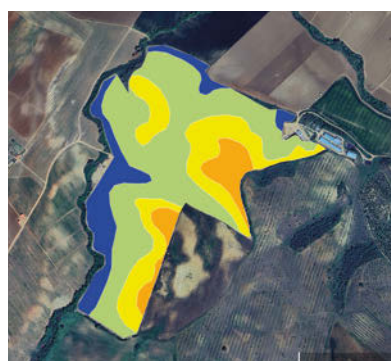


Figura 2. Zonas microclimáticas en la finca (vista general).

B	Mar.1	Mar.2	Apr.1	Apr.2
0	16 (82)	10 (31)	8 (14)	1 (1)
-0,5	15 (68)	9 (25)	4 (5)	
-1	14 (53)	6 (18)	4 (4)	
-1,5	11 (44)	6 (12)	3 (3)	
-2	11 (39)	5 (9)	2 (2)	
-2,5	9 (33)	4 (6)	1 (1)	
-3	9 (24)	2 (4)		
-3,5	9 (20)	2 (2)		
-4	5 (15)	2 (2)		
-4,5	3 (11)			
-5	3 (10)			
-5,5	3 (9)			
-6	2 (8)			
-6,5	2 (5)			
-7	2 (3)			
-7,5	2 (3)			
-8				
-8,5				
-9				

Tabla 1. Zona microclimática B. Número de años, sobre un total de 20, en que se registraron noches más frías que el umbral indicado en la quincena correspondiente (entre paréntesis se indica el número de dichas noches).

nada a plantar olivos. Se instalaron diez sensores de temperatura a un metro sobre el suelo, estratégicamente ubicados para captar las variaciones microclimáticas en el terreno, recogiendo datos durante un mes.

Los resultados del modelo numérico aplicado a la región se presentan en la Figura 1, que ilustra los patrones regionales de temperatura, destacando las zonas de mayor acumulación de frío y calor en el área de estudio.

La finca se dividió en cuatro zonas microclimáticas (A, B, C y D) separadas por intervalos de 0,5° C, con A como la zona más fría y D la más cálida. Se generó un archivo .kmz del mapa microclimático que permite navegar a través de estas zonas en Google Earth, mientras que la Figura 2 ofrece una representación visual de los microclimas de la finca. Las variaciones entre estas zonas ayudan a identificar áreas de alto riesgo de heladas y otras con condiciones de crecimiento más favorables.

Para calcular el riesgo absoluto de heladas, se estableció una relación esta-

[Uno de los servicios más innovadores de The Climate Box es la caracterización microclimática de cada finca o terreno]

dística entre los datos de los sensores y varias estaciones meteorológicas cercanas con registros históricos significativos, lo que facilitó trasladar la información de éstas al microclima específico de la finca.

Asimismo, para evaluar el riesgo de heladas en cada zona se emplearon tablas para cada microclima con umbrales de temperatura de 0,5° C y por quincena, reflejando los eventos de heladas en los últimos 20 años. Estas tablas indican

los años -sobre un total de 20- en que se registraron noches más frías que el umbral indicado en la quincena correspondiente, indicándose entre paréntesis el número total de noches (ver Tabla 1 correspondiente al microclima B).

Finalmente, se recomendó la implementación de medidas activas de control para aumentar las temperaturas y mitigar el riesgo de heladas, en concreto dos sistemas de protección: el riego por aspersión y el sistema SIS. Se presentaron además las especificaciones de operación de cada una de ellas. Tal y como explican desde The Climate Box, “creemos que un conocimiento profundo del clima permite decisiones más seguras y rentables, y por eso dedicamos todos nuestros recursos a acompañar cada proyecto”.

The Climate Box
info@satgarden.com
www.theclimatebox.com



GGM, pioneros en innovación y tecnología para el sector agrícola

Nacida en 1969, Guillermo García Muñoz, S.L. (GGM) es mucho más que una empresa de soluciones agrícolas. Con décadas de experiencia y un firme compromiso con la innovación, GGM se ha convertido en un socio estratégico y de confianza para profesionales y empresas que buscan tecnología avanzada y equipos de primer nivel para optimizar sus operaciones en el campo.



La filosofía de GGM se basa en la excelencia, desde la selección de los mejores equipos del mercado hasta la cercanía con el cliente. Su gama de herramientas y soluciones son reconocidas en el mercado por su rendimiento, durabilidad y fiabilidad en condiciones exigentes. La empresa jienense trabaja con distribuidores oficiales de renombre, asegurando así que cada máquina, herramienta o tecnología ofrecida por GGM esté respaldada por una garantía de calidad y seguridad. En un sector donde la calidad y la eficiencia se antojan esenciales, la empresa destaca por su encomiable dedicación en aras de proporcionar soluciones adaptadas a las demandas actuales y futuras de sus clientes.

El sector agrícola enfrenta desafíos únicos que requieren soluciones especializadas y en GGM son plenamente conscientes de ello. De ahí que la empresa invierta continuamente en las últimas innovaciones para ofrecer equipos que respondan a las necesidades de un mercado en constante transformación. Ya sea para tareas de precisión, operaciones en terrenos difíciles o aplicaciones que demandan gran potencia y versatilidad, GGM cuenta con una extensa gama de opciones que permiten a los



profesionales del campo afrontar cada proyecto con la seguridad de contar con tecnología moderna y eficiente.

Además de la calidad técnica de sus productos, GGM asegura que sus clientes accedan a soluciones adaptadas a las particularidades de cada región. Gracias a sus 16 sedes distribuidas estratégicamente por toda España, desde puntos clave como Antas (Almería), Antequera (Málaga), Chauchina (Granada) y Córdoba hasta localizaciones en Madrid, Málaga o Sevilla, GGM garantiza

una atención ágil y personalizada en cada rincón del país. Esta red de soporte cercano y directo es una de las características que diferencian a GGM, permitiendo ofrecer no sólo productos de calidad, sino también un servicio rápido y eficiente que se traduce en confianza para sus clientes.

Asesoramiento especializado y compromiso con los clientes

Uno de los aspectos que distingue a GGM es su enfoque centrado en el



[Su red de soporte cercano y directo es una de las características que diferencian a GGM, permitiendo ofrecer no sólo productos de calidad, sino también un servicio rápido y eficiente que se traduce en confianza para sus clientes]



cliente. Con un equipo de expertos en el sector agrícola altamente capacitado, la empresa no sólo suministra equipos, sino que también brinda un asesoramiento integral para ayudar a sus clientes a seleccionar las soluciones que mejor se adaptan a sus necesidades específicas. Este asesoramiento especializado, unido a un servicio técnico de

mantenimiento y soporte continuo, permite a los clientes maximizar la vida útil y el rendimiento de sus equipos, minimizando tiempos de inactividad y optimizando sus operaciones.

En GGM están convencidos de que el éxito de sus clientes es también el suyo, y por eso trabajan incansablemente para ofrecerles una ventaja competitiva a través de maquinaria y soluciones que marcan la diferencia en el rendimiento y la productividad. Su compromiso con la seguridad y el cumplimiento de normativas es también una prioridad, lo cual asegura que cada equipo que proporciona cumpla con las regulaciones vigentes, ofreciendo tranquilidad y fiabilidad en cada uso.

Sólida trayectoria

La trayectoria de GGM en el mercado agrícola es un reflejo de su adaptabilidad y visión de futuro. A lo largo de los años, la empresa ha sabido anticiparse a las tendencias y demandas del sector, incorporando tecnologías innovadoras y procesos de mejora continua. Este enfoque hacia la excelencia ha permitido a GGM posicionarse como una de las empresas más respetadas en el ámbito de las soluciones agrícolas, manteniendo una estrecha colaboración con sus distribuidores oficiales y socios de confianza.

Sus clientes cuentan con el respaldo de una empresa que entiende los desa-

fíos específicos del sector agrícola y se compromete a proporcionarles los recursos y herramientas necesarios para afrontarlos con éxito. En GGM trabajan día a día para llevar la mejor tecnología a cada rincón del país, haciendo posible que su cartera de clientes, independientemente del tamaño de su proyecto, pueda acceder a soluciones que aumenten su productividad y eficiencia.

GGM, el socio de confianza para afrontar con éxito el futuro del sector agrícola

La dedicación, experiencia y enfoque en la innovación han convertido a GGM en una referencia en el sector, y cada proyecto es una oportunidad de reafirmar su compromiso con el progreso y la satisfacción de sus clientes. La compañía sigue liderando el camino hacia el futuro de la tecnología agrícola, con la convicción de que su esfuerzo contribuye a construir un sector más eficiente, productivo y competitivo.

Y es que con GGM el cliente no sólo dispone de una máquina de trabajo, sino que cuenta con una solución integral adaptada a sus necesidades operativas y el respaldo de una empresa comprometida con su éxito. 💧

Guillermo García Muñoz, S.L. (GGM)
correo@ggm.es
www.ggm.es



Kimatec®, el mejor aliado para una cosecha récord



En un contexto marcado por precios al alza y la creciente demanda de aceite de oliva, el sector olivarero se enfrenta a importantes desafíos, desde condiciones climáticas adversas hasta baja producción. Kimatec®, líder en soluciones biológicas residuo cero, presenta un programa nutricional integral que maximiza el rendimiento del olivar, desde febrero hasta el momento de la cosecha, diseñado para garantizar una producción eficiente y sostenible.

Basado en productos innovadores, este programa aborda cuatro necesidades clave del olivar: cuajado, renovación y desarrollo de rama, mejora de la calidad del aceite y aumento del porcentaje graso de la aceituna.

El rendimiento del olivar depende en gran medida de un cuajado exitoso, una fase crítica que determina la cantidad de aceitunas que el árbol logrará producir. Con sólo un 3% de flores que normalmente llegan a cuajar, aumentar este porcentaje resulta crucial para incrementar el rendimiento. Aquí entra en juego la solución de Kimatec® *Moliboro*, un corrector de carencias en boro y molibdeno que mejora la formación del polen y favorece un cuajado más efectivo, pudiendo llevar

este porcentaje hasta un 4 ó 5%, una cifra significativa para maximizar el potencial del cultivo.

Renovación del olivo: el tándem *Bombardier* y *Betazyme Plus*

El olivar, especialmente tras campañas de baja producción y estrés hídrico, necesita recuperarse y aumentar sus reservas. Para ello, Kimatec® ofrece un tándem ganador: *Bombardier* y *Betazyme Plus*. El primero es un bioestimulante que ayuda al cultivo a tolerar el estrés ambiental y optimiza el metabolismo del olivo en

cualquier fase fenológica, incrementando tanto el rendimiento como la calidad de las aceitunas.

En combinación con *Betazyme Plus*, se potencian los efectos de renovación y recuperación, permitiendo una mayor resistencia a temperaturas extremas y asegurando una floración y crecimiento vigoroso, especialmente durante los meses de verano.

En tiempos donde los precios del aceite alcanzan cifras récord, la calidad del producto es una prioridad. El enfoque integral de Kimatec® garantiza una producción con mayor





[El enfoque integral de Kimatec® garantiza una producción con mayor rendimiento y mejor calidad a través de un manejo eficiente y una nutrición adecuada en cada fase del ciclo fenológico]



rendimiento y mejor calidad a través de un manejo eficiente y una nutrición adecuada en cada fase del ciclo fenológico.

Incremento del porcentaje graso con *Batallón*

En la recta final de la temporada, el objetivo no es únicamente aumentar el volumen de la cosecha, sino también incrementar su porcentaje graso. *Batallón*, con su fórmula especializada, potencia el contenido graso de las acei-

tunas, incrementando así el rendimiento por hectárea y obteniendo un aceite de oliva de mayor calidad. Esta estrategia asegura que cada fruto aporte la máxima cantidad posible de aceite, optimizando la rentabilidad del cultivo.

Kimatec® no sólo proporciona soluciones efectivas a corto plazo; su compromiso con la investigación y el desarrollo se materializa en MAAVi Innovation Center, un centro de investigación enfocado en soluciones natu-

rales. Con este enfoque innovador y una apuesta firme por la biotecnología, Kimatec® se posiciona como un aliado estratégico para los productores de olivar, ofreciendo soluciones que no sólo aseguran una cosecha rentable, sino que también preparan al cultivo para un futuro más sostenible. 💧

Agroindustrial Kimatec, S.L.
info.marketing@kimatec.com
www.kimatec.com



El olivo: la vuelta al mundo

Ediciones El Viso
r.ochoa@edicioneselviso.com
www.edicioneselviso.com

Año edición:
2024



Hace 15 años, Eduardo Mencos Valdés -agricultor, paisajista y fotógrafo- y Charles Quest-Ritson -historiador, escritor, periodista, editor y traductor- empezaron a fraguar la ambiciosa idea de dar la vuelta al mundo, igual que Julio Verne, pero con el olivo como protagonista. El resultado de su aventura por 26 países es este bello libro que narra la historia de la humanidad a través del árbol milenario -tan conocido por todos pero tan ignoto en sus manifestaciones- y sus frutos. Con más de 200 espectaculares fotografías acompañadas de cuidados textos, la obra abarca las múltiples representaciones del olivo y sus diferentes peculiaridades: desde su origen y posterior domesticación, pasando por sus distintos significados a lo largo de la historia o su importancia en la Biblia, hasta los más innovadores métodos de cultivo y clonación; sin olvidar su destacado papel en la Dieta Mediterránea y sus diferentes usos. En definitiva, un largo y emocionante viaje cuyo objetivo es ofrecer una visión del olivo impregnada de belleza, poesía e infinita curiosidad.

Mágina, el origen

En 2020, el Consejo Regulador de la DOP Sierra Mágina -que ampara una superficie de 60.000 hectáreas de olivar con unos 13.000 olivereros censados en 15 términos municipales- cumplió 25 años de vida. Financiado por Caja Rural de Jaén, *Mágina, el origen* -que comenzó a gestarse en aquel año y supone el broche de oro a los actos conmemorativos del 25º aniversario de la DOP- consta de dos partes diferenciadas. La primera, bajo el título "*Sierra Mágina, un territorio singular*", aborda la comarca y el territorio de Sierra Mágina desde diferentes puntos de vista: cultural, económico, histórico, patrimonial y social. Asimismo, cuenta con un capítulo específico dedicado al Parque Natural de Sierra Mágina. Varios autores con un profundo conocimiento de estas temáticas destacan en el libro todos los factores que afectan a esta comarca jiennense, como su percepción de territorio, un concepto que fue clave para la posterior aparición de la Denominación de Origen. En la segunda parte se habla específicamente del olivar y del aceite de la comarca, estudiando la evolución en estos 25 años de las actividades de recolección, molturación y envasado, así como de las analíticas químicas y de cata que certifican su calidad; además de recoger los hitos más significativos en la historia del Consejo Regulador. Asimismo, se hace un recorrido por los diferentes municipios que conforman la Denominación de Origen y las entidades inscritas en la misma. En esta segunda parte se refleja el gran cambio que ha experimentado el sector del olivar en estos 25 años, superando los antiguos sistemas de molturación y la escasa producción de aceite de calidad y envasado en sus inicios hasta llegar a ser uno de los territorios con mayor número de aceites premiados en certámenes nacionales e internacionales. En esta línea, se explica cómo se ha logrado que el nombre de Sierra Mágina obtenga un reconocimiento en el mercado debido a su calidad, y protegido en su uso por la Denominación de Origen, tanto en España como en mercados internacionales. Un camino recorrido por los olivereros, almazaras, cooperativas y envasadoras de la comarca de la mano del Consejo Regulador.

CRDOP Sierra Mágina
denominacion@sierramagina.org
www.sierramagina.org

Año edición:
2024





Savia de olivo

Asociación Cultural Másquecuentos (MQC) y Liberman Grupo Editorial
info@masquecuentos.es
info@libermangrupoeditorial.es
www.masquecuentos.es
www.libermangrupoeditorial.es

Año edición:
2024



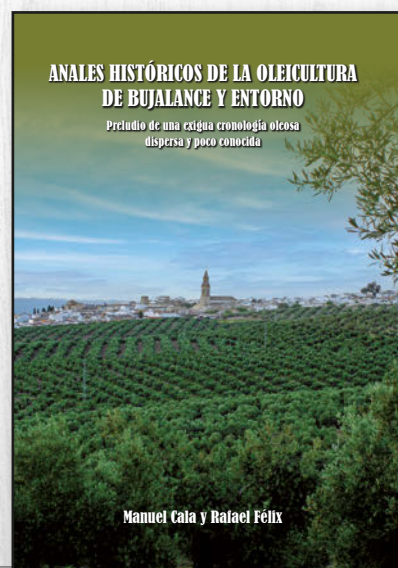
Savia de olivo recoge los 31 cuentos ganadores y finalistas del VI Premio Internacional de Relato sobre Olivar, Aceite de Oliva y Oleoturismo -el único centrado en esta materia en todo el mundo- promovido por la asociación cultural Másquecuentos (MQC) y editado por Liberman, que ha contribuido a hacer más conocido a nivel internacional el conjunto de bondades saludables, gastronómicas, turísticas y medioambientales que rodean al olivar y al aceite de oliva. Una obra coral que incluye relatos de todos los géneros y estilos, desde el dramático al histórico o el romántico, pasando por el suspense, la acción o el humor, y que ha contado con la colaboración de Ferias Jaén, Fundación Unicaja Jaén, SCA San Vicente de Mogón, Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO), IGP Aceite de Jaén, Centro de Interpretación del Olivar y el Aceite de Úbeda, Diputación Provincial y Cooperativas Agro-Alimentarias de Jaén. A esta sexta edición de este certamen literario ligado al árbol milenario y su preciado fruto concurrieron 329 cuentos remitidos por autores de 20 países y 35 provincias españolas, siendo la más exitosa de las celebradas hasta la fecha. Y es que al récord de participación se suma su enorme repercusión tanto en medios de comunicación generalistas y específicos como en las redes sociales e Internet, donde más de 50.000 votos de los internautas decidieron los premios del público; mientras que un jurado presidido por el escritor Salvador Compán fue el encargado de otorgar otros cuatro premios, entre ellos el ganador en la categoría de relato corto, “*El gigante*”, del autor marteño Amador Aranda; y el de la modalidad de microrrelato, que ha recaído en la tosiriana Mar Horno por “*Cosecha del 70*”.

Anales históricos de la oleicultura de Bujalance y entorno

En *Anales históricos de la oleicultura de Bujalance y entorno. Preludio de una exigua cronología oleosa dispersa y poco conocida*, sus autores, Manuel Cala y Rafael Félix, aproximan al lector a este municipio, a su esencia y al modo de vida de muchos pueblos vinculados tradicionalmente al olivar. La obra permite conocer la evolución a través de los siglos de un sector profundamente enraizado en la cultura popular que es creador de riqueza, generador de empleo y fijador de población. Así, además de indagar en los orígenes primitivos del olivo (el acebuche), la presencia de su cultivo y la producción de aceite en las antiguas civilizaciones -amen de su presencia en la religión, la mitología o la simbología-, constatados a través de los restos arqueológicos hallados y los testimonios escritos que remontan su origen al Neolítico, se refiere su introducción por los fenicios y posterior desarrollo en la Bética por parte de los romanos; verificando también testimonios escritos de tiempos del Califato cordobés y el auge producido en la Edad Moderna y contemporánea conservando su importancia hasta nuestros días. Los autores desmenuzan la historia y evolución tanto del cultivo del olivo como de las técnicas de molturación de la aceituna para la producción del aceite, así como sus usos culinarios, medicinales, cosméticos... Un paseo por la historia de la mano de numerosas citas seleccionadas de autores clásicos y de eruditos contemporáneos, con constantes alusiones a fuentes documentales de solvencia. En definitiva, una publicación necesaria, basada en el análisis y el rigor, que crea un espacio de reflexión y debate en torno a un tema que “contribuye a la puesta en valor de nuestro patrimonio oleícola, nuestra historia y nuestras raíces”.

Diputación de Córdoba
imprentaprovincial@gmail.com
www.dipucordoba.es

Año edición:
2024





Del 2 al 4 de marzo

SOL2EXPO



Tras 28 ediciones simultáneas con Vinitaly, SOL2EXPO debutará como evento independiente en el calendario de Veronafi. El nuevo formato se caracteriza por una propuesta expositiva que involucra no sólo al aceite de oliva, sino también tecnologías, equipos de procesamiento y cosméticos. De hecho, la jornada inaugural estará abierta al público con el objetivo de consolidar y aumentar su posicionamiento a nivel internacional. Una de las principales innovaciones que tendrán cabida en la feria son los subproductos procedentes de la cadena de suministro del aceite de oliva, que suponen una oportunidad de negocio gracias a sus propiedades, especialmente solicitadas en el sector alimentario, farmacéutico y cosmético. Así, SOL2EXPO responderá a esta necesidad del mercado introduciendo nuevos productos -aceites especiales para el canal Horeca, aceites nutricionales, cosmética y bienestar o aceites de oliva vírgenes extra artesanales-, además de tecnologías avanzadas en la producción y envasado, con un área exterior dedicada a la maquinaria. El programa de SOL2EXPO también incluye experiencias de compra directa, *showcooking*s, talleres y catas con maridajes, además de la celebración del concurso Sol D'Oro.

info.solagrifood@veronafi.it

www.sol2expo.com

Del 11 al 12 de marzo

WOOE



World Olive Oil Exhibition

La duodécima edición de la World Olive Oil Exhibition (WOOE) se celebrará en el Pabellón 1 del recinto ferial de IFEMA Madrid. Las claves de este evento, organizado por la empresa castellanomanchega Pomona Keepers, son el negocio, la sostenibilidad y el conocimiento. Los ejes de esta edición girarán en torno a chefs con estrella Michelin, oleoturismo, innovación, productos gourmet... Y es que la WOOE 2025 viene repleta de grandes ventajas para las almazaras participantes. En este encuentro se dan cita profesionales de las principales zonas productoras del mundo, las empresas más punteras, las DOPs e IGP, las instituciones más prestigiosas y los consultores, cocineros, restauradores y compradores más representativos del sector. El visitante tendrá la oportunidad de saborear la nueva cosecha en el "Olive Oil Bar", la zona de cata libre de la feria y otros espacios dedicados al conocimiento del sector, con conferencias, concursos y catas. A su vez, The Olive Tree Corner servirá de punto de encuentro para la generación e intercambio de ideas con especial incidencia en el oleoturismo.

press@oliveoil exhibition.com

www.oliveoil exhibition.com

Del 11 al 14 de marzo

Foodex Japan



Se trata de la mayor feria agroalimentaria de Japón y de toda la zona Asia-Pacífico, incluyendo Oceanía. Esta muestra -que celebrará su 50ª edición en el recinto ferial Tokio Big Sight- está considerada la tercera feria más grande del mundo, constituyendo un importante escaparate para las empresas interesadas en introducirse en el mercado japonés y asiático en general; y/o para consolidar su presencia en los mismos. Su periodicidad es anual y, desde su primera edición

en 1976, está dirigida a un público exclusivamente profesional. A su vez, atrae a un gran número de compradores del sector de la alimentación abarcando a mayoristas, minoristas, jefes de compra de supermercados, catering, importadores y distribuidores del canal Horeca, entre otros. Cada año acuden a esta feria numerosos productores de aceite de oliva español. En la edición 2024 participaron en torno a 3.000 expositores, de los cuales 1.000 fueron locales y 2.000 internacionales de 70 países. El número de visitantes ascendió a más de 76.000 profesionales de la industria.

foodexglobal@jma.or.jp

www.jma.or.jp/foodex/en/

Del 14 al 16 de marzo

Olio Capitale



Cientos de productores de aceite de oliva virgen extra de todas las regiones oliveras italianas y del extranjero se darán cita en una nueva edición de Olio Capitale. Según los organizadores de esta feria, que se celebra en Trieste, se podrán degustar los AOVes de nueva cosecha, y el visitante aprenderá a apreciar la diversidad de los vírgenes extra y a maridar el zumo de aceituna con diferentes platos, además de consultar todas sus dudas a catadores profesionales en el Oil Bar y participar en un completo programa de eventos y catas guiadas. Asimismo, Olio Capitale ofrecerá más de 20 propuestas de oleoturismo de productores que ofrecen estancias y experiencias en sus fincas. Por otro lado, un programa de eventos fuera del salón involucrará a toda la ciudad, ya que desde principios de marzo los restaurantes asociados ofrecerán en el menú el plato "Olio Capitale", que estará combinado con cuatro aceites de oliva vírgenes extra diferentes. Y en las mejores coctelerías de Trieste se podrán degustar exquisitos cócteles elaborados por *bartenders*. Los aperitivos se acompañarán con bruschetta y aceitunas.

info@oliocapitale.it

www.oliocapitale.it

Del 17 al 19 de marzo

IFE Londres



International Food & Drink Event
17-19 March 2025 | Excel London

IFE Londres es una de las ferias alimentarias más importantes del mundo y la principal de Reino Unido. Esta muestra reúne en la capital británica a las principales empresas del sector, en especial las relacionadas con los canales de distribución de la hostelería, la restauración y la gastronomía. IFE cuenta con la presencia de 1.500 proveedores mundiales de alimentos y bebidas bajo un mismo techo, lo que facilita a las empresas que buscan expandir sus horizontes y fortalecer su red de contactos. Además, se divide en 15 secciones y pabellones para ayudar a los compradores a encontrar con facilidad los productos que buscan. Entre las actividades que alberga destacan los World Food Innovation Awards, un certamen que ha reconocido a más de 300 empresas e innovaciones de la industria alimentaria. A la pasada edición asistieron más de 30.000 visitantes procedentes de 105 países.

ifeteam@montgomerygroup.com

www.ife.co.uk

Del 29 de abril al 1 de mayo

SIAL Canadá



Esta feria, que tendrá lugar en el recinto Enercare Center de Toronto (Canadá), es el evento de promoción de alimentos más im-



portante de Canadá y uno de los más destacados de Norteamérica. Dirigida exclusivamente a un público profesional, SIAL Canadá es el punto de encuentro de la industria agroalimentaria canadiense y funciona como puerta de acceso a los mercados tanto americanos como internacionales. Ofrece una gama completa de productos alimentarios bajo un mismo techo, satisfaciendo las necesidades de las industrias minorista, de servicios alimentarios y de procesamiento de alimentos. Durante los tres días de feria se organizan competiciones de productos y de innovación, así como secciones especiales. Además, todos los expositores tienen la oportunidad de participar en el *Hosted Buyer Program*, que permite a los participantes reunirse con potenciales compradores estadounidenses, canadienses e internacionales.

info@sialcanada.com

www.sialcanada.com

Del 30 de abril al 4 de mayo

Ovibeja



“+Agricultura + Futuro: Un pilar para la Innovación y la Sostenibilidad en la Agricultura” es el lema de la 41ª edición de Ovibeja, cuyo objetivo es debatir sobre el papel central de la agricultura en la economía global, la seguridad alimentaria y la preservación del medio ambiente. La muestra pretende dar a conocer las múltiples plataformas digitales existentes, el uso de la Inteligencia Artificial y sus funcionalidades. Respecto a la importancia del relevo generacional, el evento promoverá debates, exposiciones y *networking* para atraer a las nuevas generaciones y posicionarlas como líderes de una agricultura más innovadora y sostenible. Ovibeja ofrece una amplia oferta expositiva, poniendo énfasis en stands corporativos e institucionales de los más diversos sectores de actividad, desde maquinaria, equipos y productos agrícolas, hasta la exposición y venta de artesanía, entre otros. También destaca el Concurso Internacional de Aceite de Oliva Virgen Extra-Premio CAIOvibeja, el único certamen internacional que se celebra en Portugal y que se ha convertido en un referente entre los diferentes concursos de AOVE que tienen lugar a nivel mundial.

cultura en la economía global, la seguridad alimentaria y la preservación del medio ambiente. La muestra pretende dar a conocer las múltiples plataformas digitales existentes, el uso de la Inteligencia Artificial y sus funcionalidades. Respecto a la importancia del relevo generacional, el evento promoverá debates, exposiciones y *networking* para atraer a las nuevas generaciones y posicionarlas como líderes de una agricultura más innovadora y sostenible. Ovibeja ofrece una amplia oferta expositiva, poniendo énfasis en stands corporativos e institucionales de los más diversos sectores de actividad, desde maquinaria, equipos y productos agrícolas, hasta la exposición y venta de artesanía, entre otros. También destaca el Concurso Internacional de Aceite de Oliva Virgen Extra-Premio CAIOvibeja, el único certamen internacional que se celebra en Portugal y que se ha convertido en un referente entre los diferentes concursos de AOVE que tienen lugar a nivel mundial.

ovibeja@acos.pt

www.ovibeja.pt

Índice de anunciantes

ACESUR.....	103	IMS Pesaje.....	Int. Portada
Adhesivas Ibi.....	153	Indea Technologies.....	193
Agrama Science & Life.....	135	Industrias de la Rosa.....	72
Agroisa.....	127	Industrias de la Rosa.....	73
Amenduni Ibérica.....	21	Innovaciones Oleícolas.....	81
Amenduni Ibérica.....	Lomo	Inoelec.....	51
Ansotec.....	111	Inoxcaucho.....	93
AUSERE.....	117	Ipacalab.....	88
Autelec.....	163	Ipacalab.....	89
Automatismos ITEA.....	226	ITALPROGETTI.....	179
Automatismos ITEA.....	Int. Contraportada	Jaén Selección 2025 (Diputación de Jaén).....	69
Auxiliar Conservera.....	187	JAENCOOP Grupo.....	175
Auximara.....	191	Kubota.....	61
Axflow.....	119	Kubota.....	Espónsor pie de página en toda la revista
AYRTAC.....	5	Laboratorio Tello.....	41
BALAM Agriculture.....	101	Lecciana, Variedad (Agrosan).....	95
BARCELBAL (Balanças e Básculas).....	37	Lecciana, Variedad (Viveros Lucena) ...	115
Bioiberica.....	91	Libro La Revolución del Olivar (Agromillora).....	133
Bioliza.....	99	Magusa.....	161
Bombas Trief.....	85	Manzano – Flottweg.....	23
CaixaBank.....	107	Mundolivar Edición 2025.....	156
Caja Rural Jaén.....	71	Mundolivar Edición 2025.....	157
Cajamar.....	189	Oleoestepa.....	67
Calero (Ingeniería y Desarrollo Agro-Industrial).....	59	Olive Japan 2025.....	183
CDR OXITester (Tecnilab).....	47	Olmos Maquinaria.....	77
Centrifugación Alemana.....	3	Olvesa.....	31
Centrifugación Alemana.....	Triángulo de portada	OptiCept Technologies.....	199
Centrifugación Alemana ..	Desplegable de portada	Palacín.....	11
Codi-Pack, Marcaje y Codificación.....	113	Panoramyka.....	203
COLIVAL.....	13	Pastrana Ingeniería y Servicios.....	131
COLIVAL.....	14	Pieralisi.....	16
Concurso y Premio Ovibeja 2025.....	45	Pieralisi.....	17
Coreti Etiquetaje Industrial.....	165	Polat.....	29
Coriana, Variedad (Agromillora).....	97	ProciÓleo.....	53
De Bujalance Calderería Inox.....	57	Prosur.....	49
DOP Antequera.....	197	Revista La Semana Vitivinícola.....	205
Dosificadores García Fernández.....	8	RIVERO (Calderería Rivero).....	129
EmanaGreen.....	169	Serijerez (Jerezana de Serigrafía Publicitaria).....	25
Emóleo.....	159	Surjet Codificación y Marcaje.....	155
Esteryfil.....	173	TACSA.....	55
Feria Expoliva 2025.....	63	Talleres Espí Serrano.....	121
FILTROX Southern Europe.....	123	Talleres González y París.....	83
Foss.....	177	Tamesur.....	79
Gallardo.....	151	Tecnilab – Tecnología Analítica.....	125
GEA Westfalia Separator Ibérica.....	139	Todolivo.....	65
GEA Westfalia Separator Ibérica.....	Contraportada	Treico-Remasa-Granaoliva.....	6
Gesca Automatismos.....	185	Treico-Remasa-Granaoliva.....	7
Grupo Macho (etiquetas).....	171	Vetzeria Etrusca.....	147
HAUS.....	35	VetroLatino.....	27
Herpasur.....	Portada	Vidrala.....	145
Ifamensa.....	149	Vitroval.....	43
Ildefonso Rosa Ramírez e Hijos “JAR” ..	137	WEG Iberia.....	141

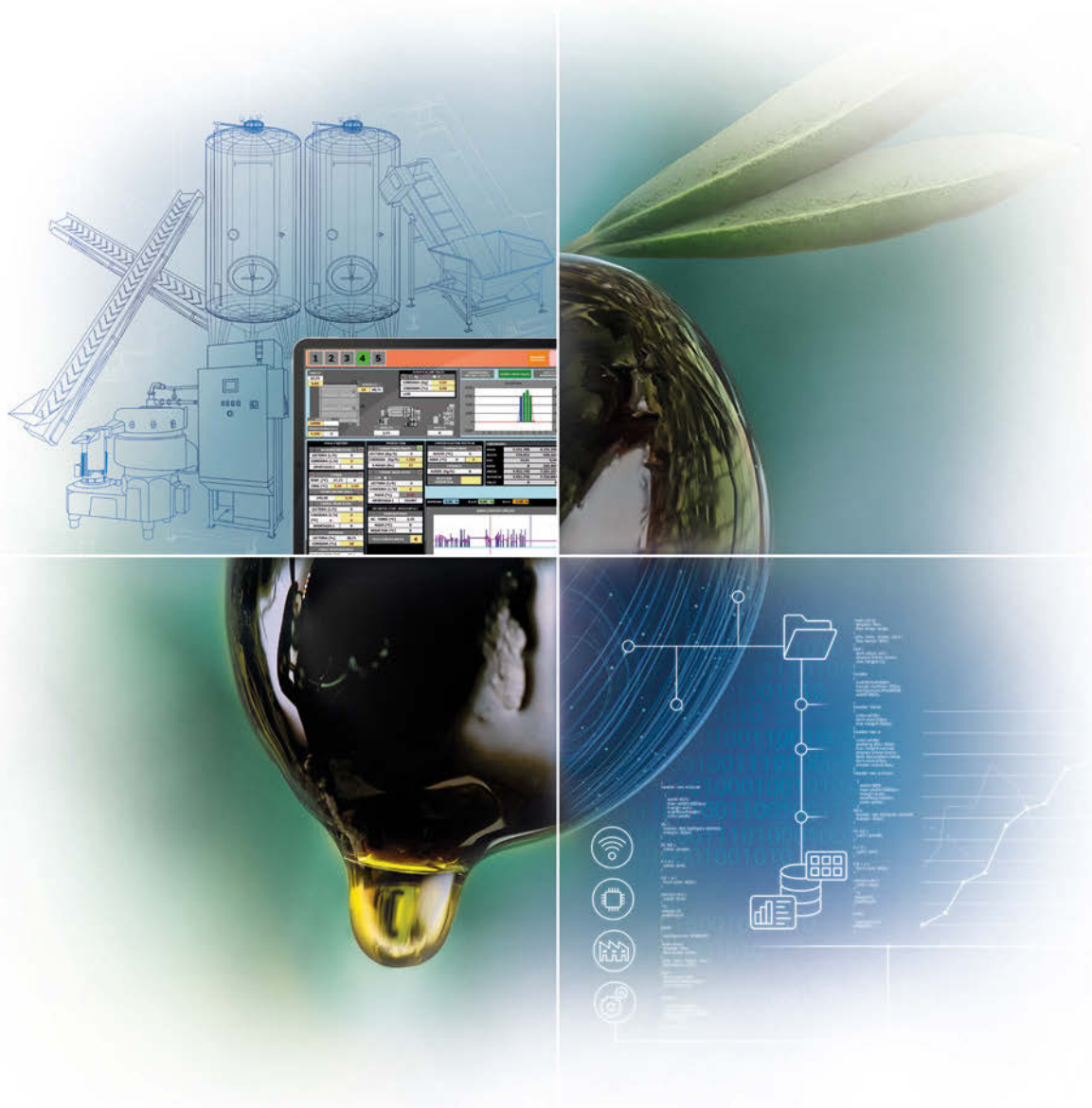




Un cuarto de siglo a pie de campo, creyendo
y creando futuro en el sector oleícola, aportando valor
y soluciones en automatización y digitalización
a las principales almazaras de España y Portugal.
Pioneros y expertos en la transformación digital
que las hace sostenibles, eficientes y competitivas.

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



GEA, PATROCINADOR PRINCIPAL DE EXPOLIVA



Apostamos por el sector agrario y su desarrollo

GEA apuesta de manera decidida por el sector agrario y vuelve a convertirse, por quinto año consecutivo, en patrocinador oficial de Expoliva, la Feria Internacional del Aceite de Oliva e Industrias Afines, que se celebra en Jaén del 14 al 17 de mayo de 2025.

La multinacional alemana exhibirá sus últimas novedades en maquinaria y equipos para la producción de aceite de oliva. Tecnología de vanguardia que optimiza los procesos, reduce los costes y garantiza la máxima calidad del aceite de oliva.