

INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR **Mercacei** MAGAZINE

ESPECIAL EXPOLIVA

Los Encuentros de Mercacei

El efecto Trump, la volatilidad en los precios en origen, la recuperación de los mercados internacionales y la cuota de consumo tras las dos últimas campañas, estrategias diferenciadoras... y otros asuntos de interés

La Entrevista

Luis Suárez de Lezo, presidente de la Real Academia de Gastronomía: "Poco a poco, los buenos AOVes van ingresando con fuerza en los fogones de los mejores restaurantes internacionales"

Mercacei América

La Edad de Oro de la olivicultura uruguaya

Especial DOPs e IGP

El sello de la excelencia en los AOVes y las aceitunas

Agromercacei

Mejora del contenido y perfil fenólico del virgen extra mediante mejora genética



 **HERPASUR SA**
CALDERERÍA INOX

**LA CALIDAD
NUESTRA RAZÓN
DE SER LÍDER**

SECOVISA
GRUPO

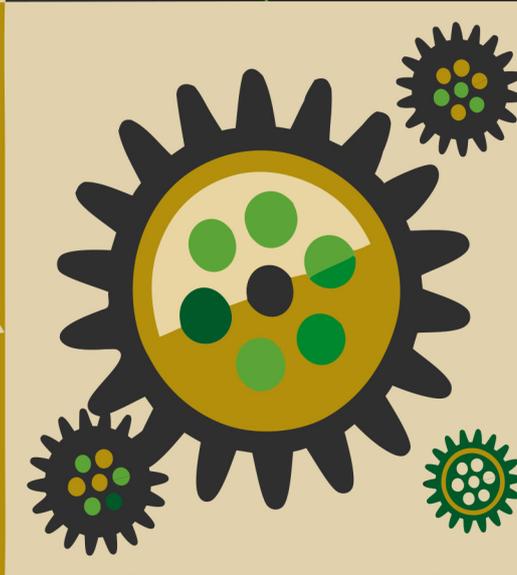
Polígono Industrial El Portal / C. Sudáfrica, Parcela 83 / 11408 Jerez de la Frontera (Cádiz)
Tlf: + 34 956 14 32 71 / Fax: + 34 956 14 36 27
Email: info@herpasur.com / www.herpasur.com



**centrifugación
alemana**

www.centrifugacionalemana.com

PERFECCIÓN



EN LA EXTRACCIÓN DEL ACEITE DE OLIVA

EXPOLIVA

14
to
17

MAYO
MAY
2025

IFEMA
JAÉN, SPAIN



VISÍTANOS EN
EL PABELLÓN
OLIVO ARENA

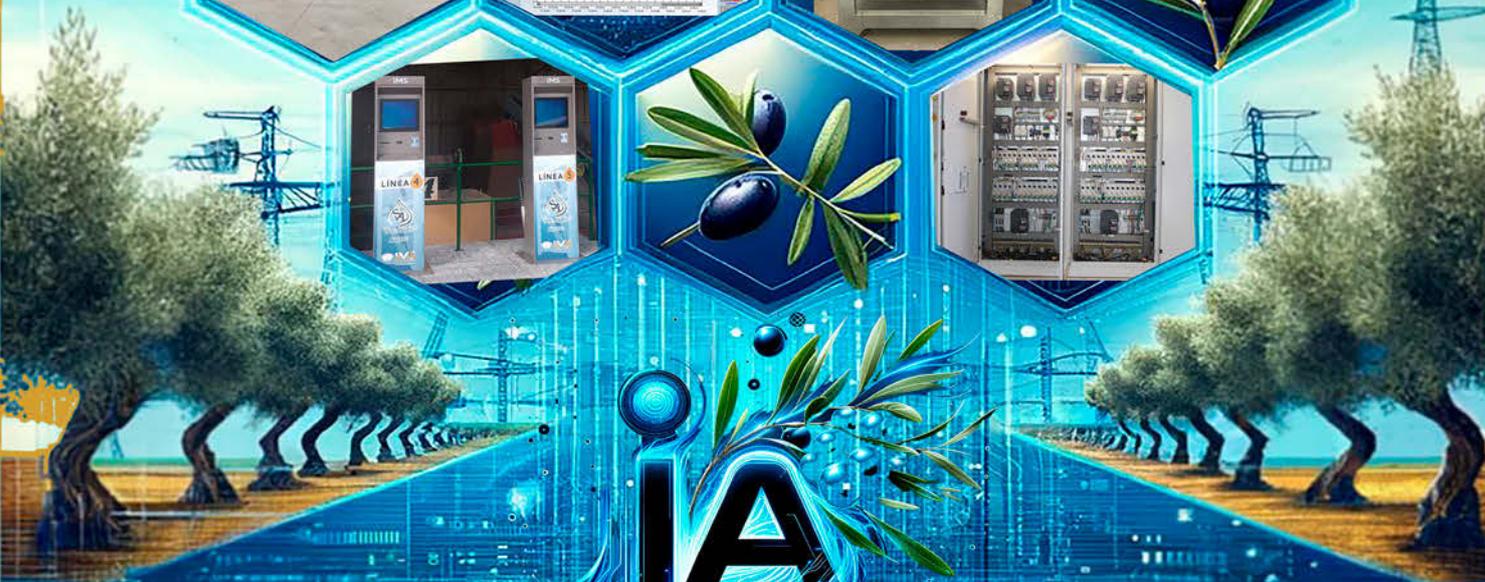
IMS

CONTROL INDUSTRIAL

IMS
PATENTADO



IA



Fundadora

M. Dolores Peñafiel Fernández

Corresponsales y colaboradores

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

Directora

Pandora Peñamil Peñafiel

Redacción

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

Edita



CEO & Editor

Juan A. Peñamil Alba

Redacción, Administración y Publicidad

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

Coordinación de Redacción y Publicidad

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

Administración

Cristina Álvarez Llorente
admin@mercacei.com

Publicidad

José Manuel Hernández, Natalia de las Heras

Corresponsal Italia

Daniela Capogna

Corresponsal América del Sur

Leonardo Moral

Suscripción

MERCACEI Semanal (46 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

Luis Suárez de Lezo, presidente de la Real Academia de Gastronomía: "Poco a poco, los buenos AOVes van ingresando con fuerza en los fogones de los mejores restaurantes internacionales"

26 LOS ENCUENTROS DE MERCACEI

El efecto Trump, la volatilidad en los precios en origen, la recuperación de los mercados internacionales y la cuota de consumo tras las dos últimas campañas, estrategias diferenciadoras... y otros asuntos de interés

44 ACTUALIDAD

Winter Fancy Food • Azeitech • World Olive Oil Exhibition (WOOE) • Madrid Fusión Alimentos de España • II Festival "Córdoba Virgen Extra" • OLEOMAQ-OLEOTEC • EVOLIO Expo • SOL2EXPO • Agri Data Green Summit Iberia • Entrevista a Joseph R. Profaci, director ejecutivo de la North American Olive Oil Association (NAOOA): "Se acerca el día en que no será extraño comprar un *apple pie* americano con una base de AOVE" • Asociación Olivereros del Sur de Avila

104 OLIVAR ECOLÓGICO

"El mundo de experiencias del aceite de oliva", un espacio destacado en Biofach

110 EL LINEAL

Dehesa El Molinillo, el tesoro de los Montes de Toledo

115 ESPECIAL DOP E IGP

DOP e IGP, el sello de la excelencia

136 EMPRESAS

Hacienda Queiles, tradición y excelencia al servicio de la elaboración de AOVes Premium

144 AGROMERCACEI

Mejora del contenido y perfil fenólico del aceite de oliva virgen extra mediante mejora genética (Phenolive) • Entrevista a Filipe Mestre, director general de Oleaconsult Olivicultura e Serviços, Lda.: "La nueva realidad de la olivicultura abre todo un mundo de oportunidades para las nuevas variedades"

156 CLUB LECCIANA

Entrevista a Daniel García Peinado, el chef del AOVE: "Los cocineros sabemos de temporalidad del producto, pero no de aceites"

160 COOPERATIVAS

Jabalruz, AOVE con carácter de olivares de montaña en la Sierra Sur de Jaén

168 MERCACEI AMÉRICA ESPECIAL URUGUAY

La Edad de Oro de la olivicultura uruguaya

198 DELICATESSEN

Ultramarinos Octavio, el valor de la excelencia

206 OLEOTURISMO

AOVEland, una experiencia inmersiva en la cuna del aceite de oliva

214 SALUD

La hoja de olivo: un tesoro por descubrir

220 SOSTENIBILIDAD

Puerta de las Villas apuesta por la sostenibilidad real como elemento diferenciador y de valorización de su AOVE de olivar tradicional • Gastronomía y biodiversidad: la receta para cuidar la naturaleza

228 CALIDAD

Entrevista con Juan Antonio Tello, director gerente de Laboratorio Tello: "La acreditación es la mejor forma que tiene un laboratorio de demostrar su competencia técnica"

232 PUBLICREPORTAJES

Amenduni • IMS Control Industrial • Treico • HAUS • Envases y Botellas Ayrtaç • FOSS • IFC Agrícola • OlivoGestão • ID David • EnergyPulse Systems • Corteva Agriscience • Talleres Espí • Magusa • Junta de Andalucía • Diputación de Córdoba • CONSULAI • Moresil • Tecnilab • Ingenia Process

294 BIBLIOTECA

296 AGENDA

297 ÍNDICE DE ANUNCIANTES

HAUS
TECNOLOGÍAS DE CENTRIFUGACIÓN
#BECAUSEWECARE

Encuétranos
en la pág. 245

PERFECCIÓN EN LA EXTRACCIÓN DEL ACEITE DE OLIVA



centrifugación
alemana

www.centrifugacionalemana.com



“A” de arancel, pero también de AOVE

Pandora Peñamil Peñafiel

Últimamente vivimos con la sensación de que no podemos relajarnos ni un momento, vivimos a golpe de sobresalto. No hace falta encender el televisor para que nos bombardeen -por desgracia, nunca mejor dicho- con informaciones -y desinformaciones- en forma de alerta de móvil o post de *Instagram*. Guerra comercial, nuevo orden mundial o aranceles son términos que se han convertido en nuestra peor pesadilla y en el tema central de cualquier conversación. Aunque casi todos estos conceptos giran en torno al mismo centro gravitatorio: Donald Trump.

Este *bully* con nombre de pato de *Disney* no sólo se permite humillar a líderes internacionales en su Despacho Oval -quizás para compensar su propio bochorno ante el hijo de Elon Musk-, sino que se ha propuesto gobernar mediante amenazas. Para Trump, cualquier asunto se convierte en una batalla de patio del colegio, con los mismos insultos y torpezas que cometería el típico abusón de instituto. ¿Lo peor de todo? Que tiene la sartén por el mango y no hay ningún profesor ni director que le vaya a aguar la fiesta.

Lo avisó y lo cumplió -con un *show* digno de *Hollywood*-: a partir del 2 de abril comenzó a aplicar aranceles a las importaciones de productos agrícolas al tún tún. Tratando, una vez más, a sus conciudadanos como si fuesen analfabetos, porque las consecuencias también las están pagando ellos en forma de desabastecimiento de algunos productos, aumento considerable de precios en otros tantos y caída libre en las Bolsas mundiales. Pero oye, ¡vamos a hacer *America great again!* Y razón no le falta, va a retroceder varias décadas con sus políticas autárquicas y demenciales.

Sobre ellas nos habla precisamente en este número Joseph R. Profaci, director ejecutivo de la North American Olive Oil Association (NAOOA), quien prefiere huir de polémicas asegurando que “el futuro del AOVE en su país es verde brillante”. Lo que se considera emblemático de EEUU suele describirse como “tan americano como el *apple pie*”, por lo que Profaci no duda en augurar que “se acerca el día en que no será extraño comprar un *apple pie* americano con una base de AOVE”. Menos mal que algunos construyen sobre los que otros intentan derruir.

Además, en este número tan esperado, recuperamos una de las

secciones más icónicas -y demandadas- de *Mercacei Magazine* reuniendo alrededor de una mesa a los responsables de algunas de las empresas más importantes del sector: Sovena, Castillo de Carnena, Oleoestepa, Muela-Olives y Luque Ecológico. En esta nueva edición de *Los Encuentros de Mercacei* abordamos algunos asuntos de máximo interés y actualidad: la incertidumbre ante la nueva etapa Trump y su amenaza -cumplida- de imponer aranceles al aceite de oliva, la volatilidad de precios en origen, la recuperación de la cuota de mercado a nivel internacional y del consumo nacional o las estrategias diferenciadoras y el posicionamiento de las empresas y marcas españolas de aceite de oliva a nivel global.

También reconocemos el sello de máxima excelencia que suponen las Denominaciones de Origen Protegidas (DOPs) y las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGPs) de nuestro sector. Pertener a una de ellas garantiza que los aceites de oliva vírgenes extra amparados han sido producidos en una zona geográfica específica cumpliendo los máximos estándares de calidad y cuentan con unas características que los hacen únicos, como unas variedades de aceituna determinadas, muy ligadas a un territorio bien delimitado y a una tradición asentada en el tiempo. Y comunicarlo es parte esencial de su esencia, algo que ponemos en valor en este *Especial DOPs e IGPs*.

Sobre excelencia charlamos también en *La Entrevista* con Luis Suárez de Lezo, presidente de la Real Academia de Gastronomía, quien se muestra inquebrantable a la hora de reivindicar que “la fuerza sensorial de los AOVes, su versatilidad como un ingrediente básico culinario y sus innumerables usos y empleos han consolidado su presencia en la mayor parte de las cocinas de los buenos restaurantes españoles”.

En tiempos donde la política internacional parece una tragicomedia y los mercados se tambalean al ritmo de un *tuit*, reconforta saber que aún existen sectores que apuestan por la excelencia, la sostenibilidad y el saber hacer. Frente al caos y la improvisación, el mundo del AOVE nos recuerda que la calidad, la tradición y la innovación pueden -y deben- caminar de la mano. Quizás no podamos cambiar el guión del espectáculo global, pero al menos podemos elegir bien los ingredientes con los que lo acompañamos. Y en eso, por suerte, seguimos siendo líderes. 🍯



Epik[®]



EPIK[®]

FABULOSAMENTE ÉPICO

USOS REGISTRADOS EN OLIVAR PARA:

Algodoncillo del olivo
(*Euphyllura olivina*)



Prays del olivo
(*Prays oleae*)



Mosca del olivo
(*Bactrocera oleae*)



sipcamiberia.es

Uso reservado a agricultores y aplicadores profesionales. Lea siempre la etiqueta antes de usar el producto y siga las instrucciones.



SIPCAM
IBERIA

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**



DOSIFICACIÓN CENTRALIZADA CON SILOS

VIRGEN EXTRA. ASÍ SOMOS. HECHO EN ESPAÑA

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

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



DOSIFICADORES[®]
garcía fernández

- FÁBRICA DE MAQUINARIA -
- MACHINERY FACTORY -

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

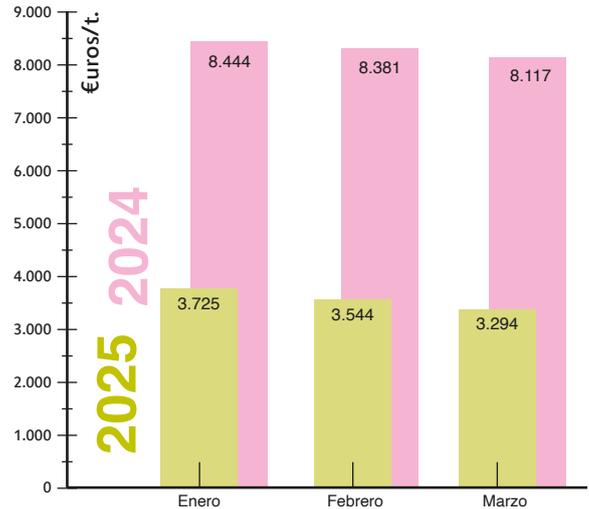


Caída libre de las cotizaciones en unos mercados muy flojos

- **Aceite de oliva:** Desplome de precios en todas las categorías en medio de un mercado con ausencia de operatividad.
- **Aceite de orujo:** Estabilidad y cierta tendencia a la baja en las cotizaciones.
- **Aceite de semillas oleaginosas:** Fluctuaciones en ambas direcciones dependiendo de la categoría.
- **Aceites y grasas para uso industrial:** Gran volatilidad en el mercado ante la "tormenta" geopolítica.

Aceite de Oliva Lampante, base 1º

Precios ponderados



Aceite de oliva

Desplome de precios en todas las categorías en medio de un mercado con ausencia de operatividad. El año 2025 comenzaba con un desplome total de precios y una gran volatilidad, por lo que la organización agraria Asaja-Jaén no dudaba en pedir tranquilidad en la venta de aceite de oliva ante "la hecatombe de precios" en el inicio de campaña. El gerente y portavoz de esta organización, Luis Carlos Valero, hacía un llamamiento a la "tranquilidad" ya que, a su juicio, no había una gran motivación para esta caída más allá de "la necesidad de recuperar esa financiación que tiene el agricultor, que necesita vender urgentemente".

Las cotizaciones en Jaén, a la espera de que llegasen las ansiadas lluvias, sufrían descensos brutales, con un lampante que se establecía a 3.500/3.600 euros/t. -tras haberse situado

a 4.400/4.500 euros/t. dos semanas antes-; el virgen, a 3.700/3.800 euros/t. -tras haber cotizado a 4.600/4.700 euros/t.-; el refinado, a 3.850/3.900 euros/t. -cayendo desde los 4.550 euros/t.-; y el AOVE, a 4.100/4.250 euros/t. -descendiendo desde los 4.700/4.800 euros/t. a los que se encontraba a finales de año-.

Llegaba el mes de febrero y el ministro Luis Planas aseguraba que los precios en origen se iban "moderando como consecuencia lógica de una mayor producción". Con una ligera tendencia a la baja en todas las cotizaciones, el mercado se mostraba estable y poco operativo, con una oferta que seguía dosificando ventas y una demanda que sólo buscaba cubrirse a corto plazo para atender necesidades puntuales. En este contexto, el lampante cotizaba a 3.400/3.500 euros/t.; el virgen, a 3.600/3.700 euros/t.; el refinado, a 3.500/3.550 euros/t.; y el AOVE, a 3.900/4.200 euros/t.

A finales del primer trimestre llegaban las ansiadas lluvias y COAG-Andalucía realizaba un repaso de su impacto en el campo andaluz, señalando que -a pesar de las situaciones puntuales de daños en cultivos e infraestructuras rurales- habían sido muy beneficiosas, dado que se partía de una situación de emergencia con acuíferos sobreexplotados, por lo que estas lluvias estaban permitiendo la recarga de agua para todo el sistema hídrico. Ante esta situación, los precios de las plazas nacionales eran meramente orientativos debido a la escasa operatividad que registraba el mercado, con una demanda prácticamente nula y una oferta a la expectativa de que hubiese movimiento e interés por parte de la primera. En este contexto, el lampante cotizaba a 3.000 euros/t.; el virgen, a 3.100/3.300 euros/t.; el AOVE, a 3.600/3.800 euros/t.; y el refinado, a 3.050/3.100 euros/t.

FUSSIONA
MECÁNICA Y ELECTRÓNICA

Nuestros equipos reducen la velocidad, nosotros el tiempo de entrega

VISÍTANOS EN
EXPOLIVA 14 MAYO 2025
PAB. INT. "CAJA RURAL DE JAÉN"
STAND B26



www.fussiona.com hola@fussiona.com
P.I. Ctra. La Isla C/Guadaira, 20
41703 Dos Hermanas, Sevilla
Tel: 954 35 50 11

MOTOVARIO
TECO GROUP COMPANY

ditra Lenze

comer industries

OLI



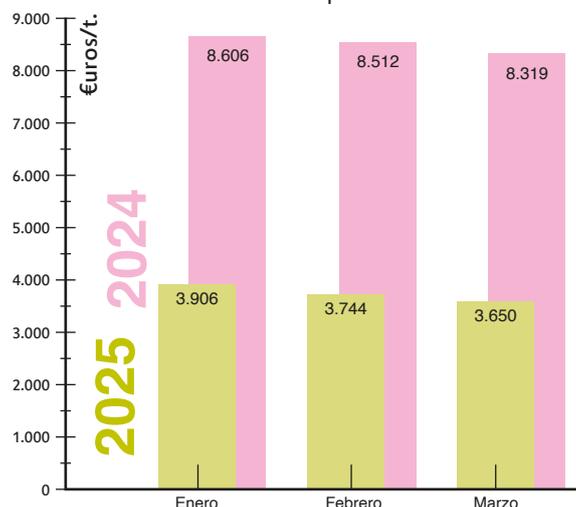


ACEITE DE OLIVA - Primer trimestre de 2025 (euros/t.)

		1ª sem. Ene.	4ª sem. Mar.
ANDALUCÍA			
JAÉN	Lampante, base 1º	3.500	2.900/3.000
	Virgen	3.800	Sin oper.
	Virgen extra	4.000/4.100	3.800/3.900
	Refinado	3.600/3.650	3.050
CÓRDOBA	Lampante, base 1º	3.500	2.900/3.000
	Virgen	3.700/3.800	Sin oper.
	Virgen extra	4.000/4.200	3.600/3.900
	Refinado	3.850/3.900	3.250/3.300
SEVILLA	Lampante, base 1º	3.200	3.000
	Virgen	3.700	3.500/3.700
	Virgen extra	4.000/4.300	4.000/4.500
	Refinado	Sin oper.	3.150
GRANADA	Lampante, base 1º	3.500	2.900/3.000
	Virgen	3.800	Sin oper.
MÁLAGA	Lampante, base 1º	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra	3.800/4.200	4.000/4.100
CATALUÑA			
LÉRIDA	Virgen extra (DOP Garrigues)	Sin oper.	Sin oper.
TARRAGONA	Virgen extra (DOP Siurana)	Sin oper.	Sin oper.
CASTILLA-LA MANCHA			
TOLEDO	Virgen	3.800/4.000	3.200/3.400
	Virgen extra	4.000/4.400	3.700/4.200
COMUNIDAD VALENCIANA			
ALICANTE	Lampante, base 1º	3.900	3.100
	Virgen	4.000	3.500
	Virgen extra	4.100	3.700
	Refinado	4.100	3.300
EXTREMADURA			
BADAJOZ	Lampante, base 1º	3.200/3.400	2.700/2.800
	Virgen	3.500/3.700	3.300/3.500
	Virgen extra	3.900/4.500	3.700/4.100

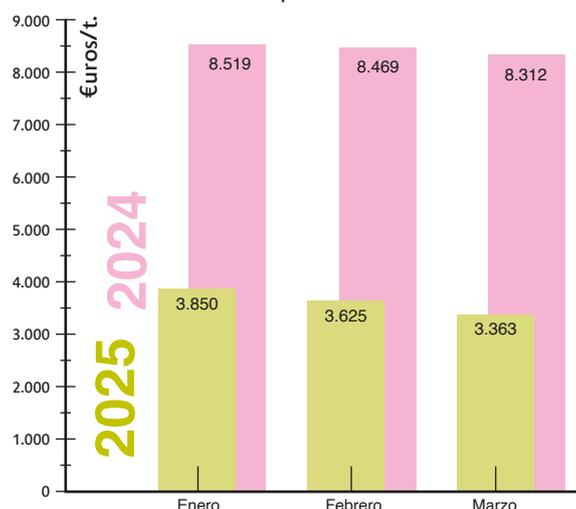
Aceite de Oliva virgen

Precios ponderados



Aceite de Oliva refinado

Precios ponderados



ACEITE DE ORUJO Primer trimestre de 2025 (euros/t.)

	1ª sem. Ene.	4ª sem. Mar.
ANDALUCÍA		
Refinable, base 10º	1.500/1.600	1.300
Refinado, winterizado, a granel, sobre origen	2.500	2.200

ACEITES DE SEMILLAS - Primer trimestre de 2025 (euros/t.)

	1ª sem. Ene.	4ª sem. Mar.
ANDALUCÍA		
ACEITE DE GIRASOL (Sobre origen a granel)		
Crudo	Sin oper.	Sin oper.
Refinado	1.280/1.300	1.270
ACEITE DE SOJA (Sobre origen cisternas)		
Crudo	1.100	1.190
Refinado	1.150	1.250
ACEITE DE SEMILLAS Refinado		
	1.280/1.300	1.270

Aceite de orujo

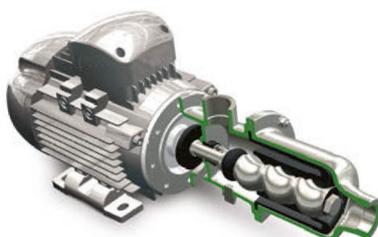
Estabilidad y cierta tendencia a la baja en las cotizaciones. ORIVA detallaba a principios del trimestre que la campaña de aceite de orujo fue especialmente positiva en el mercado interno, en el que las ventas alcanzaron 27,9 millones de litros, un 45,8% más que en el periodo anterior. Por ello, las cotizaciones se salvaron de la montaña rusa que experimentaron las del oliva. Ambas descendieron, pero en muy menor medida. En este sentido, el aceite de orujo refinado cedía hasta los 2.200 euros/t. tras haber cotizado a 2.500 euros/t. de octubre a diciembre. El refinable, por su parte, tras las pronunciadas caídas de 2024, se establecía a 1.300 euros/t., descendiendo un 13% con respecto a la cifra en la que se movía esta categoría a finales de año: 1.500/1.600 euros/t.

Bombas TecamySer®



Bombas TecamySer® IBER

Inyección de Masa de Aceituna



Bombas TecamySer® HIDRA

AOVE, tamices, centrífuga



Bombas TecamySer® sobre carretilla

Trasiegos en bodegas



Estatores TecamySer®

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

Rotores TecamySer®

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



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





Producción

La producción europea de aceite de oliva se sitúa en 2.082.472 t. hasta marzo

La producción de aceite de oliva en la Unión Europea (UE) se ha situado en 2.082.472 toneladas en los primeros meses de campaña, de las que 767 t. correspondieron al mes de septiembre; 118.902 t. a octubre; 508.935 t. a noviembre; 790.324 t. a diciembre; 435.668 t. a enero; 201.133 t. a febrero; y 26.743 t. a marzo, según los últimos datos de la Comisión Europea (CE).

De esta cifra total, y en cuanto a los principales países productores, 241.500 t. corresponden a Grecia; 1.406.913 t. a España; 247.068 t. a Italia; y 177.000 t. a Portugal.

La Comisión prevé que la producción de aceite de oliva en la UE se sitúe en 2.108.791 toneladas en la campaña 2024/25 frente a 1.531.700 toneladas de la temporada anterior.

En el caso de España, Bruselas estima una producción de 1.420.000 t. (+66,2%) y sitúa la producción de Italia en 248.000 toneladas (-24,5%), la de Grecia en 250.000 t. (+42,8%); y la de Portugal en 177.000 t. (+10%).

Sobre el consumo comunitario de aceite de oliva, la Comisión prevé que se sitúe en 1.188.840 toneladas (1.242.900 t. en la campaña anterior), mientras que el stock final será de 371.586 toneladas (296.600 t. en la temporada 2023/24).

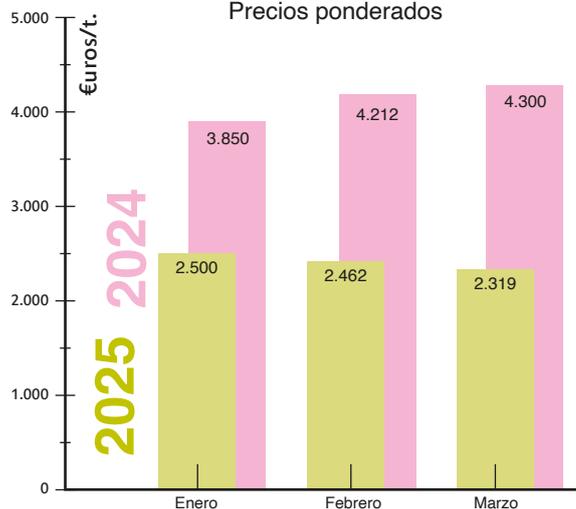
Aceite de semi-llas oleaginosas

Fluctuaciones en ambas direcciones dependiendo de la categoría.

Tras unos meses de alegría en los mercados, los aceites de semillas recuperaban la volatilidad. Así, el girasol refinado cedía ligeramente hasta los 1.270 euros/t. tras meses a 1.280/1.300 euros/t. El aceite de soja refinado, por su parte, se alzaba desde los 1.100 euros/t. hasta los 1.190 euros/t.; y el crudo, desde los 1.150 euros/t. hasta los 1.250 euros/t.

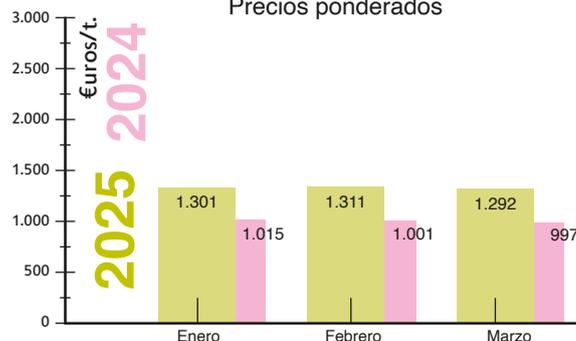
Aceite de Orujo refinado

Precios ponderados



Aceite de Girasol refinado

Precios ponderados



MERCADO INTERNACIONAL - Primer trimestre de 2025

ITALIA

	(Euros/kg.)	
	1º sem. Ene.	4º sem. Mar.
SUR DE PUGLIA & CALABRIA		
ACEITE DE OLIVA virgen extra	8,50	8,50
ACEITE DE OLIVA refinado	4,20	3,55
ACEITE DE OLIVA lampante	3,25	2,90
ACEITE DE ORUJO refinado	2,75	2,45
ACEITE DE GIRASOL refinado	1,26	1,28
ACEITE DE MAÍZ refinado	1,22	1,22
ACEITE DE SOJA refinado	1,16	1,40
ACEITE DE CACAHUETE refinado	2,20	2,10
NORTE DE PUGLIA & CALABRIA		
ACEITE DE OLIVA virgen extra	9,20/9,40	9,00/9,10
ACEITE DE OLIVA virgen	Sin oper.	Sin oper.
ACEITE DE OLIVA refinado	4,00	3,65

TÚNEZ

ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,20/3,60	3,80/3,90
------------------------------	-----------	-----------

MARRUECOS

ACEITE DE OLIVA virgen extra	8,00/8,50	6,25/6,50
------------------------------	-----------	-----------

TURQUÍA

ACEITE DE OLIVA refinado	Sin oper.	3,35/3,45
--------------------------	-----------	-----------

GRECIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	5,00	4,55/4,65
------------------------------	------	-----------

ACEITES Y GRASAS INDUSTRIALES (euros/t.)

Primer trimestre de 2025

	1ª sem. Ene.	4ª sem. Mar.
Sebo fundido	s/c	s/c
Sebo fundido, Extra-fancy	s/c	s/c
Sebo fundido, Fancy	s/c	s/c
Aceite de coco	2.330	2.490
Aceite de palma	1.740	1.670
Aceite de palmiste	2.560	2.630
Aceite de maíz	1.510	1.530
Aceite de ricino	1.300	1.250
Aceite de colza	1.280	1.320
Aceite de pescado tipo hígado de bacalao	4.850	3.810

Aceites y grasas para uso industrial

Gran volatilidad en el mercado ante la "tormenta" geopolítica.

Los aceites y grasas para uso industrial experimentaron grandes fluctuaciones durante todo el trimestre, si bien el aceite de maíz logró una gran estabilidad (+1,3%). Por su parte, se incrementaron los valores del aceite de coco (6,8%), el de colza (3,1%) y el de palmiste (2,7%); mientras que cedieron el de pescado (-21%), el de palma (-4%) y el de ricino (-3,8%).

Las exportaciones de aceite de oliva y aceitunas de la UE suben un 41% en valor en 2024

Las exportaciones de aceitunas y aceite de oliva de la UE se incrementaron un 41% en valor, hasta alcanzar 7.199 millones de euros en 2024. Por su parte, las importaciones comunitarias de estos productos aumentaron un 43%, hasta alcanzar 1.753 millones de euros el pasado año, según el último informe sobre comercio agroalimentario publicado por la Comisión Europea (CE).

Las exportaciones de aceitunas y aceite de oliva de la UE registraron el segundo mayor aumento en comparación con 2023. El volumen exportado de aceite de oliva se elevó un 8% en comparación con 2023, pero se mantuvo muy por debajo de su nivel de años anteriores. Sin embargo, esto se vio compensado por los altos precios (+34%), lo que resultó en un valor de exportación récord, según el informe de la CE.

A nivel general, el Ejecutivo comunitario apunta que las exportaciones agroalimentarias de la UE alcanzaron un nivel récord en 2024, a pesar de los actuales retos mundiales. En concreto, las ventas al exterior alcanzaron 235.400 millones de euros en 2024, lo que supone un aumento interanual del 3%. Reino Unido siguió siendo el primer destino de las exportaciones agroalimentarias de la UE en 2024, con el 2% de las exportaciones totales. Entre otras cifras significativas en 2024, las exportaciones de la UE aumentaron a Suiza (hasta 12.250 millones de euros, +6%) y Japón (hasta 8.335 millones de euros, +6%). Los preparados de cereales, los productos lácteos y el vino encabezan la lista de productos en cuanto a volumen, mientras que las aceitunas y los productos de cacao registraron los mayores aumentos de valor, debido en gran medida a las subidas de precios.



SIERRA
PRIETA

arbequina

SIERRA
PRIETA

ACEITE DE OLIVA
VIRGEN EXTRA
EXTRA VIRGIN OLIVE OIL



Denominación Nacional 2016
ACEITE

Producto de España
Product of Spain

A BRAND THAT HAS REVOLUTIONIZED
THE WORLD OF EVOO

COLIVAL
S.C.O. de Valdepeñas

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

COLIVAL

S.C.O. de Valdepeñas

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

*Valden
vero*





Estudio comparativo de los precios al consumo de aceites en el trimestre (Enero/Marzo 2025)

Aceite de oliva virgen extra

ENVASES	Ene. 2025	Mar. 2025	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Lata 5 l.	56,4	48,5	-7,9	-14,1
Envase 5 l.	50,1	39,9	-10,2	-20,4
Lata 3 l.	46,3	35,2	-11,1	-23,9
Botella 1 l.	15,7	9,9	-5,8	-36,9
Cristal 3/4 l.	13,2	7,8	-5,4	-40,9

El presente estudio se ha realizado comparando el precio de venta al público de los diferentes aceites en establecimientos de Madrid. Para ello, se ha realizado un control de precios en grandes superficies, supermercados y pequeños comercios de esta ciudad. Una vez obtenidas las cotizaciones de las diferentes clases de aceites, se ha realizado una media ponderada de los mismos. A continuación, se compara el precio medio de los diferentes aceites durante la segunda semana de enero de 2025 y la cuarta semana de marzo del mismo año. Los resultados obtenidos aparecen reflejados en los cuadros adjuntos. Seguidamente, se pueden observar las diferentes tendencias entre los movimientos de precios de los aceites de oliva vírgenes extra, así como los del aceite de oliva, orujo y girasol.

Aceite de oliva

ENVASES	Ene. 2025	Mar. 2025	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Lata 5 l.	43,7	32,9	-10,8	-24,7
Envase 5 l.	41,9	27,8	-14,1	-33,6
Envase 3 l.	23,5	16,7	-6,8	-28,9
Botella 1 l.	9,2	7,1	-2,1	-22,8

Aceite de oliva virgen extra

Ante la brusca caída de precios en origen, los lineales sufrieron descensos muy pronunciados en absolutamente todos los envases. El más espectacular lo protagonizó el cristal de 3/4 l., que cayó casi un 41%; seguido de la botella de 1 l., que cedió casi un 37%. La lata de 3 l., por su parte, experimentó una caída del 23,9%; al tiempo que el envase de 5 l. cayó un 20,4%; y la lata de este mismo tamaño se abarató un 14% hasta ofertarse a 48,5 euros.

Aceite de orujo de oliva

ENVASES	Ene. 2025	Mar. 2025	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Envase 5 l.	23,4	19,3	-4,1	-17,5
Botella 1 l.	4,6	3,7	-0,9	-19,6

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 33,6% y un 28,9%, respectivamente. También cedió la lata de 5 l., hasta los 32,9 euros (-24,7%); y la botella de 1 l., que se fijó a 7,1 euros a finales de marzo, un 22,8% menos que a principios del trimestre.

Aceite de orujo de oliva

Caídas -también muy pronunciadas- en los dos formatos del aceite de orujo, que vio cómo su botella de 1 l. descendía un 19% -hasta situarse a 3,7 euros-; y su envase de 5 l. un 17%, ofertándose a 19,3 euros.

Aceite de girasol refinado

ENVASES	Ene. 2025	Mar. 2025	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Envase 5 l.	13,1	12,9	-0,2	-1,5
Botella 1 l.	2,4	2,3	-0,1	-4,1

Aceite de girasol refinado

Ligerísimas caídas en comparación con el resto de calidades, con una botella de 1 l. que descendió un 4% hasta los 2,3 euros; y un envase de 5 l. que hizo lo propio con una caída del 1,5%, hasta los 12,9 euros. 🍯

* Las medias incluyen también los aceites de orujo enriquecidos.

* Las medias incluyen también los aceites de girasol enriquecidos.

NUEVOS LANZAMIENTOS EN

EXPOLIVA

XXII FERIA INTERNACIONAL DEL
ACEITE DE OLIVA E INDUSTRIAS AFINES

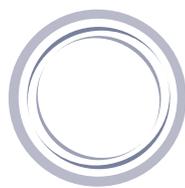
14 AL **17** **MAYO 2025**
IFEJA - JAÉN, ESPAÑA



**NUEVA
UBICACIÓN**

**OLIVO ARENA
PABELLÓN
PIERALISI**

STAND Nº 20



PIERALISI
CIRCULAR THINKING

www.pieralisi.com



Luis Suárez de Lezo

Presidente de la Real Academia de Gastronomía

En septiembre de 2023, el pleno de la Real Academia de Gastronomía elegía por unanimidad a Luis Suárez de Lezo (Madrid, 1974) como nuevo presidente de la institución. Entusiasta de la gastronomía diversa, accesible, sostenible y de calidad, Suárez de Lezo asegura en esta entrevista con *Mercacei Magazine* que el aceite de oliva virgen extra es símbolo de la Dieta Mediterránea y la alimentación saludable. Además, considera que es uno de los productos que mejor ejemplifican la identidad gastronómica española fuera de nuestras fronteras. Suárez de Lezo fue presidente de la Academia Madrileña de Gastronomía durante casi ocho años, etapa en la que creó los Premios de Gastronomía de la Comunidad de Madrid, un evento que se ha consolidado como un referente gastronómico en la ciudad y que impulsó al sector gastronómico madrileño desde un punto de vista social, cultural, económico y de sostenibilidad. En su faceta profesional, dirige desde hace años la Asociación de Empresarios de Alcobendas (Madrid) y es especialista en la gestión de organizaciones sin ánimo de lucro y defensa de intereses, experiencia y conocimiento.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

[Fotos: Full González]



En septiembre de 2023 fue nombrado presidente de la Real Academia de Gastronomía. ¿Cuáles son sus principales objetivos al frente de esta institución y qué balance hace de este año y medio?

Ha sido un año y medio frenético, lleno de aprendizajes y con un balance muy positivo. Desde que pusimos en marcha la nueva Junta Directiva de la Real Academia de Gastronomía y asumí la presidencia, no hemos parado de participar en conversaciones, eventos y proyectos enfocados a impulsar nuestra gastronomía.

Por ejemplo, hemos publicado junto a KPMG un informe en el que se ha cuantificado el impacto de la gastronomía española, arrojando datos muy interesantes, tales como que genera el 27% del PIB y el 37% del empleo en toda su cadena de valor.

Nuestro principal reto actualmente es defender que la gastronomía es una cuestión de Estado. Tiene un poder transformador e integrador que va mucho más allá de la alimentación o el disfrute. Interviene en todos los ámbitos

“La fuerza sensorial de los AOVEs, su versatilidad como un ingrediente básico culinario y sus innumerables usos y empleos han consolidado su presencia en la mayor parte de las cocinas de los buenos restaurantes españoles”]

bitos de nuestra vida. Y eso hay que visibilizarlo enérgicamente.

Además, este año tenemos entre nuestros objetivos seguir fortaleciendo vínculos promocionales a nivel internacional o deslocalizar la celebración de los Premios Nacionales de Gastronomía. Por primera vez, después de 50 años, la gala tendrá lugar fuera de Madrid, celebrando la riqueza de nuestras gastronomías regionales.

Háblenos de la Real Academia de Gastronomía. ¿Cuáles son sus principales funciones?

Nuestro objetivo fundacional es proteger y divulgar el patrimonio cultural gastronómico de España, así como ser el interlocutor de referencia con la Administración General del Estado y el sector público. También con el ecosistema privado y la sociedad.

La Real Academia de Gastronomía es una institución de consulta, punto de encuentro de todos los implicados del sector gastronómico y símbolo del Patrimonio Cultural Gastronómico. Debe ser la voz de la gastronomía española dentro y fuera de nuestro país.

Todo esto, trabajando siempre desde el planteamiento de que la gastronomía es una cadena de valor que se inicia en el producto y finaliza en la gestión del residuo, contemplando en su recorrido la distribución, elaboración y consumo. Es nuestra misión defender una percepción de la gastronomía que va mucho más allá del mero consumo y que integra a productores, industrias de alimentación, investigación, restaurantes... y que está profundamente arraigada en la sociedad.



“No se
entendería el
ADN culinario
de España sin
el AOVE”





Los chefs se han convertido en los grandes prescriptores de la gastronomía española y, por ende, del aceite de oliva virgen extra, uno de los productos más representativos de la Marca España. ¿Cómo cree que los cocineros perciben dentro y fuera de nuestro país este producto básico de la Dieta Mediterránea?

El aceite de oliva virgen extra no sólo es uno de nuestros productos más excelentes, sino que, como bien apuntas, es símbolo de la Dieta Mediterránea y la alimentación saludable. Es también uno de los productos que mejor ejemplifica la identidad gastronómica española fuera de nuestras fronteras, siendo común a todas las culturas regionales. No se entendería el ADN culinario de España sin el AOVE.

["Poco a poco, los buenos AOVEs van ingresando con fuerza en los fogones de los mejores restaurantes internacionales"]

¿Cree que se le otorga al aceite de oliva virgen extra la importancia que merece en la cocina de los restaurantes españoles?

En general, sí. Poco a poco, la fuerza sensorial de los AOVEs, su versatilidad como un ingrediente básico culinario y sus innumerables usos y empleos han consolidado su presencia en la mayor parte de las cocinas de los buenos res-

taurantes españoles, cuyos cocineros son plenamente consciente de la importancia histórica que tiene en la vertebración de la cocina española. Casi todos los chefs de la Península Ibérica han crecido inmersos en la cultura del aceite de oliva y eso, al final, se deja notar.

¿Qué percepción tiene de la presencia de este producto en los establecimientos extranjeros?

En este escenario, la labor de penetración de los AOVEs españoles es más lenta y trabajosa por motivos obvios. En muchas dietas que no sean la mediterránea, las grasas que las estructuran y personalizan son distintas: mantequilla, lardo de cerdo, aceites de semillas, etc. Esto hace que sea necesaria una labor de educación y formación mucho más profunda.

Es cierto que hemos avanzado mucho en estos últimos años y que poco a poco

MÁS PERSONAL

» **Una afición:**

La gastronomía.

» **Una virtud:**

Una gran capacidad para el disfrute.

» **Plato favorito:**

Tortilla de patata, donde un buen aceite es fundamental. Con huevo, sal y patata. No se necesita más.

» **Aceite preferido:**

Todos los de Grandes Pagos de Olivar.

» **¿Qué comida se llevaría a una isla desierta?:**

Un buen surtido de las maravillosas conservas que tenemos en nuestro país.

» **Lo que más le gusta de su trabajo:**

El privilegio de representar a la gastronomía española.

» **Lo que menos:**

Que no todo el mundo sea consciente de que la gastronomía debería ser una cuestión de Estado. Forma parte de nuestra vida, de nuestra forma de relacionarnos y de nuestra salud; y es fundamental para nuestra economía, empleo y para el turismo.

» **Un sueño por cumplir:**

Que la Real Academia sea un referente español y mundial en la defensa y promoción de la gastronomía española.

» **Una última cena, ¿qué menú elegiría y con quién?:**

Un buen cocido con mi familia.





los buenos AOVEs, aquellos de gran calidad, van ingresando con fuerza en los fogones de los mejores restaurantes internacionales. La globalización, la curiosidad y el mestizaje gastronómico nos sirven de fulcro para seguir impregnado de cultura oleícola a recetas tradicionales de países foráneos hasta ahora blindada frente a otros ingredientes internacionales.

¿Qué acciones cree que son necesarias para que el aceite de oliva virgen extra pase a formar parte del día a día tanto de los chefs como de los consumidores españoles?

La educación, la formación y la información sobre un determinado alimento son elementos básicos para estimular y fomentar su correcto uso y consumo. No se puede apreciar aquello que no se conoce. En este sentido, a pesar de los esfuerzos de organismos públicos y de las instituciones financiadas por el propio sector, el recorrido que tienen los aceites de oliva vírgenes extra es aún muy largo. Se está perdiendo el hábito



de consumo en los estratos más jóvenes de la población en Europa del Sur, y España no es una excepción. Esto es muy preocupante puesto que afecta directamente a países tradicionalmente productores y cuyas gastronomías locales están muy infiltradas desde hace milenios por los zumos de aceituna.

A mi juicio, es necesario hacer un mayor esfuerzo para llevar a cabo acciones formativas y didácticas de calado en todas las escuelas de gastronomía y hostelería de nuestro país, potenciar la figura del elaiólogo como experto en la producción de los AOVEs y la del sumiller especialista en la cata de los zumos de aceituna.

Vitroval
ENVASES DE VIDRIO - GLASS PACKAGING

oil
extra virgen
aceite de oliva
500ml

oil
extra virgen
aceite de oliva
500ml

oil
extra virgen
aceite de oliva
500ml

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

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



nas frescas, que sea capaz de aconsejar y asesorar a los comensales sobre las distintas armonizaciones y fusiones en función de los platos ordenados.

Es fundamental que la nutrición sea una asignatura obligatoria en las aulas de Educación Primaria y Secundaria y que las nuevas generaciones aprendan a comer mejor, más saludable, alimentos más sabrosos, y a valorar todo el esfuerzo que pone el agricultor detrás de cada uno de ellos. El AOVE como piedra angular de nuestra cocina tradicional debe de tener un puesto de privilegio dentro de todas estas acciones.

¿Qué opina sobre presentar los AOVEs en restaurantes con un carrito como el de quesos o destilados? ¿O quizás implementar una Carta de AOVEs como se hace con los vinos?

Todo dependerá del interés del restaurador y del nivel formativo del comensal. El carrito es una buena herramienta si

el cliente se deja aconsejar y se sirve el AOVE al comenzar el servicio con el pan y sustituyendo y/o complementando a una buena mantequilla. Aquí es importante subrayar la necesidad de que las botellas de AOVE “roten” con la suficiente rapidez. En caso contrario, corremos el peligro de que algunas que permanezcan demasiado tiempo en el carrito acaben con defectos como la rancidez.

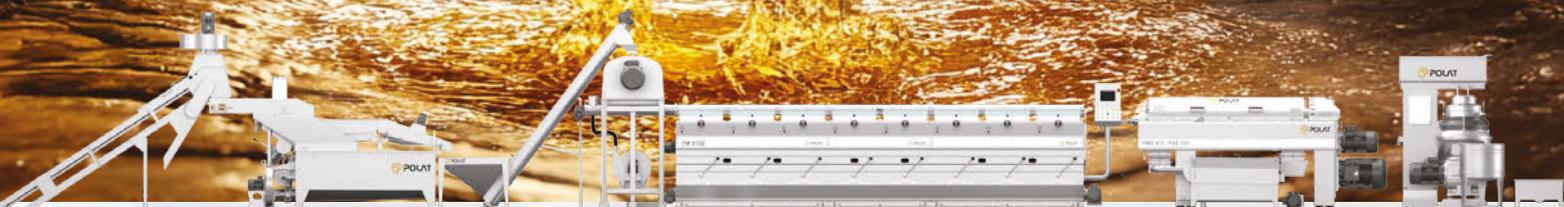
Una Carta de AOVEs también puede ser un instrumento válido de cara a usar un determinado zumo para un plato preciso, pero aquí es fundamental también la figura del sumiller que aconseje el más adecuado para armonizar el pase ordenado por el cliente, teniendo en cuenta factores gustativos/olfativos, perfiles sensoriales, etc. El AOVE es un ingrediente, no es una bebida, por lo que el estudio de los maridajes de cada una de las variedades con sus respectivos índices de madurez es fundamental si queremos que la fusión plato/AOVE sea perfecta.

Recientemente, la Interprofesional del Aceite de Oliva Español mostró su “profunda” preocupación por el persistente incumplimiento por parte de algunos establecimientos de hostelería y restauración de la normativa que obliga a presentar los aceites de oliva en envases irrellenables, que garanticen al 100% la integridad del producto y estén debidamente etiquetados. ¿Qué cree que está fallando?

El hecho de que el consumidor conozca exactamente datos tan importantes como el origen, la trazabilidad y al productor de un AOVE es esencial para estimular su confianza y la certidumbre de que lo que está utilizando como ingrediente es fiable. Que la ley que obliga a utilizar en la restauración sólo y exclusivamente botellas de AOVE con tapón irrellenable no se esté cumpliendo a rajatabla tras más de 10 años de su promulgación, es verdaderamente preocupante.

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**®



“La sociedad crea, consume y comparte contenido gastronómico como nunca y esto representa una oportunidad para promocionar el aceite de oliva virgen extra”

Nos encontramos, sin duda, ante un fraude al consumidor y un agravio hacia tantos y tantos productores que se esfuerzan por crear cada año zumos naturales de frutos frescos de los olivos con una enorme calidad. No se está valorando su trabajo y el empeño en hacer las cosas cada vez mejor.

Asimismo, es nuestro deber como consumidores exigir que una botella de AOVE que nos sea presentada, cumpla estrictamente con la normativa y las regulaciones vigentes en materia de calidad y seguridad alimentaria.

¿Qué le falta y qué le sobra a nuestra gastronomía?

Me atrevería a decir que no le sobra nada. Pero sí me preguntas qué le falta diría que mano de obra y profesionalización. Y no me refiero sólo a la sala, también a cocina y al sector primario, que enfrenta un reto especialmente delicado.

Somos una potencia mundial en términos gastronómicos y necesitamos profesionales que estén a la altura de la excelencia que exige defender ese título. Teniendo en cuenta que el sector es motor económico, dinamizador social, palanca para activar impactos positivos en el medio ambiente... teniendo en cuenta todo lo que significa, se antoja vital que esté comandado por los mejores.

¿Cree que los programas y contenidos dedicados a la cocina y a la gastronomía son unas buenas iniciativas para promocionar el aceite de oliva virgen extra?



El presidente de la Real Academia de Gastronomía, Luis Suárez de Lezo; junto a Cristina Revenga y Juan A. Peñamil, de Grupo Editorial Mercacei.

Durante los últimos años hemos vivido una explosión de la gastronomía. Hemos visto cómo las parrillas de las televisiones apostaban por programas de cocina en *prime time*, los medios de comunicación superaban el clásico formato de crítica, todos teníamos la capacidad de ser prescriptores sólo con nuestra propia voz y un potentísimo altavoz llamado redes sociales.

La sociedad crea, consume y comparte contenido gastronómico como nunca y esto representa una oportunidad para promocionar el aceite de oliva virgen extra. Creo que es un excelente momento para este producto porque, además, tiene valores de salud asociados que conectan con los intereses y tendencias de hoy.

¿La actual formación en gastronomía está sirviendo para sensibilizar a los futuros chefs sobre las propiedades saludables del aceite y su versatilidad en la cocina profesional y la importancia de la sostenibilidad en el origen?

Esa explosión gastronómica a la que me refería anteriormente ha tenido su impacto también en el terreno formativo. Se ha multiplicado exponencialmente la

oferta, que ahora atiende no sólo a materias técnicas históricamente asociadas a la profesión, sino que profundiza en habilidades complementarias.

Campos como la gestión, el trabajo en equipo, la capacidad comunicativa... son hoy necesarios dentro de los programas. Y junto a ellos, la anatomía del producto, entendido más allá de la mera materia prima. Desde los espacios formativos se sensibiliza cada vez más sobre valores sostenibles y saludables, que son presente y futuro, y ahí el AOVE tiene mucho que contar. Como apuntaba anteriormente, hay margen a la profundidad si hablamos de acciones formativas en torno a este producto.

Si tuviera un minuto para “vender” el AOVE a los comensales y turistas que acuden a nuestro país ¿qué les diría?

Que tienen la posibilidad de disfrutar de uno de los tesoros gastronómicos más importantes que tenemos a nuestra disposición. Y que, además de ser maravilloso desde el punto de vista organoléptico, es un producto saludable y que forma parte de nuestro entorno y territorio. No se lo pueden perder. 🍷

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



El efecto Trump, la volatilidad en los precios en origen, la recuperación de los mercados internacionales y la cuota de consumo tras las dos últimas campañas, estrategias diferenciadoras... y otros asuntos de interés



Recuperamos una de las secciones más icónicas -y demandadas- de *Mercacei Magazine* reuniendo alrededor de una mesa a los responsables de algunas de las empresas más importantes del sector. En esta nueva edición de *Los Encuentros de Mercacei* -que recupera su tradicional formato de la mano de la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero, que en 2025 cumple un siglo de vida-, conducida por Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei, abordamos algunos asuntos de máximo interés y actualidad: la incertidumbre ante la nueva etapa Trump y su eterna amenaza de imponer aranceles al aceite de oliva, la volatilidad de precios en origen, la recuperación de la cuota de mercado a nivel internacional y del consumo nacional o las estrategias diferenciadoras y el posicionamiento de las empresas y marcas españolas de aceite de oliva a nivel global.

[Texto: Alfredo Briega Martín] [Fotos: Full González]

EEUU Y EL EFECTO TRUMP

Comencemos por EEUU. ¿Qué escenarios contempláis en el mercado del aceite de oliva de este país ante las injustas y cambiantes políticas arancelarias y comerciales de Donald Trump, con la gran incertidumbre que éstas generan? ¿Cómo está afrontando vuestra compañía esta situación? ¿Estáis buscando mercados internacionales alternativos? Si es así, ¿cuáles son?

Juan Manuel Luque: Nosotros fuimos de las primeras empresas en estar certificadas para el mercado de EEUU y durante mucho tiempo tuvimos una importante presencia allí. La situación traumática que puede llegar ahora ya la sufrimos hace unos años porque, debido a circunstancias societarias, nuestro importador norteamericano fue adquirido por una empresa más grande que prescindió de los pequeños proveedores en favor de los gran-

des. Así que en el mercado de EEUU pasamos de 100 a casi nada. Lo que hicimos fue poner la mirada en otros mercados, en concreto el asiático. Nuestro miedo es que, si le ocurre lo mismo que a nosotros a otras muchas empresas, podemos saturar de oferta el mercado asiático. Volviendo a EEUU, espero que la sangre no llegue al río, o lo haga de una forma gradual, porque los primeros afectados van a ser los consumidores norteamerica-



AGR

by De Prado

VIVEROS * PLANTACIONES
PODAS * ASESORAMIENTO



MUCHO MÁS QUE AGRICULTURA

CÓRDOBA

Av. de Cervantes, 6,
14008 Córdoba, España

ELVAS

Av. António Sardinha 1,
7350-115 Elvas, Portugal



nos; no olvidemos que EEUU se ha convertido en el segundo consumidor mundial de aceite de oliva y produce sólo el 1% de lo que consume, más de 300 millones de kilos.

Álvaro Olavarría: Hay que esperar a ver qué ocurre. La Administración Trump lo que quiere es que se genere valor y se envase allí. Se trata de compensar las balanzas comerciales, donde Europa registra superávit respecto a EEUU. Debería prevalecer el sentido común para no encarecer un producto tan importante en el que no son productores, porque California apenas produce 10.000 ó 15.000 t. El peor de los escenarios sería que penalizasen el origen España, pero incluso en ese caso conviene recordar que para España las exportaciones de aceite de oliva a EEUU representan escasamente el 15% del total, de modo que tampoco hay que dramatizar, aunque desde luego no sería nada deseable. Y, por supuesto, lo que haya que hacer que lo haga la Administración de la UE, que las negociaciones se lleven a cabo desde Europa y no desde España.

Francisco Vañó: Todos los aquí reunidos sufrimos ya la experiencia de los aranceles de 2018 a 2020, hasta que fueron abolidos por la Administración Biden. El problema fue que competíamos en un escenario de desventaja patente frente a los exportadores italianos y portugueses, que no tenían aranceles. La práctica totalidad del coste adicional de esos aranceles del 25% lo soportamos gracias a nuestras cuentas de resultados, muy poco fue repercutido al importador. En este momento, el escenario es algo más optimista que entonces, y coincido con Álvaro en que la respuesta debe ser europea, porque es la única forma razonable de enfrentarnos al gigante norteamericano. Los aranceles representan algo terrible, la inflación. El consumidor norteamericano se va a ver perjudicado seriamente porque al final eso acabará afectándole. Y las administraciones norteamericanas, con independencia del color político, están apostando por mejorar la



Luis Ruiz Quero,
director de Compras
de Aceite de Oliva de
Sovena España



Álvaro Olavarría,
director gerente de
Oleostepa



Rafael Muela,
director comercial de
Muela-Olives



Francisco Vañó,
director general de
Castillo de Canena



Juan Manuel Luque,
director de Luque
Ecológico



Ifaiki Benito,
director gerente de la
Fundación Patrimonio
Comunal Olivarero

salud del ciudadano medio a través de la alimentación, por lo que hay que esperar. Igual nos llevamos una sorpresa agradable y no nos penalizan.

Luis Ruiz Quero: Con Trump todo puede pasar, porque es totalmente imprevisible. Una vez se conozcan los detalles, estableceremos nuestra estrategia operacional en EEUU, donde tenemos dos fábricas, una en Nueva York y otra en Modesto (California), envasando en ambas plantas. Personalmente, no creo que esto afecte mucho al sector a nivel de consumo, porque el arancel puede suponer un euro, aproximadamente. En el caso del aceite de oliva no hay competencia, por lo que la consecuencia sería simple y llanamente que el consumidor norteamericano pagará el producto más caro. Pero si sólo se aplican a España es un paso atrás importante, porque nuestro país lidera las ventas de aceite de oliva en EEUU.

Rafael Muela: Lo primero que hay que ver es si vamos a estar todos los países de la UE dentro de esa imposición de aranceles. Si fuese así, los principales beneficiados serían Tur-

quía y Túnez. El segundo factor que hay que tener en cuenta es el porcentaje, porque el impacto *a priori* puede ser limitado en función del porcentaje, no sólo por el alto poder adquisitivo del consumidor norteamericano, sino porque el diferencial de precio que tenemos respecto al año pasado es casi del 50%, por lo que la bajada del precio en origen está absorbiendo parte de ese posible arancel. De modo que estaríamos en la misma situación que el año pasado con un arancel del 50%. Esto evidentemente afectaría a las ventas, porque el 10% de nuestras ventas se concentran en el mercado americano, pero no sería una locura. Porque, además, el precio no es el único factor; también te compran por marca, por calidad y por afinidad.

Álvaro Olavarría: Me gustaría hacer una observación. Desde octubre de 2019 y hasta marzo de 2021, fecha en la que se aplicaron los aranceles para eliminarlos temporalmente durante una tregua de cuatro meses hasta julio, cuando fueron eliminados definitivamente, los grandes beneficiados fueron países como Túnez, Portugal y Grecia.

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



“Creo que este es un sector muy meteorológico. Para mí un punto clave es contar con una política de agua seria, estructural y a largo plazo, algo que actualmente no se está desarrollando. Disponer de algún mecanismo que protegiera a las tres partes, al agricultor, a la industria y al consumidor, tendría bastante sentido”



(Luis Ruiz Quero)

“Me parecen insuficientes los recursos que se destinan a la promoción y defensa del sector, hay que acercar el producto a la sociedad a través de la educación. A mí me ha sorprendido mucho el mantenimiento del consumo en los dos últimos años tras haber alcanzado precios máximos históricos; soy de los que opina que llegaremos antes de lo previsto a los 3 millones de toneladas de consumo”

Pero España no dejó de exportar; origen España sí, pero la industria envasadora exportó las mismas cantidades de aceites, aunque importados de otros orígenes. Ahora, si se establecen aranceles marcando el origen y castigando a la UE, los que se van a beneficiar son nuevamente los productores turcos o tuneceños, es decir, de fuera de la UE. Pero nuestra industria, si sabe hacer los deberes, no se verá afectada. Y repito que lo mejor es que se imponga el sentido común y no se cometan barbaridades.

Iñaki Benito: ¿Y estáis notando un incremento de las salidas a EEUU?

Álvaro Olavarría: En nuestro caso sí, estamos al 300%, como una moto.

Luis Ruiz Quero: Sí, este mes puede haber algo más de salidas por este efecto Trump.

A nivel de volumen, ¿qué representa el mercado de EEUU para vuestras compañías?

Álvaro Olavarría: Para nosotros es un mercado importante en cuanto a la actividad envasadora. El mercado internacional representa mínimo un 40% y, en el caso del envasado, el más importante con diferencia es el norteamericano, con nuestra marca y con marcas privadas de distribuidores. Por tanto, cualquier decisión que se pueda adoptar relacionada con aranceles nos afectaría.



Rafael Muela: Para nosotros representa el 12% de las ventas totales. Hace dos años constituimos una empresa allí y espero que a mediados de este año ya estemos facturando con ella.

Juan Manuel Luque: En nuestro caso llegó a suponer el 25-30% del total de las ventas exteriores, fue un mercado muy importante, y ahora apenas alcanza un 10%.

Francisco Vañó: En Castillo de Canena la exportación representa dos tercios de la facturación y, dentro de esos dos tercios, EEUU puede estar en torno al 10%. Abrir mercados es muy duro, por lo que si se nos cayera totalmente el mercado americano por

culpa de unos aranceles salvajes del, por ejemplo, 100%, va a ser muy complicado recuperarnos, no es tan fácil.

PRECIOS

Hablemos ahora de precios. ¿Cuáles consideráis que son las causas que explican el escenario permanente de alta volatilidad en los precios en origen del aceite de oliva? ¿Qué medidas se podrían adoptar para corregir esta situación? Porque entiendo que esto os obliga a una continua revisión de vuestra política de precios... Por otra parte, no parece normal que en Italia el virgen extra en origen esté a 9 euros y aquí a 3,8 euros...

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



NUEVA DL-295
Con Función ECO



**ETIQUETADORA
LABELER**



**TAPONADORA
CAPPER**



**MOLINO
MILL**



**MEDIDOR GRASA
FAT METER**



“En el asunto de los aranceles, lo que haya que hacer debe hacerlo la Administración de la UE, es fundamental que las negociaciones se lleven a cabo desde Europa y no desde España”



(Álvaro Olavarría)

“Hay que huir de considerar el producto como una *commodity* porque, si estamos en una *commodity*, el tema de los precios, que es absolutamente de locos, no tiene solución”



Rafael Muela: El escenario de precios que vivimos hoy responde a la ley de la oferta y la demanda. En el segmento Premium, que representa un pequeño porcentaje del mercado, el precio no es un factor diferencial. En el *mainstream*, sin embargo, existe una mayor oferta y el precio baja. Hoy, las decisiones en las grandes almazaras y cooperativas se definen por el coste de oportunidad, por una situación cortoplacista de algunos que son los que determinan la evolución del mercado. Y eso hace que en los últimos tres meses del año pasado hayamos sufrido una bajada de precio sin precedentes, en mi opinión gratuita y accesoría, en la que todo el sector pierde valor: productores, agricultores, almazaras, envasadores y distribuidores. Y eso no le interesa a nadie.

El precio máximo al que se optimizaría la cosecha, empíricamente hablando, son 6 €/kg.; a partir de ese precio, la pérdida de consumo será mayor que el precio que recibiríamos, por lo cual los ingresos totales empezarían a decaer.

En cuanto a la diferencia entre Italia y España, la respuesta es fácil: estamos comparando una oferta y demanda totalmente diferentes. En Italia el público demanda AOVE 100% italiano, que no hay, por eso lo pagan bien y el precio se mantiene alto. En España

no podemos aspirar a eso porque primero deberíamos tener una situación de mercado similar, que implica una demanda superior a la oferta, algo que en España, hoy por hoy, no existe. Hay que aumentar el consumo para equilibrar la oferta y la demanda.

Iñaki Benito: Hablando de stocks estratégicos, ¿creéis que es viable que el sector se ponga de acuerdo para stockar una determinada cantidad de producto?

Rafael Muela: Yo me considero liberal, y eso en teoría atenta, pero... igual tenemos que aprender del sector textil a la hora de manejar el stock.

Luis Ruiz Quero: Prácticamente no existe ningún otro producto en el que se den tantas oscilaciones. Creo que este es un sector muy meteorológico, el clima es un tema muy recurrente, ahora se están llenando los pantanos, pero todos sabemos que volveremos a un ciclo de sequía. Para mí un punto clave es contar con una política de agua seria, estructural y a largo plazo, algo que actualmente no se está desarrollando. En Portugal, por ejemplo, todo su desarrollo parte del Alqueva. Quizás sea un poco utópico hablar de un sistema de regulación de precios, pero para las empresas que navegamos en este océano es muy complicado moverte en estos vaivenes, subir

de 3 a 9 euros, luego bajar a 6... Disponer de algún mecanismo que protegiera a las tres partes, al agricultor, a la industria y al consumidor, tendría bastante sentido.

Álvaro Olavarría: Lo que ocurre en España, que es quien marca los precios en origen, es lo que ocurre en el mundo. Hablamos de un mercado muy volátil, consustancial al propio producto, una *commodity*, que es de lo que hay que huir. Porque si estamos en una *commodity*, el tema de los precios, que es absolutamente de locos, no tiene solución.

Respecto al *Made in Italy*, calculo que serán unas 60.000-70.000 toneladas de aceite de oliva. Esas 70.000 toneladas son las que están recibiendo 9 euros, pero eso también pasa en España, donde somos capaces de vender a ese precio -e incluso más alto- determinados tipos de aceites. Por eso hay que dimensionar cada mercado. Ojalá tuviéramos nosotros la percepción que tiene el consumidor centroeuropeo y americano del aceite italiano, pero no lo conseguimos. Algo estamos haciendo mal. ¿Soluciones? No hay. Existe ya una ley, un Real De-

KOCAMAZ

OLIVE OIL TECHNOLOGIES

www.kocamaz.com.tr



QUIERES PRODUCIR TU
PROPIO ACEITE DE OLIVA?



Para ver el catálogo, por favor
escanee el código QR.

Las máquinas para extracción de aceite de oliva de la serie MN permiten la producción a pequeña escala con diferentes capacidades de trabajo, desde 50 Kg/h hasta 1200 Kg/h. Kocamaz ofrece una solución integral en extracción, almacenamiento y envasado de aceite de oliva, tanto para uso personal como para un proyecto de venta de aceite de oliva de calidad con marca propia



*Para obtener más información, póngase en contacto con nuestro representante de ventas en España.



Parque Científico Tecnológico Rabanales 21
Calle Astrónoma Cecilia Payne, nº 8. Edificio Centauro.
Planta Baja. 14014 Córdoba. España

M: +34 609 755 880
www.spanisholivetechology.com



“Si algo hemos visto en estos últimos 18 meses es que la elasticidad demanda-precio es mucho más rígida de lo que pensábamos. Y, a pesar de todo, no hemos aprendido, fundamentalmente por la enorme fragmentación que existe en la oferta. En mi opinión, el gran reto al que se enfrenta el mercado del aceite de oliva es acabar con esta enorme volatilidad”



(Francisco Vañó)

“No creo en el olivar superintensivo como única solución al problema de los precios. No podemos basar toda la estrategia de un país como España en las plantaciones superintensivas porque hay una enorme cantidad de factores limitantes, empezando por el agua”

creto de autorregulación mediante el cual se podría aplicar una retirada obligatoria del aceite de oliva con la que posiblemente, y a efectos numéricos, podríamos obtener mejores resultados de nuestras liquidaciones. Desde mayo de 2020, cuando el lampante estaba a 1,6 euros, hasta enero de 2024, cuando ascendía a 8,2 euros, hemos multiplicado por cinco el precio en producción en origen del aceite de oliva. Por tanto, algo estamos haciendo rematadamente mal. Todavía está por ver la factura que nos va a pasar la subida de los precios de 2024.

Francisco Vañó: El concepto, como bien dice Álvaro, es descomoditizar el aceite de oliva virgen extra, eso haría que la volatilidad se moderase. Nosotros el año pasado subimos los precios muy poco, sólo un 7%. Estar a resguardo de las volatilidades de los precios es fundamental para consolidar mercado. Si algo hemos visto en estos últimos 18 meses es que la elasticidad demanda-precio es mucho más rígida de lo que pensábamos. Y, a pesar de todo, no hemos aprendido, fundamentalmente por la enorme fragmentación que existe en la oferta. Yo no invierto en bolsa, pero los que lo hacen venden cuando el mercado está subiendo y cuando comienza a bajar se quedan sentados. Pues aquí es al revés, lo que acelera el efecto perverso de la caída de mercado. En mi opinión, el gran reto al que se enfrenta



el mercado del aceite de oliva es esta enorme volatilidad, que imposibilita hacer un flujo de caja a 5 años.

Juan Manuel Luque: Se ha dado la tormenta perfecta. La causa de esa gran volatilidad es que había muy poca cantidad de producto. Si enganamos un par de años de buenas producciones la volatilidad bajará, incluso con las condiciones climáticas cambiantes. Y el exceso de información en manos de operadores no profesionales... Estoy con Álvaro, solución no hay, no le demos más vueltas. Lo único que podrá compensar de alguna manera es tener unos enlaces importantes seguidos, entonces probablemente no habrá tantas subidas

ni bajadas. Y quiero pensar que el incremento de los costes de producción, que han sido globales para todos, hará que el suelo del aceite de oliva no esté tan cerca de dos euros.

Luis Ruiz Quero: Además, el año pasado tuvimos que lidiar con precios altos y con intereses financieros igualmente muy altos y, a pesar de ello, la mayoría del sector ha funcionado bien. Si los precios bajan en exceso toda la cadena se resiente, afectando especialmente al eslabón inicial, el productor. Cuando el producto tiene valor toda la cadena funciona mejor, incluso con dificultades.

Juan Manuel Luque: Me gustaría apuntar también que en el sector eco-

RECEPCIÓN Y PROCESADO

ACEITUNAS PISTACHOS ALMENDRAS

JRR

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





“Hoy, las decisiones en las grandes almazaras y cooperativas se definen por el coste de oportunidad, por una situación cortoplacista de algunos que son los que determinan la evolución del mercado. Y eso hace que en los últimos tres meses del año pasado hayamos sufrido una bajada de precio sin precedentes, en mi opinión gratuita y accesorio, en la que todo el sector pierde valor”



(Rafael Muela)

“Es evidente que se ha producido una recuperación del consumo vía precio, pero me gustaría visualizarla en un contexto temporal más amplio, a largo plazo, porque tengo la sensación de que hemos llenado la alacena, así que quiero ser algo más prudente. La demanda es inelástica, cuando sube y cuando baja el precio”



lógico hemos asistido este año a un incremento en el diferencial. ¿Por qué? Entre otras razones, porque estamos descomoditizando el producto.

Rafael Muela: Recuerdo que un comprador decía que el aceite no es una *commodity*, sino un *hard commodity*, como el tomate frito (*risas*).

Iñaki Benito: Ahora que habláis de descomoditizar el producto, de ponerlo en valor y no banalizarlo, ¿no creéis que la estrategia del sector también debería ir más a valorizar las distintas categorías y que el lampante y el refinado compitan con otros aceites vegetales de precio inferior, que exista una brecha más

grande entre la categoría superior, el virgen extra, y la inferior, que también puede competir muy bien con el orujo o los aceites de semillas?

Francisco Vañó: Ése es el quid de la cuestión, en el sentido de que en cualquier producto siempre se pone en valor la categoría superior, en este caso los aceites de más calidad, los vírgenes extra. El problema es que determinados operadores se empeñan en hacerlos competir con otras grasas vegetales, y eso es un error. Hoy en día, existe una brecha brutal entre el precio de los vírgenes extra normales del POOLred y el de los AO-VEs Premium.

Álvaro Olavarría: En la medida en que el POOLred sea algo voluntario y responda a determinados intereses, está totalmente distorsionado. Habría que huir de indexar las operaciones a este o cualquier otro sistema y plataforma de precios en origen del aceite de oliva, porque no refleja en absoluto la realidad mientras la normativa siga como está.

Juan Manuel Luque: Además de que es una herramienta que al final ven todos nuestros importadores.

Francisco Vañó: Y los cosecheros. Ahora mismo beneficia, pero otras veces te penaliza.

Rafael Muela: Es cierto que no refleja fielmente la realidad, pero el operador profesional sabe que a 3,60 euros no se

puede encontrar un virgen extra con panel de cata en el mercado, sino que tiene que pagarlo por encima de 4 euros.

Álvaro Olavarría: La realidad es que cuando el consumidor está frente al lineal los ojos se le van detrás del precio.

Luis Ruiz Quero: Pero eso también tiene que ver con la falta de conocimiento del producto, porque cuando no conoces un producto lo reduces al precio. Una vez lo valoras, es cuando estás dispuesto a pagar más por él. Es importante acercar la cultura del virgen extra a los colegios, por ejemplo, porque van a ser nuestros futuros consumidores. Nos enfrentamos a muchas amenazas y yo creo que la escuela se hace desde abajo, al final uno valora lo que conoce. El aceite de oliva no puede bajar la guardia, creo que invertimos poco en promoción.

Iñaki Benito: Para cerrar este bloque, ¿consideráis que con el aumento de las plantaciones en régimen intensivo o superintensivo la volatilidad de precios puede ir a menos por aquello de una mayor estabilidad de las producciones y un menor efecto de la vecería?

Juan Manuel Luque: Estos años de precios tan buenos han supuesto un incentivo brutal al desarrollo de ese sector, ahí está el ejemplo de Portugal, cuya producción ha registrado unos niveles que ni ellos mismos esperaban.

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



BALAM.ES

An aerial photograph of a large-scale agricultural plantation. The trees are arranged in neat, parallel rows, creating a grid-like pattern. The ground is a mix of brown soil and green foliage. In the background, there are other fields, some green and some brown, under a clear sky.

BALAM
| AGRICULTURE |



Incluso en Andalucía el incremento de nuevas plantaciones en seto está siendo muy importante. Entonces vamos a incrementar esa masa de aceite ecológico, creo que la estrategia la tenemos todos muy clara.

Francisco Vañó: Particularmente, no creo en el olivar superintensivo como única solución al problema de los precios. No podemos basar toda la estrategia de un país como España en las plantaciones superintensivas porque hay una enorme cantidad de factores limitantes, empezando por el agua. Jaén produce en un año bueno el 20% de la producción total de España, y el 98% es olivar tradicional o intensivo. Nosotros hemos hecho plantaciones en superintensivo en secano con el IFAPA, y no hay prácticamente nada de producción. Con unas temperaturas en verano de 42° C y una humedad relativa del aire del 25% es imposible sacar adelante un olivar superintensivo. Por no hablar de que, en términos de sostenibilidad, un olivar tradicional no se puede comparar bajo ningún concepto con otro superintensivo a nivel medioambiental, de ecosistema y biodiversidad, y desde el punto de vista de la sostenibilidad social.

Luis Ruiz Quero: Eso depende de la política que tengas. Se trata de utilizar justo el agua que necesitas, ni más ni menos, el plan de sostenibilidad consiste en no destinar más recursos de los que necesitas para sacar tu producción: abono, agua... Existe una visión del superintensivo basada en explotar cantidad, en el volumen, pero realmente detrás de los proyectos también hay un planteamiento de sostenibilidad, de intentar ser eficientes y eficaces en lo que se hace, con el mínimo de recursos, pero creo que ese aspecto no está bien comunicado al resto del sector.

Rafael Muela: Más que de biodiversidad, se trata de una cuestión de gestión del riesgo. Nosotros en nuestra zona, en Priego, tenemos un problema con una variedad minoritaria, el picudo. Pues la sequía ha hecho bueno al picudo. Creo que el olivar superinten-

“Se ha dado la tormenta perfecta. La causa de esa gran volatilidad es que había muy poca cantidad de producto. Si enganchamos un par de años de buenas producciones la volatilidad bajará, incluso con las condiciones climáticas cambiantes”



(Juan Manuel Luque)

“En este sector hay muchos subsectores y por tanto no hay una única estrategia, hay múltiples estrategias y posibilidades en función de si hablamos del sector ecológico, del Premium, de las DOPs...”



sivo es menos sostenible porque consume más recursos.

Álvaro Olavarría: Respondiendo a tu pregunta, si hay agua, sí. Porque donde hay agua el olivar superintensivo o en seto funciona estupendamente y solucionas un problema de mano de obra, pero donde no hay agua y una orografía complicada, no es viable. Nosotros vamos a firmar en los próximos días un acuerdo con el IFAPA para crear un jardín de variedades, todas andaluzas por cierto, y ver su comportamiento en secano en la comarca de Estepa.

Álvaro Olavarría: Permitidme un par de preguntas. ¿Qué hacemos con el canal Horeca para poner orden y conseguir que se aplique el Real Decreto de 2013 sobre los envases irrellenables, con 100 millones de turistas que han visitado España, segunda potencia mundial, en 2024? Porque no podemos hacerlo peor...

Francisco Vañó: Mientras no haya inspecciones y multas a los restaurantes por incumplir el Real Decreto, aunque sean de 100 euros, no se conseguirá nada.



¿Y qué os parecen los formatos tipo biberón?

Francisco Vañó: Eso lo ha puesto de moda Grazza en EEUU, y están triunfando como la Coca-Cola.

Rafael Muela: Los biberones estaban entre nosotros hace bastante tiempo. Esto pretende acercarse a un público joven y me parece muy acertado desde el punto de vista del marketing, algo de venta directa y con dos tipos de uso, cocina y en crudo, para simplificar y que el consumidor no se rompa la cabeza, así que me parece inteligente y acertado.

RECUPERACIÓN DE CUOTA DE CONSUMO

Siguiendo con precios y consumo, ¿estáis observando una recuperación de cuota en mercados internacionales donde se perdió a raíz de la notable subida de precios registrada en las dos campañas anteriores? ¿Qué mercados destacaríais?

Y en el caso del mercado nacional, ¿habéis notado también esta recuperación del consumo?

Luis Ruiz Quero: A mí me ha sorprendido mucho el mantenimiento del consumo en los dos últimos años tras haber alcanzado precios máximos históricos que ni imaginábamos. En este momento estamos viendo que hay zonas como Asia, India o África donde el crecimiento del consumo es más lento porque va muy ligado a la logística, pero en España, en los meses de enero y febrero, el consumo ha aumentado un 36% en comparación con el año pasado gracias a una política promocional en supermercados, en formato grande. También es cierto que hablamos de aumento de ventas, pero con menos valor, vendemos más pero generamos menos. Soy de los que opina que llegaremos antes de lo previsto a los 3 millones de toneladas de consumo.

Álvaro Olavarría: El consumo va como una moto. En la campaña

2024/25, de octubre a febrero, y en comparación con la campaña anterior, el consumo interior ha crecido un 33% y las exportaciones un 21%. Vamos por el buen camino.

Rafael Muela: Es cierto que los datos no mienten y es evidente que se ha producido una recuperación del consumo vía precio, pero me gustaría visualizarla en un contexto temporal más amplio, a largo plazo, porque tengo la sensación de que hemos llenado la alacena, así que quiero ser algo más prudente. La demanda es inelástica, cuando sube y cuando baja el precio.

Francisco Vañó: Al final no hemos sido capaces de transmitir que realmente es un producto gourmet baratísimo: puedes tomar 20 ó 30 ml. del mejor AOVE del mundo por 30 ó 40 céntimos al día.

Iñaki Benito: ¿Y qué opináis de la categoría virgen, que siempre está en una especie de sándwich?



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



Luis Ruiz Quero: Es muy difícil vender algo cuando técnicamente es un producto con defecto. Tenemos que vender todo lo que producimos, es un tema de enfoque de marketing. La palabra defecto tiene una connotación negativa que penaliza la categoría.

Rafael Muela: Siento discrepar. Creo que es una categoría necesaria y que no ha dejado de crecer incluso con tendencia de precios alcista, y sigue siendo un zumo. El aceite de oliva virgen nos va a salvar de los vírgenes extra cojos.

ESTRATEGIAS DIFERENCIADORAS Y GANADORAS

Ante un mercado nacional e internacional tan cambiante y con un desconocimiento importante por parte del consumidor en torno al AOVE, ¿qué políticas comerciales creéis que hay que poner en marcha y cuáles son las estrategias ganadoras para revertir esta situación?

Juan Manuel Luque: En este sector hay muchos subsectores y por tanto no hay una única estrategia, hay múltiples estrategias y posibilidades en función de si hablamos del sector ecológico, del Premium, de las DOPs... cada subsector tiene una estrategia determinada y ya somos lo suficientemente maduros para saber diferenciar y hacia dónde hay que apuntar.

Álvaro Olavarría: En esa estrategia para dinamizar el sector observo una separación entre los que están en la parte de la comercialización y los que están exclusivamente en la parte de la producción, que en muchas ocasiones son totalmente ajenos a la realidad del sector y piensan que su labor termina cuando entregan la aceituna a la almazara, no va más allá. La estrategia y el enfoque, por tanto, son muy diferentes. Aquellos que estamos en toda la cadena de valor tenemos que defender la parte agronómica, vivimos del éxito de nuestros productores y queremos hacerlos más eficientes, generando el máximo valor con vistas a la comercialización. A mí no me interesa que la materia prima en origen valga muy poco, sino un alto valor de

Influencers y nuevas tendencias de consumo

Francisco Vañó: Creo que todos coincidimos en la importancia de educar y formar al consumidor, de transmitirle información, de intentar que sea consciente de lo que consume. Aparte de la salud, hay una serie de externalidades positivas y complementarias a las que no concedemos demasiada importancia ni ponemos en valor: conceptos como trazabilidad, sostenibilidad, origen, genuinidad...

Álvaro Olavarría: Tenemos que preguntarnos qué nivel es mayor, el del *influencer* o el del destinatario del *influencer*. Cuando el *influencer* es cualitativo, habla con propiedad y transmite buena información, puede llegar a quien realmente interesa, y eso hay que cuidarlo muchísimo porque puede ser un efecto *boomerang*.

Juan Manuel Luque: Fijaos en que un producto como el aguacate, que es absolutamente insípido, se ha puesto de moda como desayuno porque es una grasa saludable, y ahí no hemos sabido entrar nosotros.

Rafael Muela: Si coges por ejemplo el anuncio de Nocilla y la sustituyes por el aceite de oliva quedaría perfecto, encajaría a la perfección. Creo que el problema es cómo perciben las nuevas generaciones la alimentación: no como un hecho relevante, sino como un acto obligatorio. Si no consideras que ese acto de comer muestra una parte relevante de tu cultura, entonces difícilmente te vas a preocupar de uno de los ingredientes.

Luis Ruiz Quero: El éxito sería que cada consumidor tuviera varias botellas de aceite de oliva virgen extra en su casa. ¿Se puede vivir sin virgen extra? Es un producto necesario. La gente cada vez tiene menos tiempo para cocinar y por eso los supermercados destinan un área mayor a los productos procesados. La venta de aceite de oliva como ingrediente también es muy estratégica para nuestro sector, pero los vaivenes de precios no ayudan a que se desarrolle y evolucione con normalidad.

la producción para acudir al mercado y comercializar el producto. Los que estamos en todos los eslabones, desde el origen hasta el punto final, la comercialización, afrontamos sin duda el reto más difícil de todos.

Luis Ruiz Quero: Como he dicho antes, en la parte de comercialización me parecen insuficientes los recursos que se destinan a la promoción y defensa del sector. Hay que acercar el producto a la sociedad a través de la educación. En la parte de la producción también hay que dotar a los agricultores de recursos, se necesita una política del agua estructural y mucho más estable que la actual. Y las empresas que estamos en medio lo que buscamos es una seguridad jurídica para trabajar con tranquilidad y normalidad. Hay que darle certidumbre al producto que trabajamos, a lo que vendemos.

Álvaro Olavarría: En ese sentido sería muy importante armonizar las normas de calidad a nivel internacional, porque lo que aquí es bueno en otros sitios no vale.

Rafael Muela: Respecto a los paneles de cata, hay quien propone que un primer paso sería reducir los límites físico-químicos, y no me parece mal.

Iñaki Benito: ¿Creéis que la cata es la mejor forma de dar a conocer el producto a un consumidor que no está familiarizado con él?

Álvaro Olavarría: El Consejo Regulador de la DOP Estepa lleva varios años haciendo maridajes. A nivel profesional si disfraces el AOVE con cualquier otro alimento no se detectan todos sus matices y complejidad. Pero una cosa es hacerlo a nivel profesional y otra a nivel de consumidor. 💧



La Macchina
para todo

Grupo
AGROISA



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

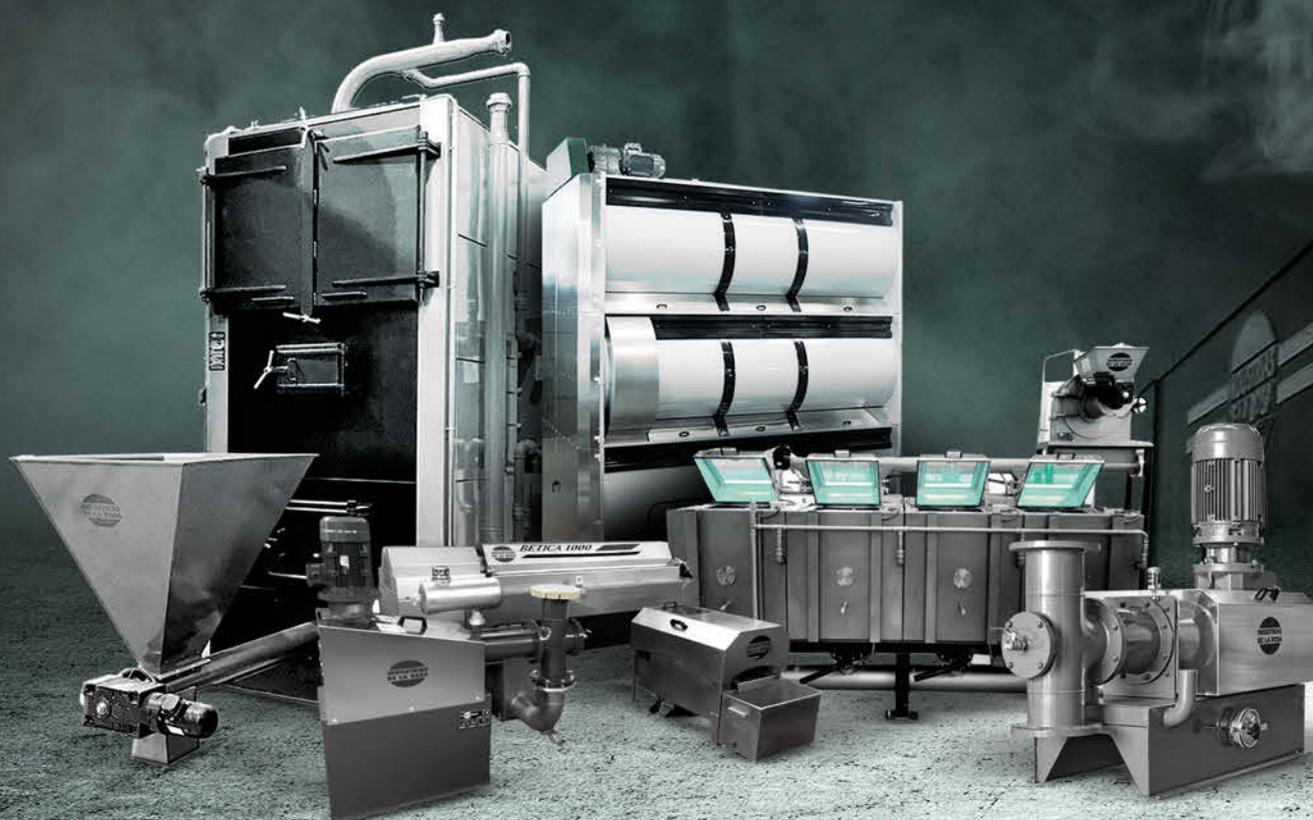


apdo.33 | bolivia 161 plg ind lapachares
+34 958 335 003 office
18360 | huétor tájar | granada | esp
info@agroisa.com

**INDUSTRIAS
DE LA ROSA**

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

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



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

industriasdelarosa@industriasdelarosa.com



WWW.INDUSTRIASDELAROSA.COM



Nace Winter FancyFaire*, la nueva feria comercial de la SFA de productos gourmet que debutará en San Diego en 2026

La Specialty Food Association (SFA) anunció el lanzamiento de una nueva feria comercial, Winter FancyFaire* (WFF), que se celebrará en San Diego Convention Center en enero de 2026 durante tres días, "creando un campus culinario de descubrimiento, conexión y creación de tendencias". Con el lanzamiento de Winter FancyFaire*, esta asociación anunció la finalización de Winter Fancy Food Show después de 2025.



[Texto: Cristina Revenga Palacios]

Este anuncio se llevó a cabo durante la 49ª edición de Winter Fancy Food, celebrada del 19 al 21 de enero en Las Vegas Convention Center, donde alrededor de 1.100 expositores de todo el mundo de casi 50 categorías de alimentos y bebidas gourmet expusieron en la feria, que recibió a 12.000 representantes de la industria. Además de los fabricantes y compradores, asistieron a esta feria prensa, influencers, inversores y buscadores de tendencias.

En esta relevante muestra, la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), con el apoyo del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), organizó el Pabellón Español, que contó con un total de 12 empresas del sector, entre ellas productoras de aceite de oliva.

Asimismo, ICEX España Exportación e Inversiones, a través de su campaña *Foods & Wines from Spain*, organizó un espacio gastronómico diseñado para potenciar el valor del Pabellón Español y de las empresas participantes, asegurando una mayor visibilidad de los productos exhibidos. Además, este espacio contó con seminarios, catas, degustaciones y demostraciones gastronómicas lideradas por chefs y profesionales del sector con



Pabellón Español en Winter Fancy Food y área gastronómica con el chef Mat Schuster.

el objetivo de atraer público al pabellón, destacando la calidad y las características únicas de los mejores productos agroalimentarios tales como el AOVE.

El chef Mat Schuster, de Canela Bistro & Wine Bar de San Francisco, fue el anfitrión del área gastronómica. La pasión de este chef por la cocina española es evidente en sus interpretaciones modernas de platos clásicos. De esta manera, el producto español se acercó a los profesionales y medios de comunicación, y sirvió para formar a los profesionales estadounidenses en la calidad y aplicaciones de dichos productos en la restauración, impulsando su origen y generando pasión por nuestra gastronomía. Por ejemplo, dentro del programa de este espacio se descubrió qué es un AOVE de calidad, qué hace que un virgen extra sea bueno y cómo diferenciarlo y saber cuál es su valor.

Una mirada al futuro

"Al cerrar el capítulo del último Winter Fancy Food Show, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a nuestros creativos fabricantes de alimentos gourmet que mostraron una combinación inspiradora de innovaciones que marcaron tendencia. También quiero agradecer a los entusiastas asistentes cuya energía y compromiso hicieron de este show un éxito rotundo", remarcó Bill Lynch, presidente de SFA.

"Estamos entusiasmados por marcar el comienzo de una nueva era con Winter FancyFaire* en San Diego a partir de 2026. Sobre la base sólida del Winter Fancy Food Show, Winter FancyFaire* continuará con su legado, reuniendo a una comunidad dinámica de empresarios, compradores y líderes de opinión para dar inicio al ciclo anual de la industria con conexiones vibrantes, educación perspicaz y productos innovadores durante muchos años", resaltó.



La SFA desarrolla Winter FancyFaire* con la vista puesta en el futuro, ofreciendo a los participantes la oportunidad de ser los primeros en llegar al mercado y una primera mirada al futuro de los alimentos gourmet. La feria comercial dará la bienvenida a fabricantes emergentes y establecidos por igual, al tiempo que pondrá de relieve las tendencias clave de los consumidores y los productos que las satisfacen.

“La innovación es el elemento vital de la industria de los bienes de consumo masivo y la misión de la SFA es ayudar a que esa innovación llegue al mercado. Sin embargo, reconocemos que la industria ha cambiado y que poner en marcha, hacer crecer y mantener una marca de bienes de consumo masivo es más difícil que nunca. Winter FancyFaire* se diseñó teniendo en cuenta esta realidad, ofreciendo a las marcas de todos los tamaños una plataforma única para conectarse con la comunidad de compradores, obtener información valiosa y explorar oportunidades de crecimiento”, explicó el presidente de la SFA.

Tras su debut en 2026 en San Diego, WFF se trasladará a San Francisco en 2027. “Las dos ciudades de California, conocidas por su cultura gastronómica, mejoran el valor de la feria para los participantes al ofrecer acceso a una gran cantidad de minoristas, restaurantes y proveedores”, precisó la SFA.

En concreto, la Winter FancyFaire* de 2026 se celebrará del 11 al 13 de enero en San Diego; mientras que la edición de 2027 tendrá lugar del 17 al 19 de enero en San Francisco.

WFF también aprovechará estas ubicaciones para ofrecer experiencias que sumergen a los participantes en los escenarios culinarios y minoristas locales. “Según un reciente Informe de tendencias de Freeman, los *millennials* y la *Generación Z* representarán el 75% de la fuerza laboral de EEUU para 2030. Las expectativas de estas generaciones respecto a las ferias comerciales incluyen un descubrimiento más experiencial de productos; la identificación de tendencias antes de que se generalicen; la inmersión e inspiración de la cultura local; y más orientación y socialización en tiempo real basados en datos. Winter FancyFaire* se ha desarrollado desde cero para cumplir con estas expectativas”, detalló, por su parte, Phil Robinson, vicepresidente senior de desarrollo de miembros de SFA.

Para reforzar aún más la centralidad de la innovación en la nueva feria comercial, SFA también avanzó la celebración del premio *sofi*™ 2025-26 durante WFF 2026, lo que supone “un cambio en el cronograma de estos reconocimientos que reconocen los mejores y más innovadores productos gourmet al comienzo de cada nuevo año”.

Con el lanzamiento de Winter FancyFaire*, la SFA anunció la finalización de Winter Fancy Food Show después de 2025. Por su parte, Summer Fancy Food Show permanecerá sin cambios y la feria comercial de 2025 se llevará a cabo del 29 de junio al 1 de julio en el Javits Center de la ciudad de Nueva York. 🟡

esbelt

Bandas transportadoras termoplásticas
La alternativa a las bandas de caucho

Atóxicas
Seguridad alimentaria
garantizada

Estables
No requieren retensado

Robustas
Alta carga y durabilidad

¡Eleva tu cosecha al siguiente nivel!



Homologados por las principales
cooperativas olivareras

Tel. 93 207 33 11 - www.esbelt.com - esbelt@esbelt.com

 esbelt



Entrevista a Leana Salamah, vicepresidenta senior de Marketing y Comunicaciones de la SFA

“El aceite de oliva es una de las categorías de alimentos gourmet más vendidas entre los compradores de EEUU”

Desde 1954 Specialty Food Association (SFA) organiza cada año, en verano y en invierno, dos ferias de gran relevancia y dimensión en EEUU dedicadas a la exposición de productos gourmet y delicatessen, entre ellos el aceite de oliva virgen extra. Se trata de Summer Fancy Food en Nueva York y Winter Fancy Food en Las Vegas, que dejará de celebrarse a partir de 2025, dando paso a Winter FancyFaire*, que debutará en San Diego en 2026 y se trasladará a San Francisco en 2027. Hablamos con Leana Salamah, vicepresidenta senior de Marketing y Comunicaciones de la SFA, quien nos ofrece detalles de esta feria totalmente renovada, así como de las tendencias de consumo de aceite de oliva en el país norteamericano.

Los Fancy Food Show son eventos muy esperados cada año por la industria de alimentos gourmet. ¿Qué ofrecen estas ferias a los expositores y visitantes? ¿Cómo les beneficia participar en estas ferias?

Summer Fancy Food Show y la Winter FancyFaire* -el evento más reciente de la SFA y la primera feria de alimentos y bebidas especializados del año- ofrecen múltiples ventajas a los participantes: una red de contactos y eventos sin precedentes; un escaparate de productos artesanales de alta calidad en más de 40 categorías; conferencias magistrales y programas educativos que invitan a la reflexión; y un anticipo de hacia dónde se dirigen las necesidades, deseos y valores de los consumidores.

¿Cuál ha sido la evolución de la presencia de las empresas de aceite de oliva en estas dos ferias en los últimos años?

El aceite de oliva español tiene una fuerte presencia en los salones Fancy Food, tanto en el Pabellón Español como en los stands de importadores y distribuidores. En el último Fancy Food Show de enero, más de 50 expositores mostraron diversas variedades de aceite de oliva y, dada la alineación del aceite de oliva con las tendencias actuales de la alimentación gourmet, no nos sorprendería ver cifras más altas en la próxima edición de Summer Fancy Food Show y en futuros eventos.

¿Qué destacaría del aceite de oliva español?

Como mayor productor mundial de aceite de oliva, España ejerce una gran influencia en el consumo de esta popular categoría de alimentos gourmet. El creciente interés de los consumidores por la autenticidad y la narración de historias en sus productos crea una oportunidad para

que los productores españoles de aceite de oliva comercialicen las características únicas y las historias de sus productos de alta calidad.

¿Qué papel juega el aceite de oliva en la cesta de compra del consumidor estadounidense? ¿Cree que es un producto cada vez más consumido en el país?

En una reflexión de SFA's 2025 Trends Predictions-“Yes, Chef”, muchos estadounidenses buscan ingredientes de calidad como el aceite de oliva de alta gama para cocinar, así como para otros usos en casa. Tal y como se cita en el “Estado de la Industria de Alimentos Especializados de la SFA, Aceites y Vinagres”, se trata de una de las categorías de alimentos gourmet más vendidas entre 2023 y 2024, lo que refleja el aumento de la conciencia y el consumo de este producto entre los compradores estadounidenses.

Talcoil

Hasta la última gota



LAMINAR



MICRONIZADO



NATURAL



Escanea este código con la cámara de tu móvil y descubre más sobre las ventajas de Talcoil.



Microtalco natural

Coadyuvante tecnológico para almazaras



Entrevista a Mat Schuster, chef ejecutivo de Canela Bistro & Wine Bar (San Francisco, EEUU)



“Utilizamos AOVE en todo lo que elaboramos”

Mat Schuster, propietario de Canela Bistro & Wine Bar, es el anfitrión del área gastronómica del Pabellón Español en la mayor muestra de la Costa Oeste dedicada exclusivamente a productores y compradores de alimentos gourmet. En su restaurante ubicado en San Francisco elabora versiones modernas de la cocina tradicional española. Fundado en 2011, Canela Bistro & Wine Bar supone el sueño de este cocinero de compartir su amor por la cocina y la cultura españolas en esta ciudad conocida por su belleza y barrios multiculturales. Schuster ha dedicado su vida a crear sabores sofisticados utilizando productos locales de primera calidad combinados con productos gourmet españoles como el AOVE, protagonista indiscutible de sus platos.

¿Cómo surgió tu interés por la gastronomía española?

Mi pareja es de España, de Madrid (la mejor ciudad) para ser exactos. Su madre era de Córdoba y me enseñó muchas de sus recetas. Además, realicé varias prácticas en diferentes restaurantes de España, donde me enamoré de su cocina y su cultura.

¿De dónde proceden los productos que utilizas en tu cocina de Canela Bistro & Wine Bar de San Francisco?

Conseguimos todo lo que podemos de España y el resto, lo más local posible, de California. Hay algunos productos intermedios, pero el objetivo primero siempre es España. Tenemos suerte de poder adquirir más productos que cuando abrimos el restaurante. Parece que cada día hay más disponibilidad.

¿Qué papel juega el aceite de oliva en tus platos?

El aceite de oliva tiene un papel protagonista. Utilizamos aceite de oliva en todo lo que elaboramos. Desde las salsas, a los platos de acabado, algunos postres e incluso para saltear. Algunos son de

origen único y otros son *blends*. ¡No sería cocina española sin aceite de oliva de España!

¿Qué cualidades destacarías del AOVE?

El aceite de oliva de España no sólo aporta beneficios para la salud, sino que también tiene un excelente sabor. Recuerdo una de las prácticas que hice cuando era más joven. Fue en el Restaurante Echaurren, en Ezcaray. Cocinaban el pescado fresco a baja temperatura sólo en aceite de oliva virgen extra, añadían un poco de sal y ningún otro condimento. Supuso un gran aprendizaje para mí saber que los aceites de oliva pueden ser tan diferentes entre sí y añadir un sabor tan maravilloso a la comida.

Por supuesto, cada aceite tiene un uso distinto. Este es un hecho que los estadounidenses conocen mejor que los españoles. Ahora tenemos muchos aceites de oliva españoles disponibles en EEUU, pero no siempre ha sido así. Ciertamente, no tenemos ni siquiera una parte de los aceites disponibles en España, pero sí una selección bastante buena. Recuerdo la primera vez que entré en un supermercado español y vi todos los aceites de oliva en el lineal. Fue increíble.

Eres el anfitrión del espacio gastronómico del Pabellón Español en la edición de invierno de Fancy Food Show. ¿Cómo trasladas a los visitantes tu pasión por los productos, entre ellos el AOVE, y los platos españoles? A través de la cata. Primero hay que catar los aceites para entender sus diferentes características y, posteriormente, catarlos en las recetas. A menudo les digo que las recetas españolas no tienen 20 ingredientes, hay muchos menos, así que esos ingredientes tienen que brillar. Además, en España existe un “derecho” a la buena comida, por lo que las expectativas son mayores. El Pabellón de España en los Fancy Food Shows es un espacio estupendo para jugar con estos maravillosos productos. Hay tantos a mi alcance. Es el sueño de cualquier chef.

¿Conocen los consumidores de la Costa Oeste de EEUU el aceite de oliva español?

Por supuesto. En California tenemos la suerte de contar con unos productos, pescados y carnes realmente maravillosos y abundantes. Disponer de estos magníficos ingredientes locales nos da la oportunidad de complementarlos con otros ingredientes importados, como el aceite de oliva español.

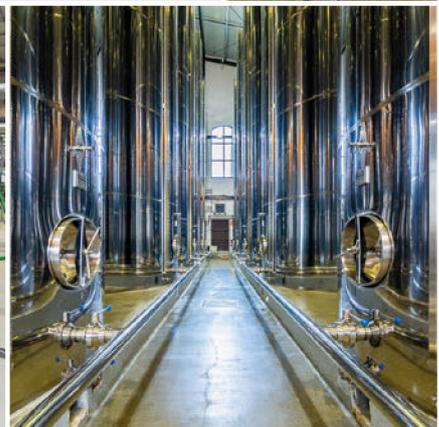


El objetivo del grupo es la búsqueda continua de la excelencia, desde el campo a la almazara. Nuestro equipo humano trabaja con dedicación para que la aceituna llegue a nuestros clientes transformada en un aceite de la máxima calidad.

MOLINO DEL GENIL y LAGAR DO SOBRADO cuentan con las más modernas instalaciones, llegando a procesar entre las dos almazaras **200 millones de kg de aceituna por campaña**. Disponen además de una capacidad de almacenamiento de 30 millones de kg de aceite.

Para controlar la calidad, el grupo cuenta con un **laboratorio autorizado** que ofrece al agricultor y al envasador la información requerida para optimizar el producto. En la actualidad está dotado con la tecnología adecuada para realizar las analíticas específicas de calidad, físico-químicas y residuos (CG y HPLC-MS), tanto en aceituna como en aceite.

LAGAR DO SOBRADO



MOLINO DEL GENIL



Azeitech 2025 destaca los avances en el cultivo del olivo y alternativas sostenibles en Brasil



La Empresa de Investigación Agrícola de Minas Gerais (EPAMIG) celebró el pasado 21 de febrero en el Campo Experimental de Maria da Fé la 5ª edición de Azeitech, cuyos temas centrales fueron la sostenibilidad y la agricultura regenerativa.



[Texto: Cristina Revenga Palacios]
[Fotos: Erasmo Pereira / Ascom EPAMIG]

Productores, técnicos e investigadores acudieron a la XX Jornada de Campo y a la X Muestra Tecnológica de Olivicultura, además de a un debate técnico que reunió a instituciones en materia de investigación del sector.

Para el director técnico de Operaciones de EPAMIG, Trazilbo de Paula, este evento supone un momento importante para la difusión del trabajo realizado durante los últimos años. “Es un punto de encuentro, principalmente entre productores e investigadores, para mostrar los resultados de los proyectos llevados a cabo, además de ser un espacio de captación de nuevas demandas”, destacó.

El evento comenzó con la presentación de la Cámara Técnica Sectorial de Olivicultura de Minas Gerais, liderada por Moacir Nascimento, presidente de la Asociación de Olivicultores de Contrafortes da Mantiqueira (Assolive). En ella se resaltaron los objetivos de la Cámara Técnica, que busca estructurar políticas públicas para el desarrollo de la olivicultura en este Estado.

Posteriormente, Amanda Souza, investigadora de EPAMIG, impartió la conferencia “Calidad química y sensorial del aceite de oliva”, en la que abordó los criterios que definen la calidad del aceite de oliva y la valorización del producto nacional.

Combinando teoría y práctica, las estaciones de campo se centraron en téc-

nicas sostenibles para la gestión y revitalización del suelo del olivar, así como en alternativas económicas de insumos y estrategias para mitigar la vulnerabilidad del olivo.

Asimismo, el programa de este evento incluyó un debate técnico -promovido por la Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) y Assolive-, que estuvo conducido por Pedro Moura, coordinador del Programa Estatal de Investigación en Olivicultura de EPAMIG, y Humberto Ribeiro Bizzo, investigador de Embrapa.

En este debate se abordaron proyectos de investigación en curso, además de iniciativas del Instituto Nacional de Ciencia y Tecnología de la Olivicultura y del Aceite de Oliva Brasileño, coordinados por Embrapa en colaboración con



Campo Experimental de Maria da Fé.

equipos para extracción de aceite en el país, estuvo presente demostrando soluciones para la olivicultura. Agropixel, que trabaja en soluciones para la agricultura de precisión, y Luxembourg, que opera en la comercialización y exportación de diferentes insumos agrícolas, estuvieron presentes por primera vez en el evento.

“Es un gran orgullo trabajar junto a EPAMIG en el desarrollo de la olivicultura nacional y ver que los aceites producidos en Maria da Fé, en la almazara que inauguramos en 2024, y en muchas otras almazaras de clientes de Mantiqueira, están recibiendo reconocimientos internacionales en los premios más importantes del sector”, resaltó Ademir Silveira, ingeniero comercial y de aplicaciones de Fast Indústria.

La exposición tecnológica también incluyó novedades. Así, Minas Calderaria presentó un mini tanque de acero inoxidable desarrollado específicamente para atender la demanda del proyec-

EPAMIG. Según Pedro Moura, supuso una oportunidad estratégica para alinear las demandas del sector productivo con las soluciones desarrolladas desde el ámbito de la investigación.

Por su parte, la X Muestra Tecnológica de Olivicultura reunió a 20 empresas para presentar equipos, insumos y productos derivados de la olivicultura. Fast Indústria, empresa brasileña que fabrica

MAQUINARIA OLÉICOLA

40 AÑOS A TU SERVICIO.

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

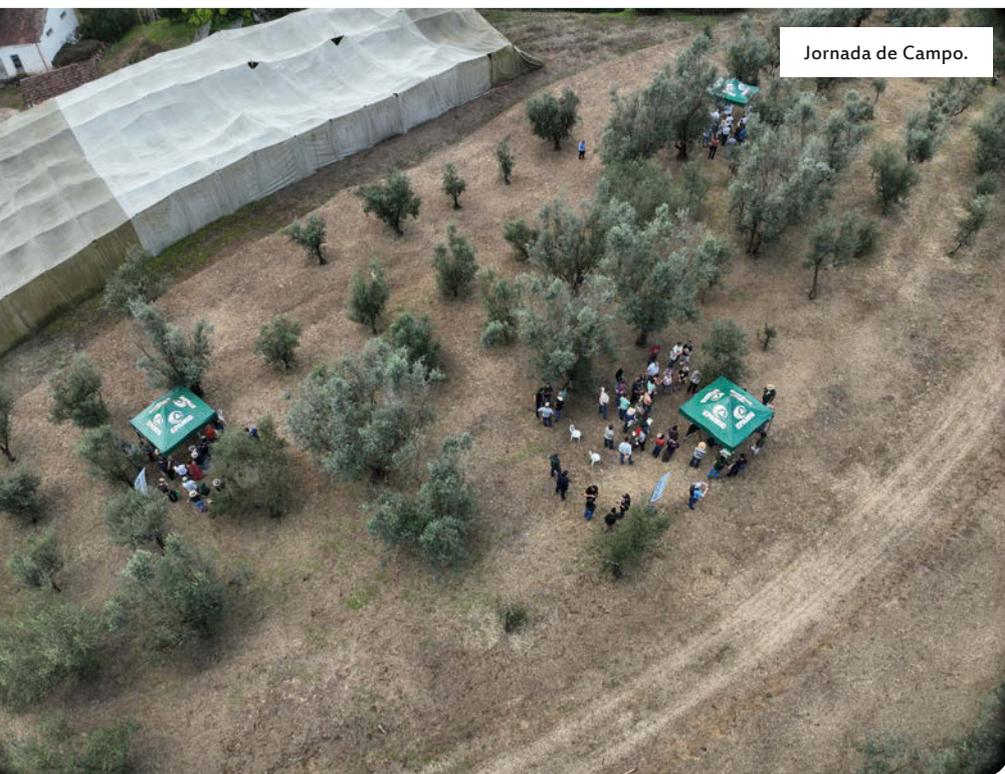


VISÍTANOS EN
EXPOLIVA 14 E 17
MAYO
MAY 2025
PABELLÓN 3011
IFEMA MADRID, ESPAÑA



RIVERO®

CALDERERÍA RIVERO, S.L.



Jornada de Campo.



Extracción de aceite.



Expositores de productos relacionados con el aceite de oliva.

to de investigación “EPAMIG: procesos innovadores en las agroindustrias del aceite de oliva y del aguacate”.

Más allá de la extracción

Los expositores de productos relacionados con la olivicultura también demostraron cómo la actividad puede ir más allá de la extracción de aceite de oliva, utilizando insumos derivados del proceso.

La farmacéutica y propietaria de la marca Jardim Secreto, Vânia Gonçalves, se refirió a la asociación con EPAMIG, que va desde la recepción de insumos para la extracción hasta la participación de la marca en todas las ediciones del evento. “Trabajo en la producción de cosméticos desde 2008. Ingredientes como pulpa, semillas y flores forman parte de la composición de productos como jabones, hidratantes cor-

porales, saquitos aromáticos y otros”, detalló Gonçalves, al tiempo que añadió que la actividad es una fuente importante de ingresos y fortalece el turismo vinculado a la olivicultura.

La actividad oleícola también es objeto de estudios en universidades de Minas Gerais, según resaltó Ana Helena, estudiante de noveno año del curso de Ingeniería Civil de la Universidad Federal de Itajubá (UNIFEI).

“Junto con los profesores del curso, estamos trabajando en la adecuación de estudios existentes que abordan el aprovechamiento de residuos de extracción para la elaboración de morteros en la construcción civil. El objetivo es desarrollar un modelo que sea económicamente viable y, sobre todo, ofrezca un destino final sostenible”, explicó.

El estudio se encuentra actualmente en la fase de pruebas de granulometría para definir el tamaño del material que sustituirá parcialmente a la arena en la producción de mortero. Las acciones se llevan a cabo con el apoyo de EPAMIG, que trabaja en el traslado de los residuos de extracción a la universidad. 🟡



cándido

SERVICIO DE FILTRACIÓN DE ACEITE CON EQUIPO MÓVIL EN SU ALMAZARA

1. SOBRE NOSOTROS – CÁNDIDO (MULTINIVEL IBÉRICA S.L.)



En Cándido (Multinivel Ibérica, S.L.) llevamos más de 20 años implementando, entre otros, procesos de filtración en la industria vinícola para productos y subproductos derivados de la uva (mostos, vinos, lías, etc.) prestando servicio a más de 1.000 bodegas en todo el territorio nacional y portugués, experiencia que hemos aplicado al sector oleícola para desarrollar un proceso adaptado a las particularidades y necesidades de esta industria.

Nuestro modelo está preparado para responder a las necesidades del productor con un servicio ágil, profesional y enfocado en maximizar el valor del producto desde la molturación de la aceituna hasta su envasado o venta a granel.

2. IMPORTANCIA DE LA FILTRACIÓN EN EL AOVE

La tecnología desarrollada para el filtrado del aceite permite:

- 🍇 Eliminar la humedad residual del AOVE, evitando que se produzcan procesos hidrolíticos que mermen sus propiedades organolépticas durante el periodo de almacenamiento.
- 🍇 Eliminación de azúcares y sólidos en suspensión que produzcan fermentaciones que alteren las características fisicoquímicas, nutricionales y sensoriales del AOVE.
- 🍇 Aporta una apariencia brillante al producto, mejorando el aspecto visual y aportando valor comercial al mismo.
- 🍇 Reduce el tiempo del AOVE en contacto con el agua y sólidos decantados de forma natural en el depósito, evitando contaminaciones no deseadas.

3. VENTAJAS DE NUESTRO SERVICIO

- 🍇 Proceso rápido, limpio y completamente llave en mano en su almazara.
- 🍇 Sin necesidad de inversión en maquinaria, ni contratación de personal.
- 🍇 Capacidad de filtración de hasta 300 Toneladas/día.
- 🍇 Proceso hermético para evitar la oxidación del producto.
- 🍇 Reducción de mermas de producto respecto a otros procesos de filtración.
- 🍇 Trabajo presupuestado por litro de antemano en un servicio integral todo incluido.

Información técnica y comercial – (+34) 658 96 33 13

Multinivel Ibérica, S.L. – Paseo Delicias, 5 – 02270 Villamalea (AB)
info@vinoscandido.com – www.vinoscandido.com



La WOOE cierra una edición marcada por la internacionalización y la innovación



WOOE



La World Olive Oil Exhibition (WOOE) concluyó su edición de 2025 con cifras “que consolidan su posición como la feria de referencia para el sector del aceite de oliva a nivel mundial”, según destacó Pomona Keepers, entidad organizadora. Durante dos jornadas intensas en IFEMA Madrid, la feria colgó el cartel de aforo completo, reuniendo a más de 400 empresas representadas y ofreciendo una plataforma de negocio y promoción para productores, comercializadores y compradores internacionales.



[Texto: Cristina Revenga Palacios]

Desde la organización detallaron que, con un total de 59 países visitantes, la feria, celebrada los días 11 y 12 de marzo, fue un punto de encuentro clave para la internacionalización del sector oleícola. Empresas, distribuidores y expertos de todo el mundo exploraron nuevas oportunidades de mercado y establecieron conexiones estratégicas en un evento “que ha reafirmado

su papel fundamental en la comercialización global del aceite de oliva”.

La WOOE 25 sirvió para enfatizar la necesidad de abrir y consolidar nuevos mercados estratégicos en Europa, pero también en Asia, Latinoamérica y Oriente Medio, promoviendo la diversificación como una estrategia clave ante posibles barreras comerciales. En cuanto a la presencia internacional, desde la organización subrayaron que, en el marco de feria, la región argentina de Men-

doza llevó a cabo una serie de visitas a instalaciones y empresas del sector oleícola con el objetivo de conocer de primera mano las mejores prácticas en producción y comercialización del aceite de oliva.

La CEO de Pomona Keepers, Otilia Romero de Condés, subrayó el papel de la feria en la creación de oportunidades en mercados emergentes, ayudando a los productores a reducir su dependencia de un único destino comercial. “La muestra



Organizadores de la WOOE.

dores de todo el mundo, confirman que estamos ante un evento imprescindible para la comercialización y promoción del aceite de oliva. Nuestro compromiso es seguir impulsando este encuentro como el gran punto de referencia para el sector y contribuir a su crecimiento global”.

En este evento, Andalucía volvió a tener el mayor espacio expositivo de todas las Comunidades Autónomas participantes, con un total de 387 metros cuadrados. De la superficie andaluza, 90 metros cuadrados correspondieron al stand institucional de la Junta de Andalucía, espacio en el que tuvieron representación diez figuras de calidad del aceite de oliva virgen extra andaluz, bajo el paraguas de la marca de calidad agroalimentaria “Gusto del Sur”. En concreto, las DOPs que tuvieron presencia en el stand de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural fueron Aceite de Lucena, Baena, Estepa, Poniente de Granada, Montes de Granada, Priego de Córdoba, Sierra de Cazorla, Sierra de Segura y Sierra Mágina; así como la IGP Aceite de Jaén.

consolida así su posicionamiento como aliado del sector oleícola, insistiendo en la importancia del respaldo institucional y la cooperación entre países productores para hacer frente a cualquier posible amenaza comercial”, afirmó.

De Condés señaló que “somos un punto de encuentro clave para afrontar los desafíos del sector, defendiendo la aper-

tura comercial y ayudando a los productores a adaptarse a cualquier escenario”. En su opinión, “esta edición de la WOOE ha demostrado, una vez más, que el sector del aceite de oliva tiene un enorme potencial en los mercados internacionales. La calidad y diversidad de los aceites presentados, junto con la gran afluencia de visitantes y la presencia de compra-

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





El stand de Andalucía albergó un espacio de *showcooking*.



ORIVA participó un año más en la WOOE.

Al igual que en ediciones anteriores, el stand andaluz contó con una zona de *showcooking* donde tuvieron lugar degustaciones diarias elaboradas con AOVEs andaluces de los Consejos Reguladores presentes.

Por otro lado, la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva (ORIVA) llegó a la WOOE cuando se cumplen 10 años de su constitución y cuya labor de promoción e investigación ha contribuido “a una positiva evolución del aceite de orujo de oliva en nuestro país”, según remarcó.

“La coyuntura de los últimos ejercicios junto a la labor de la Interprofesional, en representación de toda la cadena de valor del producto, han impulsado avances significativos en el conocimiento y reconocimiento del aceite de orujo de oliva en el mercado interno. A nivel internacional gozamos de una gran aceptación y nuestro objetivo es afianzarnos en el mercado interno. Si bien es cierto que queda mucho trabajo por hacer, los datos de los dos últimos años en ventas o notoriedad respaldan el buen momento para el aceite de orujo de oliva”, valoró José Luis Maestro Sánchez-Cano, presidente de ORIVA. Y es que, a nivel internacional, según esta organización, un año más el



Mesa de las nuevas estrellas Michelin.



Mesa sobre la revolución del olivar.



Mesa de la presentación del libro “Consideraciones sobre la búsqueda de ventajas competitivas en olivicultura”.



Mesa sobre tendencias de consumo.

aceite de orujo de oliva mostró en la feria su fortaleza con presencia en más de 130 países. También detalló que la campaña 2023/24 fue especialmente positiva en el mercado interno en el que las ventas alcanzaron 27,9 millones de litros, un 45,8% más que en la campaña anterior.

Conferencias y catas

El programa de la WOOE 2025 contó con la participación de más de 60 ponentes en conferencias y catas, abordando temas clave para el futuro del

sector y despertando un gran interés entre los profesionales asistentes, según la entidad organizadora.

Las conferencias de la WOOE 2025 hicieron un recorrido por temáticas como la situación actual del sector del aceite de oliva; las tendencias de consumo del aceite de oliva y otras grasas, abordando los hábitos, preferencias y evolución del mercado; el impacto de los viajes a través de Airbnb en los paisajes del olivar de España; las estrategias de diferenciación en el mercado del aceite





Cata de EVOOLEUM Awards a cargo de José María Penco, director técnico del concurso.



El Olive Oil Bar fue uno de los espacios más visitados.

de oliva virgen extra; y las claves para potenciar el valor de los aceites de oliva en la restauración. También se analizó el papel de *Alibaba.com* para llevar el aceite de oliva español al mundo; la revolución del olivar, mostrando datos y tendencias globales; la producción mundial y la formación de los precios; y el liderazgo y desafíos de la mujer en la cadena de valor.

Asimismo, la gastronomía estuvo presente en una mesa redonda -moderada por Eva Millán, cocinera, finalista de MasterChef y embajadora de la WOOE- que contó con las nuevas estrellas Michelin Javier Jurado (Malak), Juan José Mesa (Radis), Ignacio Montes (Pabú) y Juan Carlos García (Vandelvira).

Además, se presentó el libro “*Consideraciones sobre la búsqueda de venta-*

jas competitivas en olivicultura: El caso particular de la provincia de Jaén”, editado con el patrocinio de la Diputación de Jaén, Caja Rural de Jaén y la Universidad de Jaén. Este manual, fruto de la colaboración de 18 instituciones públicas y empresas, examina las diferentes formas en las que el sector olivarero de Jaén puede seguir evolucionando para afrontar los retos del mercado interna-

CDROxiTester

Sistema de Análisis para el Control de Calidad del Aceite



Rápido



Sencillo



Fiable

El sistema CDR OxiTester

El **CDR OxiTester** es un analizador con control termostático y tecnología fotométrica que utiliza emisores LED y kits de reactivos precargados y listos para usar.



1



2



3



El Casar, CP:19170 (Guadalajara), Spain
info@tecnilab.es Tel: +34 949 33 54 60



Mercacej, fiel a su cita con la WOOE



Grupo Editorial Mercacej, como *media partner* de la feria, contó una edición más con un stand propio donde estuvieron presentes todas sus publicaciones.



En el Olive Oil Bar tuvo especial protagonismo el TOP10 de EVOOLEUM.

cional. Entre las estrategias de diferenciación, destacan iniciativas como el olivar ecológico, el olivar biorregenerativo, DOPs e IGP y proyectos innovadores que permiten añadir valor a los aceites de oliva mediante la preservación de la biodiversidad y la singularización de su origen. Por otro lado, el documento también propone la modernización de los sistemas de cultivo mediante la mejora de la tecnología aplicada a los olivares tradicionales, lo que permitiría a los productores aumentar la competitividad, reduciendo costes y maximizando

la rentabilidad. Algunas de estas estrategias incluyen la actualización de los sistemas de riego y la incorporación de maquinaria agrícola avanzada.

En la WOOE también destacó la zona de catas, donde se llevó a cabo una cata de EVOOLEUM Awards a cargo de José María Penco, director técnico del concurso, lo que supone otra acción más para poner en valor a los productores de EVOOLEUM y fomentar la cultura del AOVE. Esta cata tuvo lugar bajo el título "*Cata de los mejores AOVEs mediterráneos de EVOOLEUM. Campaña 2024/2025*".

A su vez, se programaron degustaciones de aceite de oliva virgen extra de lugares tan dispares como Jordania, Cataluña, Valencia o las Islas Canarias. En ellas se pudieron catar una magnífica selección de los mejores AOVEs producidos en la actualidad.

Por su parte, el Olive Oil Bar, uno de los espacios más visitados, ofreció a los asistentes la posibilidad de degustar más de 150 aceites de oliva vírgenes extra, permitiendo descubrir la riqueza y diversidad de este producto esencial en la Dieta Mediterránea. En esta área tuvo especial

DALE A TU
ACEITE EL
ENVASE QUE
SE MERECE.

info@vetrolatino.com
www.vetrolatino.com
+39 0744 441040



vetrolatino



El impacto de los viajes a través de Airbnb en los paisajes del olivar de España

Durante la WOOE, la directora de Políticas Públicas para Airbnb España y Portugal, Sara Rodríguez, analizó cómo el turismo a través de Airbnb está transformando los paisajes olivareros, contribuyendo a la regeneración de las zonas rurales, destacando la importancia de experiencias auténticas y de calidad para los viajeros y las comunidades locales. Rodríguez subrayó que “el turismo a través de Airbnb está jugando un papel clave en la dinamización de las zonas rurales, promoviendo la dispersión del turismo hacia áreas menos saturadas. Este modelo no sólo beneficia a las comunidades locales, sino que también fomenta experiencias auténticas que enriquecen tanto a los viajeros como a los anfitriones, contribuyendo a la regeneración y sostenibilidad de los paisajes olivareros y sus alrededores”.

Y es que el oleoturismo y la apuesta por destinos rurales son dos tendencias en auge para los viajeros en España. Según datos internos de Airbnb, el 61% de los anuncios en nuestro país están situados en zonas rurales, el porcentaje más alto de la UE y, además, cerca del 68% de las noches reservadas en España por los viajeros españoles entre enero y octubre de 2024 tuvieron lugar en esta tipología de destinos.

Entre estos destinos rurales destacan aquellos vinculados al turismo relacionado con la producción de aceite de oliva. En este sentido, según un estudio realizado por Airbnb, las áreas con DOP de aceite de oliva en España generaron casi 24 millones de euros en ingresos para los anfitriones y aproximadamente 123 millones de euros en gasto en comercios locales.

Por regiones, Antequera (Andalucía), Montes de Toledo (Castilla-La Mancha), Madrid, Navarra, Siurana (Cataluña), Les Garrigues (Cataluña) y La Alcarria (Castilla-La Mancha) son las DOPs donde los anfitriones típicos obtuvieron ingresos más altos, superando los 4.000 euros al año. Por volumen de crecimiento, Andalucía es la Comunidad Autónoma donde más aumentó el turismo asociado a las regiones y DOPs del aceite, con 8 de las 9 DOPs andaluzas analizadas duplicando el número de huéspedes en un año.

Asimismo, el análisis muestra que los viajeros que eligen estas regiones son predominantemente familias españolas y realizan estancias promedio de cuatro días y casi cinco personas por reserva. La alta calidad de la experiencia se refleja en valoraciones de 4,8 estrellas; y en el 80% de los anuncios la ocupación anual es inferior a 30 días, lo que indica que estos alojamientos se utilizan de manera ocasional o complementaria, aprovechando activos que de otra forma permanecerían sin uso.

En relación al perfil del anfitrión, el 55% son mujeres cercanas a los 50 años que perciben unos ingresos anuales de aproximadamente 3.100 euros. Asimismo, 8 de cada 10 anfitriones gestionan un único anuncio, lo que evidencia el impacto directo de estos ingresos en la economía familiar. Estos hallazgos, según Airbnb, subrayan el potencial de las regiones olivareras para ofrecer experiencias turísticas de alta calidad y, al mismo tiempo, impulsar el desarrollo económico y social de las comunidades rurales.

Desde la pandemia, casi 7 de cada 10 noches reservadas en territorio nacional se han realizado fuera de grandes áreas urbanas y las reservas en destinos de proximidad han crecido un 27%. Además, más de 5.200 pueblos españoles han recibido reservas entre el primer y tercer trimestre de 2024, lo que ha impulsado la economía local y aliviado la saturación en destinos tradicionales.



En The Olive Tree Corner se pudieron conocer diversas propuestas sobre oleoturismo.

espacio de encuentro y *networking* centrado en el oleoturismo, donde se pudieron conocer algunas de las propuestas más interesantes de un sector en crecimiento.

Premios

La periodista de la *Cadena SER* Gema Molina presentó el acto oficial de inauguración y la entrega de premios de la WOOE, cuyo objetivo es poner en valor a aquellos profesionales, empresas, proyectos y productos que a través de sus acciones y propuestas contribuyen a mejorar el sector.

Los premiados en esta edición fueron Carles Sumarroca, Joan Samsó y Joan Torrents, fundadores de Agromillora, por

protagonismo el TOP10 de EVOOLEUM a través de una barra específica.

Además, los encuentros entre productores y compradores facilitaron la generación de acuerdos comerciales

que contribuirán a fortalecer el posicionamiento del aceite de oliva en el panorama internacional.

Una edición más, la WOOE contó, a su vez, con The Olive Tree Corner, un es-



Lo mejor para un cultivo milenario

Naturquel®Fe

Evolution

Naturfruit®



EnerPlus



ReTenol



Naturmix Olivo®

Naturacid®

Naturamin®WSP



Daymsa

Europe's leading producer of Leonardite

+34 976 46 15 16

mail@daymsa.com

www.daymsa.com



Estrategias de diferenciación en el mercado del AOVE: de la tradición a la innovación

El catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados de la UJA y presidente de la IGP Aceite de Jaén, Manuel Parras, puso de manifiesto en la WOOE que en el mercado oleícola compiten aceites de oliva vírgenes extra obtenidos de aceitunas procedentes de distintos tipos de olivares, desde los olivares tradicionales no mecanizables o de montaña hasta los olivares superintensivos o en seto. Obviamente, según señaló, los procedentes de estos últimos pueden ofrecerse en el mercado a unos precios mucho más bajos que los de los primeros cuyos costes son mucho más elevados. Parras planteó las cuestiones: ¿se puede competir por algo distinto del precio? y, en este caso, ¿cómo pueden conquistar consumidores los AOVEs procedentes de olivares tradicionales?

Según detalló, “en los mercados hay dos estrategias para poder competir con éxito: la estrategia de liderazgo en costes, cuya ventaja competitiva está en la reducción de costes en el proceso productivo y, por tanto, se pueden ofrecer los productos a precios muy competitivos en los mercados. Se compete vía precios. Y, por otro lado, la estrategia de diferenciación, cuya ventaja competitiva consiste en ofrecer a los consumidores un producto más caro, pero portador de unas características o atributos que son valorados por los consumidores. Y cuando hablamos de consumidores no nos referimos a los consumidores, en general, sino a segmentos de mercado, esto es, a grupos de consumidores claramente definidos por sus características sociodemográficas, de estilo de vida, etc”.

Para Parras, estos atributos sobre los que basar la estrategia de diferenciación son de tres tipos: atributos intrínsecos, atributos extrínsecos y atributos ocultos. Los atributos intrínsecos son sabor -intenso, suave, etc.-, color -verde, amarillo-verdoso, etc., aroma, origen -DOP o IGP-, método de producción -ecológico, procedente de agricultura integrada, biodinámico-, cualidades nutritivas, variedad -picual, arbequina, hojiblanca, royal, etc.-, huella de carbono, huella hídrica, salud, olivar tradicional, etc. Por su parte, los atributos extrínsecos son marca, el punto de venta, el envase -vendedor silencioso-, las certificaciones -ISO, UNE, BRC, Nature Choice, IFS, etc. “El precio sería un atributo extrínseco sobre el que basar la estrategia de liderazgo en costes”, precisó.

Los atributos ocultos son el respeto por el medio ambiente, la seguridad alimentaria como un proceso y no como un resultado, la biodiversidad, la ética de los negocios, la creación de empleo, la contribución al desarrollo rural, el mantenimiento del paisaje y del patrimonio, el mantenimiento de la población en el territorio, el comercio justo, etc. “Es lo que podemos denominar un AOVE ético o aumentado”, aseveró.

Un ejemplo de estrategia de diferenciación es, a su juicio, la puesta en el mercado de un AOVE procedente de olivar tradicional, certificado mediante *blockchain*, un aceite de oliva virgen extra que puede adquirirse en los establecimientos de Lidl, y que es fruto de un proyecto enmarcado en un Grupo Operativo liderado por UPA y en el que han participado también Migasa, Izertis y la Universidad de Jaén. Este AOVE es, en su opinión, una muestra de que se puede ofrecer al mercado un producto que remunere el esfuerzo de los productores y en el que todos los eslabones de la cadena salgan ganando. “Un producto que es fruto de la colaboración entre distintos agentes de la cadena de valor del AOVE”, concluyó.



crear un cambio en la olivicultura y la elaiotecnología mundial que ha revolucionado el panorama en el planeta (Trayectoria Profesional); FOSS Iberia, por dotar al sector de elaboración de aceites de oliva de soluciones tecnológicas innovadoras y fiables con una importante mejora cualitativa (Innovación Tecnológica); la Escuela Superior del Aceite de Oliva (ESAO), por ofrecer al sector una oportunidad formativa, así como contenidos y herramientas de conocimiento completas, flexibles y adecuadas, contribuyendo con ello a la mejora de la formación profesional y cualificada en el sector (Soporte Formativo y Optimización Profesional del Sector); la DOP Aceite de Madrid, por diferenciar y singularizar más de 20.000



hectáreas de olivar en la Comunidad de Madrid (Singularización Estratégica del Territorio y sus AOVEs); y Oleo Pepillo, por ser una compañía que se ha adaptado estratégicamente al entorno, siendo

capaz de crecer creando valor desde el origen (Innovación en el Modo de Desarrollo de Negocio). Finalmente, Eva Millán fue reconocida como Embajadora 2025 por su gran implicación en el uso



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 ...





Aceites de oliva: claves para potenciar su valor en la restauración

La Interprofesional del Aceite de Oliva Español organizó una mesa redonda sobre las claves para potenciar el valor de los aceites de oliva en la restauración. En ella participaron Primitivo Fernández, vocal de la Junta Directiva de la organización; Periko Ortega, chef del restaurante “Recomiendo” en Córdoba; Enrique García, portavoz de la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU); y Ana Díaz, subdirectora general de Calidad y Sostenibilidad Alimentaria del MAPA.



El eje sobre el que giró la mesa redonda es la relación que existe ahora mismo entre la restauración de nuestro país y la hostelería. Lo primero que se constató entre la Interprofesional, la OCU y el restaurador es que, efectivamente, el cumplimiento de la norma que obliga a presentar aceites debidamente envasados, con tapones irrellenables y cierres inviolables y debidamente etiquetados, no pasa por su mejor momento, a pesar de que entró en vigor hace más de una década. Primitivo Fernández asumió que una parte de los profesionales pueden carecer de información necesaria para hacer una buena interpretación del Real Decreto 895/2013. Algo que la nueva campaña de información que ha lanzado la Interprofesional del Aceite de Oliva Español trata de solventar. La campaña “¿Peeerdona?” quiere acabar con cualquier duda que tanto profesionales como consumidores puedan tener.

Por su parte, desde la OCU, Enrique García se mostró totalmente alineado con el sector de los aceites de oliva y puso el foco en que, con esta norma, el consumidor obtiene plenas garantías sobre el alimento que llega a su mesa y, no menos importante, se facilita el derecho a saber qué es lo que consumimos.

Asimismo, Periko Ortega alabó la iniciativa de la Interprofesional de informar al sector hostelero de una norma que considera que también beneficia a la restauración en tanto que mejora la experiencia del cliente. El chef rebatió la opinión de aquellos que consideran que usar aceites de oliva en la restauración puede ser antieconómico. Aseguró que, como sus compañeros, “hace muchos números y la estabilidad de los aceites en la cocina y la calidad de los resultados permite que las cuentas salgan y merezca la pena apostar claramente por los aceites de oliva”.

A su vez, la representante del MAPA manifestó su total compromiso con el sector a la hora de implementar esta obligación y recordó que la puesta en marcha de esa norma mostró a las claras el compromiso de la Administración con el sector y la salvaguarda de un producto emblemático de nuestro país.



Galardones al mejor trabajo fin de máster de las cinco promociones del Máster en Administración y Dirección de Empresas Oleícolas de la UJA.

culinario del aceite de oliva, promoviendo este producto como integrante fundamental de la Dieta Mediterránea.

En la WO OE también se hizo entrega de los galardones al mejor trabajo fin

de máster de las cinco promociones del Máster en Administración y Dirección de Empresas Oleícolas de la Universidad de Jaén (UJA).

El primer galardón fue para Marta Amo, por el trabajo fin de máster “Elaboración de Memoria GRI de la empresa Mengibar, S.A. (Grupo Migasa)”, que fue entregado por Ana Rodríguez, secretaria general de Recursos Agrarios y Seguridad Alimentaria del Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación (MAPA). El segundo galardonado fue Juan Padilla, por el trabajo fin de máster “Estudio de los sellos de calidad de AOVE geográficamente referenciados desde el punto de vista del oferente”, que fue entregado por la vi-

correctora de Enseñanzas Oficiales de la UJA, Hikmate Abiouel. Además, se concedió un accésit a Pedro Martínez, CEO de IMS Control Industrial, por el trabajo fin de máster “Plan de diversificación hacia nuevas áreas de negocio de IMS dentro de la oleoindustria en el entorno de la Península Ibérica”, que fue entregado por Otilia Romero de Condés.

Desafíos WOOE

En el marco de la feria también se celebró el “Desafío WOOE Junta de Andalucía”, el concurso de cocina en directo que premia el mejor plato, en función de su creatividad y empleo del aceite de oliva virgen extra en su elaboración. En





este caso se planteó una mazamorra, para la que los concursantes debían utilizar AOVEs de Andalucía y vinagres de la DOP Montilla-Moriles.

El ganador, premiado con 1.500 euros y un curso de especialización en vinos y vinagres de la DOP Montilla-Moriles, fue Miguel de La Fuente, del restaurante El Jardín del InterContinental (Hotel Intercontinental). El chef conquistó al jurado con una “Mar Mazamorra” que integra productos del mar y ahumados, jugando

con texturas y sabores que sorprendieron a todos los jueces.

El jurado estuvo formado por Eva Millán, finalista de *MasterChef* y embajadora de la WOOE; el periodista gastronómico Carmelo Aunion; José Manuel Gaztelu, miembro de la Academia Andaluza de Gastronomía; y Daniel Larios, chef ganador de la edición 2023 del “Desafío WOOE Junta de Andalucía”.

El segundo premio fue para Óscar David Victoriano, del Grupo Joshef

Arias, con una versión de mazamorra de estilo latino, fusionando ingredientes tradicionales andaluces con matices de la cocina peruana.

El accésit fue para Rocío Maya, cuya propuesta destacó por su originalidad y ejecución técnica, aportando un giro fresco y moderno a la receta clásica de mazamorra cordobesa.

Por su parte, Víctor Comín, de Elianco Gourmet, ganó el “Desafío WOOE Campo y Alma 2025” con su ensalada “Letur

PARRA®

EQUIPOS DE BOMBEO

El impulso que tus líquidos necesitan



¡Contáctanos!



@bombasparra



BPAR 500



BPD 200



BPLM 1000



BPLM 300



Lleva el aceite de oliva español al mundo con *Alibaba.com*

La WOOE fue testigo de la ponencia “Lleva el aceite español al mundo con *Alibaba.com*. Un diálogo entre Italia y España sobre las oportunidades del e-commerce B2B”, a cargo de Pol Robert, representante de *Alibaba.com*.

La feria fue el escenario perfecto para que *Alibaba.com*, líder global en comercio B2B, demostrara su papel crucial en la digitalización de la exportación agroalimentaria. Conectando más de 200.000 vendedores con 50 millones de compradores en 200 países, la plataforma se posiciona como un aliado estratégico para el sector.

Digitalización y oportunidades para España

Durante su intervención, Pol Robert destacó la creciente importancia de la digitalización para los proveedores en el comercio B2B. Según datos de Euromonitor, el 90% de los compradores empresariales comienzan sus rutas de compra con una búsqueda *on line*, lo que subraya la necesidad de que las empresas adopten estrategias digitales para captar clientes en el mercado global.

Sin embargo, sólo el 9% de las pymes españolas venden *on line* internacionalmente, según cifras de ICEX España Exportaciones e Inversiones. Este dato revela una gran oportunidad para las empresas españolas que buscan expandirse mediante plataformas digitales como *Alibaba.com*.

Alibaba.com y el mercado del aceite de oliva español

España lidera las exportaciones de aceite de oliva, llegando a más de 160 países. No obstante, el 81% del volumen exportado se concentra en sólo 10 mercados principales. Robert reveló una disonancia interesante al comparar estos datos con el origen de los compradores en la plataforma: “6 de cada 10 no coinciden. Lo que significa que podemos encontrar mercados y compradores que de otra manera no encontraríamos”.



Esto, a su juicio, evidencia una enorme oportunidad para las empresas españolas para diversificar sus exportaciones, accediendo a nuevos mercados o reforzando su presencia en países con menor penetración a través de los canales tradicionales. *Alibaba.com* ofrece a las empresas del sector un canal efectivo para conectar con compradores internacionales, agilizar negociaciones y ampliar su red de clientes.

Herramientas digitales para potenciar la exportación

En la segunda parte de la ponencia, se presentaron las herramientas de *Alibaba.com* para los exportadores: desde la creación de un *store on line* hasta herramientas de análisis de mercado para identificar tendencias y optimizar estrategias de venta.

La sesión concluyó con una mesa redonda en la que *Alibaba.com* entrevistó a dos productores de aceite de oliva que ya venden en la plataforma: Ursini Srl (Italia) y Emilio Vallejo (España). Ambas empresas compartieron su experiencia en *Alibaba.com*, destacando los beneficios de digitalizar su estrategia de exportación y las oportunidades que han encontrado en nuevos mercados.

Para esta plataforma, el evento en la WOOE dejó claro que el futuro de la exportación pasa por la digitalización y la omnicanalidad, mezclando ferias y plataformas digitales. En ese sentido, “*Alibaba.com* se posiciona como un aliado clave para las empresas que buscan llevar su aceite de oliva a compradores de todo el mundo”, resaltó.

es la pera”, denominada así en homenaje a la localidad de Letur (Albacete) por las consecuencias de la DANA del pasado mes de octubre. Esta ensalada ha sido merecedora de los 1.500 euros con los que está dotado el primer premio, por su fusión del dulzor de la pera con el AOVE con DOP Campo de Montiel.

El “Desafío WOOE Campo y Alma 2025” también entregó dos menciones especia-

les a Rocío Maya, del restaurante Taberna de Noa (Badajoz), que repite la segunda posición al igual que la anterior edición; y a Juan Manuel Muñoz, de Kiosko Kiosco de La Alameda de Brihuega (Guadalajara), que recibió el tercer premio.

El jurado estuvo formado por el periodista gastronómico Rafael de Rojas; la coordinadora de Industrias Agroalimentarias y Cooperativas de la Junta de

Comunidades de Castilla-La Mancha, María José Carmona; la representante de la Academia de Gastronomía de Castilla-La Mancha, Elisa Belmonte; y el chef albaceteño Javier García Albuquerque, ganador del Desafío WOOE 2024.

El chef y presentador Juan Pozuelo fue nuevamente el encargado de dirigir ambos concursos, destacando la creatividad y técnica de los participantes. 🍓

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



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

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

NUESTRA SOLUCIÓN





Los aceites de oliva vírgenes extra, estrellas de la revolución gastronómica de Madrid Fusión



Las cifras finales avalan el éxito de la 23ª edición de Madrid Fusión Alimentos de España, que se celebró del 27 al 29 de enero en IFEMA Madrid y cerró con la respuesta de congresistas (1.874), visitantes (26.104) y empresas expositoras (232) más importante de su historia, según detallaron sus organizadores. El AOVE fue el producto oficial de este congreso internacional desde la creación de esta categoría en 2021.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

La edición que rendía tributo a los cocineros crecidos en las corrientes abiertas con la revolución culinaria alumbrada hace al menos 30 años en España destacó sobre todo por la calidad de los contenidos en sus seis escenarios, abarrotados en la mayoría de las ponencias. Una gran respuesta de asistencia en la edición más grande, más internacional -con visitantes de 63 países- y con la mayor presencia de cocineros de sus 23 ediciones.

En concreto, se celebraron cerca de 200 ponencias y mesas redondas en los escenarios oficiales que funcionaron durante tres días simultáneamente. Además, la cumbre gastronómica consolidó el salto hacia adelante en la internacionalización iniciada el año pasado en sus

formatos. Grandes nombres de la cocina de esos últimos 30 años subieron al escenario del congreso, desde Ferran y Albert Adrià a Gastón Acurio, pasando por Dabiz Muñoz o figuras internacionales como Massimo Bottura y Yoshihiro Narisawa.

Asimismo, la apuesta por el futuro de la alimentación en el espacio *Dreams* siguió catapultando la dimensión formativa del congreso, que vio también como sus escenarios del mundo del dulce y del vino resultaron un éxito.

Esta edición de Madrid Fusión, que llevaba el nombre de “*Revolucionarios*”, no sólo reconoció a una generación que revolucionó y sigue revolucionando la cocina, sino que fue escaparate para las nuevas revoluciones en marcha. Por una parte, la Inteligencia Artificial como he-



Los chefs Dabiz Muñoz y Gastón Acurio.

rramienta para diseñar alimentos, cartas y menús, optimizar sistemas productivos o gestionar un restaurante, entre otras cosas; y por otra, la gran revolución del



AOVEs de Andalucía con DOP e IGP fueron los aceites oficiales del congreso.



El presidente de la Junta de Andalucía, Juanma Moreno, y el consejero de Agricultura, Ramón Fernández-Pacheco, brindaron con AOVE de la DOP Baena por el futuro del sector.

desperdicio cero (*zero waste*), que centró las ponencias de buena parte de los protagonistas de este congreso.

Entre otras actividades e iniciativas tuvo lugar la misión inversa *Spain Food Nation*, organizada por el Ministerio

de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), en colaboración con ICEX España Exportación e Inversiones, que reunió a 14 chefs internacionales de establecimientos certificados con el sello "Restaurants from Spain" para contribuir

a la difusión y divulgación de los alimentos y tradiciones culinarias españolas.

AOVE en Madrid Fusión

La Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de

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.

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

TAOSA
TÉCNICAS ANDALUZAS DE CENTRIFUGACIÓN S.A.L.

Tu compañero de molinda

O seu parceiro na extração de azeite





Catas, desayunos y tapas con AOVEs andaluces con distintivos de calidad.

Andalucía, a través de la Agencia de Gestión Agraria y Pesquera de Andalucía (AGAPA), participó un año más en Madrid Fusión respaldando a los productos andaluces con DOP como el aceite de oliva virgen extra, siendo el producto oficial de este congreso internacional desde la creación de esta categoría en 2021.

En la participación institucional de la Junta tuvieron una presencia destacada

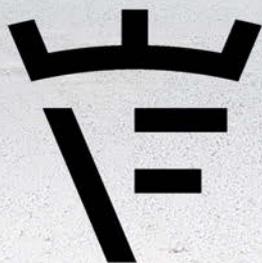
los Consejos Reguladores de algunas de las DOPs andaluzas, junto con empresas adheridas a la marca "Gusto del Sur", distintivo de la Junta que en la actualidad aglutina a 151 empresas y 388 marcas.

Dicha participación se articuló a través del Espacio Gastronómico "Gusto del Sur"-Madrid Fusión, de 300 metros cuadrados, donde los alimentos andaluces, especialmente los amparados por figuras de calidad ligada al origen (DOP, IGP

o ETG), dieron contenido a un amplio y variado programa de actividades de catas, presentaciones y demostraciones de cocina en vivo, en el que participaron consejos reguladores, empresas con la marca "Gusto del Sur" y Landaluz.

Cada día, los cocineros de dicho Espacio Gastronómico realizaron tres actividades, entre las que destacaron "Desayuna Andalucía", que incorporó como novedad la fórmula del desayuno de

www.valeformoso.com



LAGAR HERDADE
VALE FORMOSO

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

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



cuchara; “De Tapas by Gusto del Sur”; y “Cocinando Andalucía by Gusto del Sur”.

La Consejería de Agricultura también tuvo presencia en algunas de las actividades del programa oficial de Madrid Fusión, entre ellas una demostración fundamentada en los AOVEs andaluces con DOP en la cocina, en la que participaron el cocinero Periko Ortega, del restaurante Recomendando, así como los consejos reguladores de los aceites oficiales Madrid Fusión 2025. El chef cocinó un menú compuesto de tres platos usando los aceites andaluces de calidad diferenciada, destacando su calidad y versatilidad.

Por otro lado, empresas como Caviaroli estuvieron presentes en este congreso mostrando a los asistentes la esencia de su innovación gastronómica con una degustación exclusiva de sus productos estrella: las perlas de aceite de oliva, las esferas de aceituna esférica y las salsas de oliva verde. También dio a conocer sus últimas novedades: las pinturas de aceite y la pasta pura de oliva verde. 🟡



Espacio expositivo de la DOP Priego de Córdoba para dar a conocer sus AOVEs y la importancia de sus olivares, así como de las posibilidades oleoturísticas de esta comarca.



La DOP Estepa llevó su AOVE al encuentro gastronómico.



Estand de Caviaroli.

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





El II Festival "Córdoba Virgen Extra" se consolida como una cita destacada para los amantes del AOVE



El II Festival "Córdoba Virgen Extra", celebrado del 31 de enero al 2 de febrero en la Plaza de las Tendillas, concluyó con un "rotundo éxito", consolidándose como una cita destacada para los amantes del aceite de oliva virgen extra y la cultura cordobesa. Durante los tres días de celebración del evento, más de 35.000 personas disfrutaron de un variado programa de actividades que puso en valor el ecosistema productivo del oro líquido de la provincia, según destacaron sus organizadores.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

El II Festival "Córdoba Virgen Extra" volvió a convertir las calles cordobesas en un punto de encuentro para la cultura del AOVE, con más de 40 puntos de venta y un amplio programa de actividades que incluyeron catas, talleres de cocina, *showcookings* y eventos dedicados al público infantil y familiar.

Representantes de la Diputación de Córdoba, el Ayuntamiento cordobés y otras entidades colaboradoras participa-

ron en la apertura oficial de este evento, subrayando el compromiso conjunto para posicionar a Córdoba como referente mundial del aceite de oliva virgen extra.

Una de las actividades más esperadas fue la "Gran Salmorejada", que tuvo lugar en la Plaza de las Tendillas, donde se pudo degustar el tradicional salmorejo cordobés elaborado con los máximos estándares de calidad y protagonismo del AOVE.

Asimismo, el doctor Antonio Escribano, reconocido especialista en nutrición y medicina deportiva, fue nombrado embajador

de la segunda edición del festival. Escribano, médico y divulgador de prestigio internacional, ha dedicado gran parte de su carrera a resaltar los beneficios del AOVE en la alimentación saludable y el rendimiento deportivo. Tras recibir este reconocimiento, hizo referencia al maridaje entre AOVE, deporte y salud como "tridente imbatible", al igual que la Dieta Mediterránea, a la que definió como "uno de los grandes alicientes y ventajas que tenemos como país". Y dentro de los super alimentos que conforman este patrón alimentario, aseguró que,



El doctor Antonio
Escribano fue nombrado
embajador de la segunda
edición del festival.

del concurso de escaparates, dos iniciativas que reflejan la creatividad y el compromiso con la cultura olivarera de Córdoba.

En el concurso de pintura infantil se establecieron dos categorías por edades, de 5 a 8 años y de 9 a 12 años. En la primera categoría, el primer premio fue para Liam Josué Casanova, del Colegio San Rafael; mientras que en la segunda categoría el galardón fue para Paloma López Moreno, del Colegio Santa Victoria. El jurado de este concurso, que contó con el apoyo de El Corte Inglés, estuvo compuesto por reconocidos expertos en arte y cultura local.

En cuanto al concurso de escaparates, que decoró más de una veintena de comercios de la ciudad con motivos alusivos al olivo, el premio fue para "Óptica Croma". El jurado destacó su creatividad, armonía y originalidad en la representación del espíritu del festival. "Ana Ruiz Pastelería" y "Librería Luque" obtuvieron, respectivamente, el segundo y tercer premio. Asimismo, el jurado concedió una mención especial a "Clan Lui".

sin duda, el aceite de oliva "es de los jugadores más importantes del equipo".

La jornada de clausura estuvo marcada por un ambiente festivo con actividades interactivas como la extracción en directo de

AOVE, catas, talleres para todas las edades y un desayuno molinero que reunió a cientos de asistentes. Uno de los momentos más especiales fue la entrega de premios del concurso infantil de dibujo "Pinta un olivo" y



MORESIL VS+

+ Rentable + Versátil + Eficiente



957 630 243



Ctra. Córdoba-Palma del Río, km. 31, Posadas (Córdoba)



moresil.com



Fabricado en España



El II Festival "Córdoba Virgen Extra" incluyó un amplio programa de actividades.



Clausura del evento.

El evento fue organizado por el Consorcio de la Gastronomía Cordobesa, los consejos reguladores de las DOPs de la provincia (Baena, Lucena, Montoro-Adamuz y Priego de Córdoba), la Asociación Empresarial de Almazaras Industriales de Córdoba (ACORA), la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) y QvExtra! Internacional.

A su vez, fue apoyado por la Diputación Provincial de Córdoba -a través de Iprodeco- y el Ayuntamiento de Córdoba. También contó con patrocinadores como AgroBank y colaboraron instituciones como El Corte Inglés, las DOPs Montilla-Moriles y Los Pedroches, El Vacar, Hostecor y Sabor a Córdoba.

Según precisaron desde la organización, ya están trabajando en los prepara-

Empresas participantes

- Aceite Virgen de Oliva Gómez Cano
- Aceites Bellido
- Aceites Estrella del Guadalquivir
- Aceites Oliva del Sur
- Aceites Prieto Reina
- Aceites Vizcántar
- Alma de Cántaro
- Almazaras de la Subbética
- Asociación de Cesteros Tradicionales de Córdoba
- Coop. La Aurora
- Coop. La Unión-Los Omeya
- Coop. Ntra. Sra. de Araceli
- Coop. Olivarrera de Lucena
- Cortijo de Suerte Alta
- D3 Olivo Tecnología
- Dcoop
- DOP Baena
- DOP Priego de Córdoba
- Exp. Agrarias Las Arenosas
- Gomeoliva
- Los Raigones
- Luque Ecológico
- Manuel Molina Muñoz e Hijos
- Marín Serrano
- Miluma
- Molino Juanito Ortiz
- Molino las Tinajas
- Muela-Olives
- Oleo Fuente Palmera
- Oleoduernas
- Peña de Baena
- Saboroliva
- SCA Ntra. Sra. de la Salud
- SCAO Germán Baena
- SCAO Ntra. Sra. de Guadalupe
- SCAO Ntra. Sra. de la Consolación
- SCAO Ntra. Sra. del Perpetuo Socorro
- SCAO Virgen de la Sierra de Cabra
- Sucesores de Hermanos López
- Tierra Laguna
- Valdearenales
- Vidaperra

ativos para la próxima edición, con el compromiso de seguir impulsando el valor cultural, económico y social del aceite de oliva virgen extra de Córdoba. "Sin duda, el evento se ha consolidado y tiene argumentos para seguir formando parte de las grandes actividades en el calendario de la ciudad de manera continuada", resaltaron.

Ruta Gastronómica Virgen Extra

Más de 25 bares, restaurantes y tabernas de la capital participaron del 31 de enero al 9 de febrero en la "Ruta Gastronómica Virgen Extra", un evento culinario que tuvo como objetivos promover la riqueza gastronómica local, poner en valor al sector de la hostelería y realzar el papel del AOVE como embajador de la Marca Córdoba.

Esta iniciativa, organizada por el Consorcio de la Gastronomía Cordobesa, estuvo financiada por el Instituto Municipal de Desarrollo Económico y Empleo de Córdoba (IMDEEC), y fue una de las actividades paralelas del II Festival "Córdoba Virgen Extra".

La ruta ofreció a los vecinos y visitantes la oportunidad de disfrutar de platos exclusivos, diseñados especialmente para la ocasión con un AOVE cordobés como protagonista.



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



OLEOMAQ-OLEOTEC, escenario de catas, reconocimientos y actividades en torno al sector oleícola



Feria de Zaragoza clausuró el pasado 13 de febrero una nueva edición del Salón Internacional de Maquinaria, Técnicas y Equipos para Bodegas, Almazaras, Industria Cervecera y para la Viticultura y Olivicultura (ENOMAQ, OLEOMAQ, E-BEER, TECNOVID y OLEOTEC) con un balance "muy positivo". El certamen, que se desarrolló durante tres días, incluyó un amplio programa de actividades con catas, reconocimientos y jornadas técnicas en torno al sector oleícola.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

El salón atrajo del 11 al 13 de febrero a más de 28.000 profesionales que recorrieron los pabellones 4, 5, 6, 8 y 9 de la institución ferial de Zaragoza, donde la calidad y la cantidad de oferta expositiva fueron las grandes protagonistas, un aspecto ampliamente resaltado por todos los visitantes.

Según destacó Feria de Zaragoza, desde la primera jornada, el certamen contó con un ambiente de negocio constante, reflejado en la intensa actividad dentro de los stands, donde los expositores subrayaron el papel del salón como espacio idóneo para hacer *networking* y potenciar sinergias dentro del sector.

En concreto, acudieron profesionales de numerosos países, destacando la presencia de un gran porcentaje de la totalidad de las bodegas, almazaras y cerveceras de la Península Ibérica,

así como del sur de Francia e Italia, "consolidando a ENOMAQ-OLEOMAQ como el epicentro del sector vitivinícola, oleícola y cervecero del sur de Europa", resaltó la institución ferial.

La apuesta por la calidad fue la máxima premisa en esta edición, un criterio que -según la organización- también se mantuvo en la parte agrícola del certamen con TECNOVID y OLEOTEC, aportando un alto nivel de especialización y vanguardia tecnológica.

Actividades

Las jornadas técnicas y actividades paralelas fueron otro de los grandes reclamos del certamen, con más de 60 sesiones que contaron con una elevada participación. Por ejemplo, la tecnología y la sostenibilidad fueron protagonistas de diversas jornadas. En concreto, en el marco de OLEOMAQ, la Asociación



Española de Maestros y Operarios de Almazara (AEMODA) organizó una charla sobre Inteligencia Artificial aplicada en las almazaras de la mano de la empresa IMS Control Industrial, en la que su gerente, Pedro Martínez, explicó las nuevas tecnologías que se están im-



Lleno absoluto de la cata impartida por José María Penco, director técnico del Concurso EVOOLEUM.

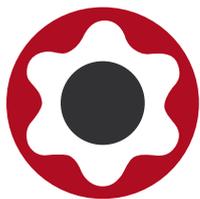


Finca Trascabeza, de la variedad lecciana, fue uno de los AOVes catados.

plantando en el control del proceso de extracción de aceite y la repercusión que están teniendo tanto en la calidad del producto obtenido como en la cantidad, mejorando los agotamientos. Otra de las actividades organizadas por AEMODA corrió a cargo de Miguel Abad, consultor

técnico en olivicultura y elaiotecnía, en la que se reunió a fabricantes de decánter -GEA, Pieralisi y Manzano Flottweg- para que mostrasen los últimos avances en los sistemas de extracción de aceite y la aplicación de las nuevas tecnologías en las líneas de extracción.

Las catas también volvieron a ser un gran atractivo para los asistentes, quienes descubrieron experiencias sensoriales únicas de la mano de EVOOLEUM. Destacó la cata "Explosión de olores y sabores de 4 AOVes TOP monovarietales de la Cuenca del Mediterráneo",



Cazaux

Fabricante de bombas desde 1954



Consulta nuestro sitio web

adv@cazauxpumps.com | www.cazaux-pumps.com

Cuidando la calidad de su producto en cada etapa del proceso

- Robustas, fiables y de fácil mantenimiento
- Compactas
- Respetuosas con el producto transferido
- Higiénicas y silenciosas
- Fáciles de usar y versátiles



NUESTROS SECTORES DE ACTIVIDAD



Agricultura



Alimentos y bebidas



Industria



Industria minera



Integrador



Farmacéutica y cosmética



Tratamiento aguas residuales



Ifamensa



En el stand de Ifamensa, los visitantes pudieron conocer su gama de maquinaria, diseñada para ofrecer eficiencia, precisión y fiabilidad en cada proceso. Desde llenadoras y taponadoras hasta etiquetadoras y sistemas de automatización, Ifamensa dio a conocer sus equipos que optimizan la producción y garantizan la máxima calidad. La empresa también aprovechó para presentar a su nuevo CCO, Agustín Martín.

Treico



OLEOMAQ supuso una oportunidad perfecta para presentar la nueva imagen y estructura corporativa de Treico. En concreto, fue el escenario para la presentación de su nuevo director general, Jesús Ponce. Constituyó también una plataforma para estrechar relaciones con sus clientes y afianzar su posición en el sector a través de sus tres líneas de actividad: maquinaria industrial, reciclado de aguas y almacenamiento. Asimismo, la empresa puso en valor la relevancia de los patios de limpieza en los procesos de tratamiento de la aceituna para garantizar un producto final de calidad, además de la necesidad de aprovechar la tecnología de tratamiento de las aguas para reducir tanto los costes como la huella ambiental.

Ayrtac



La compañía Ayrtac, que se encuentra en plena celebración de su 25º aniversario, aprovechó su presencia en este salón para exponer sus novedades.

Este evento supuso la oportunidad para dar a conocer en directo su amplio catálogo de botellas y soluciones de envasado para los sectores del licor, conserva, vino y, sobre todo, aceite.

Además, la empresa también aprovechó para presentar un nuevo hito en su historia: el lanzamiento de "Destapados", un *videopodcast* que surge con el fin de dar a conocer los secretos que hay tras el envasado que contará con invitados clave en este campo. El proyecto comenzó en abril con un primer capítulo junto a Héctor Barbarin, director general del Centro Nacional de Tecnología y Seguridad Alimentaria (CNTA), todo un referente en innovación, quien habló sobre la evolución y los desafíos del sector alimentario.

Magusa



Magusa compartió con visitantes y clientes la celebración de un año especial para la empresa, ya que en 2025 cumple 50 años. Con motivo de este aniversario, la firma catalana ha modernizado y rediseñado tanto su imagen corporativa como su web.

Cabe recordar que Magusa ofrece para el sector oleícola sistemas de recepción, monoblocks compactos para elaboración de aceite, sistemas de extracción no compactos, todo tipo de bombas de trasiego, depósitos de fabricación propia, filtros, embotelladoras, etiquetadoras y todo el material de pequeño tamaño que se pueda necesitar en una almazara. Además, cuenta con un servicio post-venta muy cualificado que permite atender cualquier imprevisto que pueda presentarse.

impartida por José María Penco, director técnico del Concurso EVOOLEUM, que registró lleno absoluto; así como la cata organizada por AEMODA, que llevó a cabo Miguel Abad con variedades autóctonas de la zona y en la que se pudieron conocer los matices de cada aceite.

Reconocimientos

Asimismo, en el salón se entregaron los reconocimientos del Concurso de Innovaciones y Mejoras Técnicas y los Premios ENOMAQ-OLEOMAQ-EBEER-TECNOL-VID-OLEOTEC 2025. Manuel Caravaca fue reconocido con el Premio Maestro de

Almazara OLEOMAQ 2025 por su "ejemplar y polifacética" trayectoria profesional. Caravaca -fundador y presidente de AEMODA- es técnico en elaboración de aceites y grasas con más de 35 años de experiencia; co-autor de cinco libros del sector oleícola; formador de maestros de almazaras en la Universidad de Jaén (UJA) y en el Centro de Interpretación "Olivar y Aceite" de Úbeda (Jaén) y tutor de alumnado en prácticas de ciclos formativos de formación profesional. Asesora también a diversas almazaras y es catador desde hace 14 años en el panel CM Europa, acreditado por la ENAC.

Para Caravaca, este premio ha supuesto un reconocimiento al trabajo realizado "durante mi trayectoria profesional, en la que no he parado de formarme y seguir estando al día de las últimas novedades que van surgiendo en el sector", subrayó a *Mercacei*.

"Ya en el año 2010 recibí el premio al Mejor Maestro de Almazara por parte de la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) y después de 15 años de este premio el galardón de OLEOMAQ supone un reconocimiento a la constancia y al trabajo realizado durante estos años", añadió.



Soluciones con total precisión y seguridad



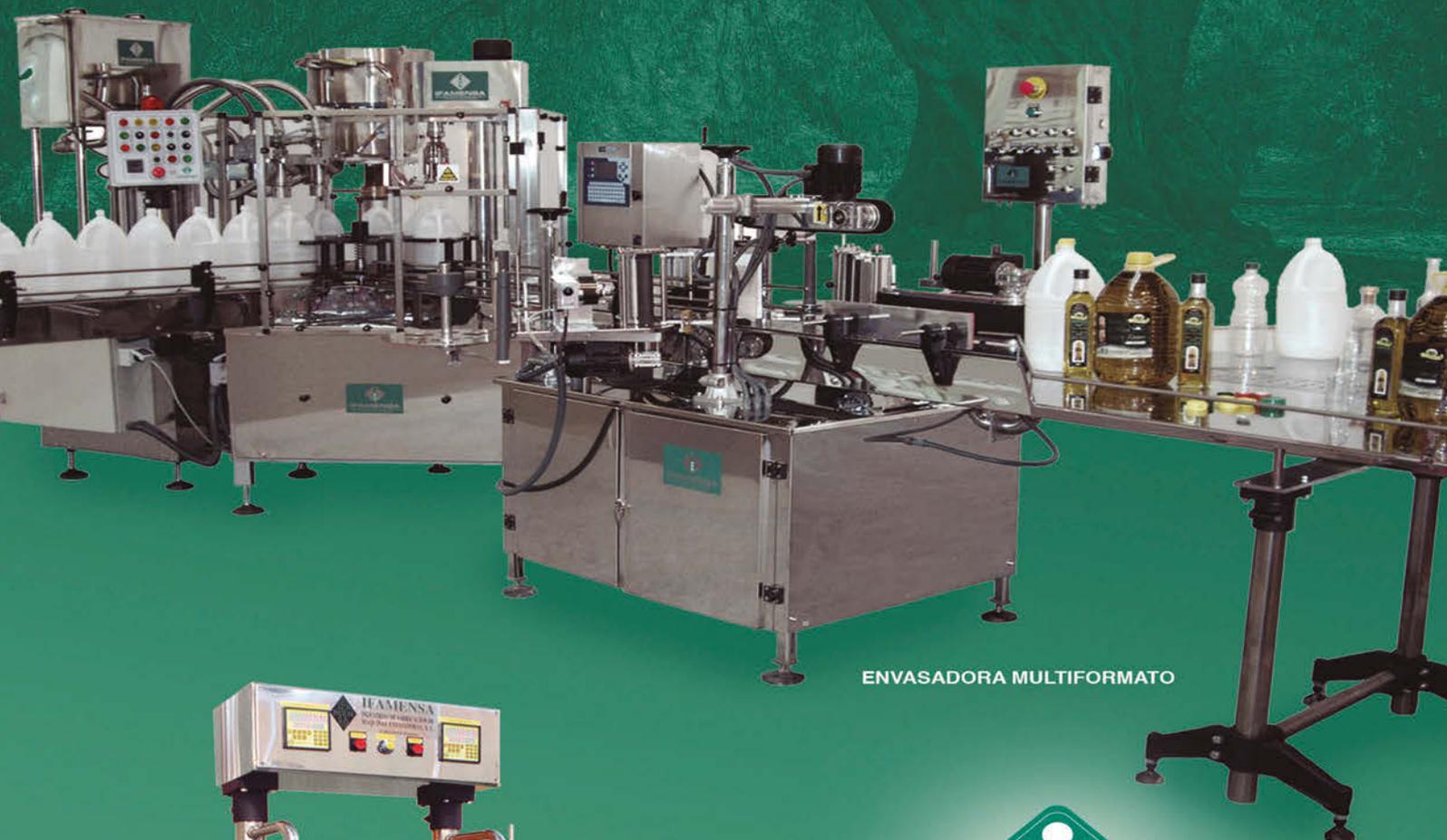
ENVASADO



ETIQUETADO



CIERRE



ENVASADORA MULTIFORMATO



LLENADORA POR PESO



ifamensa

INDUSTRIAS DE FABRICACIÓN DE MÁQUINAS ENVASADORAS, S.L.

¡Calidad de principio a fin!



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

www.ifamensa.com



El biogás en el sector oleícola

En el marco de OLEOMAQ, Pieralisi organizó la jornada "El biogás en el sector oleícola", que contó con la participación de Genia Bioenergy, una empresa española de referencia en el sector de energías renovables, participada por Repsol. La compañía ofreció a los asistentes formación de primer nivel sobre este tema emergente en el sector oleícola.

En concreto, el director general de Pieralisi España y Portugal, Rodrigo Jaén, destacó en su discurso de bienvenida la posición de liderazgo de Pieralisi a nivel mundial en maquinaria y tecnología para la producción de aceite de oliva, así como en el tratamiento de aguas residuales y separaciones industriales. "Nuestra experiencia nos posiciona a la vanguardia del biogás, un sector estratégico con gran potencial económico y una excelente alternativa para la gestión de desechos", explicó.

Por su parte, el director territorial de desarrollo de negocio de Genia Bioenergy, Iván Torrijos, subrayó el prometedor futuro que se abre gracias a la colaboración entre ambas empresas. "España está a la cola de la producción de biometano en Europa y nuestra misión es ayudar a la industria agroalimentaria y al sector primario a mejorar su competitividad y sus prácticas de gestión de residuos para hacerlas más sostenibles", afirmó.

A su vez, el director de producción de la cooperativa Sor Ángela de la Cruz, Ricardo García, resaltó la importancia de la colaboración entre el capital humano de la almazara y la experiencia de Pieralisi en maquinaria para la extracción de aceite de oliva. "Pieralisi ha sido un socio clave en la modernización y optimización de nuestros procesos. Gracias a la molturación con la serie *Leopard DMF* de Pieralisi, no sólo obtenemos aceites de mayor calidad, sino que hemos alcanzado una extractabilidad del 92%, cuando lo habitual en el sector es del 86-87%", detalló.

El delegado territorial de Genia Bioenergy en Cataluña y Aragón, César Casanovas, se refirió al potencial de los residuos orgánicos para la generación de energía, en lugar de ser eliminados o desechados. "La economía circular convierte los residuos en un recurso útil, y el biogás representa una solución innovadora y sostenible para la gestión de residuos en la producción de aceite de oliva", afirmó.

La producción de biogás supone un aliciente adicional a la producción de biometano, ya que una vez finalizado el proceso de digestión anaerobia, aporta un producto de alto valor añadido en forma de fertilizante. El responsable de I+D+i de Oleoestepa, Javier Caro, presentó el proyecto SAPAL, cuyo objetivo es desarrollar soluciones de biorremediación a partir del tratamiento *in situ* de los subproductos de almazara. En su opinión, "proyectos como SAPAL buscan dar respuesta a retos tan importantes para el sector como



el previsible aumento de la cantidad de subproductos debido a los sistemas de plantación intensivos, que puede exceder la capacidad de recepción de la industria orujera, o la posible entrada en vigor de normativas relativas a los límites de nuevos parámetros alimentarios que podrían llevar a la industria orujera a desarrollar nuevas estrategias de producción", expuso.

Por su parte, Antonio Carazo, responsable de producto de Pieralisi, explicó en su ponencia, basándose en un estudio realizado por la compañía, cómo el paté DMF procedente del decánter gama *Leopard* genera más metano que el orujo procedente del sistema en dos fases. La principal razón es que "su menor contenido en sólidos y la ausencia de piel y hueso hacen este sustrato más apetecible para las bacterias metanogénicas, que se mueven en el mismo con más facilidad y consiguen una mayor degradación de la materia orgánica, dando lugar a una mayor producción de biogás", indicó.

Una vez presentadas durante la jornada las ventajas del sistema de molturación *Leopard DMF* para el almazarero, el papel de la producción de biogás en el sector primario y la industria transformadora, el aprovechamiento de los distintos subproductos del sector oleícola con fines de biorremediación y el mayor potencial de producción de biometano a partir del paté originado por la tecnología DMF, llegó el momento de evaluar la viabilidad económica a nivel industrial de una planta de biogás alimentada con paté DMF.

Finalmente, Víctor Díaz, responsable de valorización de digestatos en Genia Bioenergy, presentó el estudio realizado junto con Pieralisi para medir el umbral de rentabilidad de estos proyectos. Entre las principales conclusiones destacó que los proyectos con paté permiten un menor dimensionamiento de planta. "No es tanto los ingresos -mayores en las plantas de alperujo- sino el balance entre CAPEX-OPEX e ingresos, que al ser menores en la planta de paté hacen que se cubran antes, siendo rentables con menor inversión", precisó Díaz.





En el salón se entregaron los reconocimientos del Concurso de Innovaciones y Mejoras Técnicas y los Premios OLEOMAQ-OLEOTEC 2025.



Reconocimiento de Feria de Zaragoza a Grupo Editorial Mercacei.

En su opinión, el maestro de almazara “tiene que ir evolucionando día a día, ya que el sector no para de transformarse y sufrir grandes cambios tecnológicos, por lo que la formación y el intercambio de información entre profesionales es imprescindible para lograr mejores maestros y que, a su vez, esa formación y profesionalización repercuta en beneficios en nuestras almazaras”.



La almazara de Aceitando Hermonos fue galardonada con el Premio Excelencia OLEOMAQ 2025.

A su vez, la almazara de Aceitando Hermonos, situada en Calaceite, en la turolese Comarca del Matarraña, fue galar-

donada con el Premio Excelencia OLEOMAQ 2025. La organización del certamen resaltó de esta almazara la creación de un AOVE de primera calidad protegiendo el



Manuel Caravaca fue reconocido con el Premio Maestro de Almazara OLEOMAQ 2025.

entorno y haciendo sus instalaciones técnicas subterráneas. Con ello han conseguido mantener el paisaje de olivar y almendro tan típico de la zona. Bajo el mando de Saeed Keshavarz y Javier Sánchez Padrós, ambos maestros de almazara con 20 años de experiencia, se crean aceites de excelencia que próximamente estarán certifica-

dos por el IFS Food. Finalmente, Feria de Zaragoza entregó un reconocimiento a Grupo Editorial Mercacei por sus 30 años de trayectoria. 🍋



Más aceite de oliva de mejor calidad con la tecnología de Pulsos Eléctricos (PEF)

Un número creciente de productores de aceite de oliva están reconociendo las ventajas de la tecnología PEF para mejorar la extracción y el rendimiento. El productor de aceite de oliva de renombre mundial Acesur, con sede en Sevilla, implementó un sistema PEF de la empresa sueca de tecnología alimentaria OptiCept Technologies. Desde su instalación durante la temporada de cosecha de 2023, el molino ha visto mejoras significativas en la extracción, y la calidad del aceite.

¿QUÉ SON LOS PULSOS ELÉCTRICOS (PEF)?

La tecnología PEF implica la aplicación de pulsos eléctricos de corta duración a células biológicas. Estos pulsos de alto voltaje crean poros o aperturas en la membrana celular, lo que permite que el contenido de la célula, como por ejemplo el aceite, pase a través de la membrana con mayor facilidad. Los equipos modernos, como decanteres, están diseñados para maximizar la eficiencia de extracción de aceite. Sin embargo, no importa cuán moderno sea si no se prepara la pasta de aceituna de forma apropiada, siempre quedará una cantidad considerable de aceite escondida dentro de las células.

Al aplicar PEF, justo después del molino, antes de la batidora, el aceite restante también se libera. Además, esto conlleva varios "efectos secundarios" positivos: un tiempo de procesamiento más corto y una mejor calidad del producto final.



Un sistema PEF de OptiCept consta de un generador y una cámara de tratamiento. A medida que la pasta de aceituna pasa por la cámara, se trata con campos eléctricos pulsados en milisegundos o microsegundos, haciendo que el proceso sea muy eficiente sin aplicar calor.

ACESUR - OPTIMIZANDO EL PROCESO DE EXTRACCIÓN DE AOVE CON OPTICEPT

La galardonada empresa Acesur, con sede en Sevilla, es reconocida como líder mundial y un referente en el sector del aceite de oliva. Acesur está presente en más de 120 mercados, gracias a la comprobada versatilidad de las marcas que están integradas en el grupo.

"La tecnología no solo mantuvo los altos estándares de calidad de nuestros aceites de oliva, sino que también logramos una mejora promedio en la extracción de aceite", dice Carlos Jiménez, Director de Operaciones de Acesur, y continúa:

"Tuvimos la oportunidad de alquilar un equipo, y realizamos pruebas durante la campaña 2023-24 con una línea en nuestro molino en La Roda de Andalucía. Los resultados fueron excelentes."

MEJORAS EN EXTRACCIÓN Y CALIDAD

El Sr. Jiménez explica que la mejora en la extracción de la masa en la primera extracción y la mejora en la calidad del AOVE han sido factores determinantes para optar por el equipo PEF de OptiCept.

Sin duda, la integración de OptiCept no solo nos ha ayudado a mejorar el rendimiento, sino que también ha mejorado significativamente la calidad.

Carlos Jiménez,
Director de Operaciones, Acesur

SOBRE OPTICEPT

OptiCept Technologies es una empresa sueca de tecnología alimentaria que cotiza en bolsa y que desarrolló un sistema PEF patentado llamado CEPT®, un nuevo e innovador tipo de PEF. Es una forma nueva y más sencilla de crear, controlar y aplicar pulsos de manera más eficiente, con una aplicación específicamente diseñada para la extracción de aceite de oliva.

Para más información:

opticept.se
sales@opticept.se
615657457





Galería de expositores



ACUDAM.



ADHESIVAS IBI.



AGROMILLORA.



ALFATEK.



AXFLOW.



BABO STEEL.



BERLIN PACKAGING.



BIB PACKAGING.



CANALS.



CARTOBOL.



D. ESPI.



DIREMA.



ETIQUETA DIEZ.



EXCELLENT CORK.



GALLARDO.



GEA.



GLOBAL GAMAVETRO.



INDUSTRIAS DE LA ROSA.



INVIA.



ISAGRI.



KOCAMAZ MAKINA.



MACHO.



MANZANO FLOTTWEG.



NEW HOLLAND.



NOVAPET-ENVASES SOPLADOS.



OVELAR.



P.E. LABELLERS.



PARCITANK.



PARRA.



PIERALISI.



SAFI.



SEGUÉS. DISTRIBUIDORES DE OFFICINE MECCANICHE TOSCANE.



SMURFIT WESTROCK.



TECNILAB.



TODOLIVO.



TORRENT.



VELO.



VERALLIA.

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





Éxito de la primera edición de EVOLIO Expo, la feria internacional B2B del AOVE



La primera edición de EVOLIO Expo, la feria internacional B2B dedicada al aceite de oliva virgen extra celebrada en Fiera del Levante en Bari (Italia), concluyó con un resultado “positivo”, superando las expectativas de los organizadores. Así, este evento sentó las bases para nuevas oportunidades de negocio, innovación y valorización del AOVE en el panorama mundial.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

Con 6.482 visitantes, 161 empresas expositoras, 22 compradores procedentes de mercados clave para Italia –incluidos EEUU, Australia, Túnez y Alemania-, 20 asociaciones, entidades e instituciones y más de 100 eventos entre conferencias, talleres y paneles de cata, “el evento demostró ser una plataforma estratégica para la promoción del sector del aceite de oliva, impulsando en un único lugar los negocios, la innovación, la cultura y la investigación científica”, resaltaron desde la organización.

El evento, celebrado en Nuova Fiera del Levante y organizado por Senaf, con el apoyo del Departamento de Agricultura, Desarrollo Rural y Medio Ambiente de

la Región de Puglia, Pugliapromozione, la Associazione Nazionale Città dell’Olio y el patrocinio del Ministerio de Agricultura, Soberanía Alimentaria y Forestal (Masa), puso de relieve los desafíos y oportunidades del sector del aceite de oliva, impulsando el diálogo entre instituciones, productores y compradores internacionales y contribuyendo a reforzar el valor del aceite de oliva virgen extra como producto de excelencia del *Made in Italy*.

“El resultado positivo de la feria demuestra la gran necesidad que tiene el sector de espacios de debate y crecimiento, subrayando la importancia de invertir en calidad, sostenibilidad y valorización del territorio”, afirmó Ivo Nardella, presidente del Gruppo Tecniche Nuove y de Senaf.

Para Nardella, “el aceite de oliva virgen extra no es sólo un alimento, sino un símbolo de nuestra cultura, nuestra tierra y nuestra identidad. EVOLIO Expo ha dado voz a esta historia, ofreciendo ideas y herramientas concretas para afrontar el futuro con conciencia y determinación”.

El programa de este evento incluyó talleres sensoriales y catas guiadas, dedicadas a los aceites monovarietales y las excelencias italianas; talleres técnicos sobre sostenibilidad e innovación en la cadena de suministro de la aceituna, con un foco en las nuevas tecnologías para optimizar la producción y reducir el impacto ambiental; y reuniones B2B que ofrecieron oportunidades de *networking* y expansión comercial entre



EVOLIO Expo albergó numerosos eventos entre conferencias, talleres y paneles de cata.



Recursos Hídricos, Protección del Agua y Autoridad Hídrica de la Región de Puglia; y Vito Leccese, alcalde de Bari.

Entre los muchos temas tratados, destacó en particular el papel fundamental de las exportaciones como oportunidad de desarrollo para las empresas del sector: un canal que en los diez primeros meses de 2024 (+50% en valor y +6% en volumen, según datos del ISMEA) alcanzó los 2.620 millones de euros. EVOLIO Expo, con sus compradores, representó así una oportunidad única para reforzar la presencia del *Made in Italy* en los mercados extranjeros. Y es que los expositores presentes, procedentes de toda Italia, tuvieron la oportunidad de reunirse directamente con compradores extranjeros estratégicos, creando nuevas conexiones comerciales y sentando las bases para futuros acuerdos.

Pero el evento no fue sólo un momento para profundizar en cuestiones relacionadas con las tendencias del mercado, sino que también se debatió

productores y compradores nacionales e internacionales.

Mercado, oleoturismo, salud...

La feria estuvo marcada por momentos significativos para el futuro del AOVE

comenzando por el evento inaugural, que contó con la participación de personalidades políticas a nivel nacional y regional, entre ellos Patrizio La Pietra, subsecretario del MASAF; Donato Pentassuglia, consejero de Agricultura,

Básculas



Registro de Control Metrológico N° 04-M-1002 y 04-M-2015-R

Soluciones en Procesos de Pesaje, S.L.U.

Pol. Ind. Los Jarales, C/. Mina Mexicana, s/n.

Tel.: +34 953 694 117

Móvil: +34 609 408 910

Linares - Jaén - España

info@soppslu.com

www.soppslu.com



PESAJE A GRANEL DE SÓLIDOS Y LÍQUIDOS



**ESTUDIOS PERSONALIZADOS
EN METROLOGÍA LEGAL O
CONTROL INTERNO**





sobre temas como el oleoturismo, la relación entre aceite y salud, la identidad turística y cultural de los territorios, la sostenibilidad ambiental, la innovación tecnológica y la valorización de productos de calidad como los aceites con DOP, IGP y monovarietales.

Además, también fue escenario para presentar anuncios importantes como el de la Región de Puglia, que comunicó la firma de las primeras convocatorias de licitación del Complemento de Desarrollo Rural (CSR) Puglia 2023-2027 destinado a apoyar al sector oleícola con inversiones para nuevas plantaciones y la valorización de la producción.

En el ámbito turístico, la Dirección Regional de Turismo, Pugliapromozione, y la Associazione Nazionale Città dell'Olio promovieron la integración entre el oleoturismo y el desarrollo territorial, subrayando el papel creciente del aceite de oliva extra virgen como elemento central de la oferta enogastronómica italiana. Este debate destacó cómo la valorización del olivar y las tradiciones productivas pueden generar experiencias únicas y atractivas para visitantes de todo el mundo. Roberta Garibaldi, profesora de Gestión Turística de la Universidad de Bérgamo, presentó los datos del Informe sobre el Turismo Enogastronómico, que subrayan el papel creciente del oleoturismo como elemento central de la oferta turística italiana y, en particular, de Puglia. A su vez, la conferencia titulada “*Aceite, medio ambiente, paisaje, identidad y turismo*” exploró cómo el paisaje olivarero, con sus olivares centenarios, representa un recurso cultural, económico y turístico único, capaz de generar valor no sólo para quienes producen, sino para comunidades enteras. Durante la charla, representantes de la industria, administradores locales y profesionales de la sostenibilidad debatieron sobre la importancia de preservar el paisaje olivarero como elemento distintivo de la identidad italiana y mediterránea.

En cuanto a la salud, una mesa de debate impulsada por Pugliapromozione y la Associazione Nazionale Città dell'Olio titulada “*Aceite, salud y Dieta Mediterránea: oleoturismo*” subrayó cómo el vínculo entre nutrición, bienestar y valo-



Los expositores tuvieron la oportunidad de reunirse directamente con compradores extranjeros estratégicos.



El evento incluyó diversas conferencias y mesas de debate sobre oleoturismo, mercado o salud.

rización del territorio puede transformarse en una estrategia integrada para la promoción del sector. También se llevó a cabo la conferencia “*AOVE salud: simple prevención*”, productores de aceite de oliva virgen extra, científicos y asociaciones de consumidores verificaron con publicaciones científicas recientes el papel de este producto en la prevención de las enfermedades más extendidas.

Este evento contó con la participación no sólo de operadores del sector, sino también de expertos como el científico del Consejo Nacional de Investigación de Italia (Cnr) Mario Tozzi y el investigador Stefano Mancuso, quienes abordaron temas relacionados con la biodiversidad, la innovación tecnológica y el desarrollo sostenible.

“Gracias al compromiso de toda la organización, con sus propias competencias y su contribución operativa, este evento, en su año cero, ha creado una atención particular hacia el aceite de oliva virgen extra que representa una excelencia de nuestro territorio”, remarcó Gaetano Frulli, presidente de Nuova Fiera del Levante-EVOLIO Expo, quien detalló que la feria ha contribuido a valorizar el producto y a todos los profesionales que trabajan en su producción. “Esta feria especializada representa la identidad de nuestra región y también la de la Nuova Fiera del Levante que promueve el AOVE como un elemento importante para nuestra economía que se debe promocionar a nivel mundial”, concluyó. 🟡



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



SOL2EXPO debuta como evento independiente en el calendario de Veronafiery con la presencia de 2.000 visitantes



SOL2EXPO-Full Olive Experience, el salón dedicado al mundo de la aceituna y el aceite de oliva, debutó, del 2 al 4 de marzo, como evento independiente en el calendario de Veronafiery tras 28 ediciones simultáneas con Vinitaly. El programa incluyó un maratón de más de 50 eventos entre conferencias, *showcooking*s, catas y análisis en profundidad, de la tierra a la mesa y del negocio al consumidor final.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

[Fotos: Veronafiery EnneviFoto]

Con 230 empresas expositoras presentes y una superficie duplicada de más de 10.000 metros cuadrados, la feria contó con la presencia de aproximadamente 2.000 visitantes entre consumidores y operadores profesionales, el 13% de los cuales eran extranjeros, y 234 compradores de 34 países -Austria, Albania, Armenia, Azerbaiyán, Brasil, Bosnia y Herzegovina, Corea del Sur, Croacia, Chile, China, Colombia, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Alemania, Japón, India, Irlanda, Israel, Marruecos, Países Bajos, Polonia, Reino Unido, República Checa, Eslovaquia,

Eslovenia, España, EEUU, Suiza, Túnez, Turquía, Hungría, Vietnam-, incluidos 70 compradores seleccionados e invitados por Veronafiery y la Agencia ICE.

Tras la inauguración -que contó con la presencia del ministro de Agricultura, Soberanía Alimentaria y Forestal, Francesco Lollobrigida, y el presidente del ICE, Matteo Zoppas-, el programa propuso más de 50 eventos entre conferencias, *showcooking*s, degustaciones y análisis en profundidad, un maratón formativo e informativo que interesó al público especializado pero también a los consumidores, especialmente durante la primera jornada.

Para Federico Bricolo, presidente de Veronafiery, "con esta edición hemos creado un importante proyecto, reuniendo a todo el sistema que gira en torno a este extraordinario producto *Made in Italy*, desde las instituciones hasta las asociaciones profesionales, consorcios, regiones y productores individuales que representan a todas las áreas. El próximo paso será promover el sector a través de nuestras iniciativas en el extranjero en Asia, América del Norte y del Sur, incluida la Osaka Expo en el mes de julio, con el objetivo de atraer aún más compradores internacionales a Verona el próximo año".



SOL2EXPO contó con la presencia de 2.000 visitantes.

rios extranjeros, potenciando sinergias y visibilidad común. Esta visión estratégica nos permite sentar bases sólidas para el futuro del sector oleícola, creando nuevas oportunidades de negocio y de encuentro tanto para los operadores profesionales como para los consumidores finales”.

Consumo en Italia

Entre las actividades que se llevaron a cabo en la muestra destacó la presentación de los resultados del Observatorio SOL2EXPO-Nomisma sobre los consumidores italianos. Según esta encuesta, en la que participó una muestra representativa de 1.000 consumidores, los italianos consideran que el AOVE es superior a otro tipo de aceites en términos de calidad (89%), relación calidad-precio (85%), sabor (85%) y beneficios para la salud (79%).

“Prestamos gran atención a la calidad y a las propiedades organolépticas”, explicó Evita Gandini, responsable

Por su parte, el director general de Verona SpA, Adolfo Rebughini, resaltó que “hemos dado un paso decisivo al decidir lanzar una feria enteramente dedicada al aceite de oliva y sus derivados, una dirección que los expositores nos venían solicitando desde hace tiempo. Con su colaboración diseñaremos los próximos pasos para repre-

sentar a toda la cadena de suministro y maximizar las oportunidades que ofrece este evento. SOL2EXPO pretende consolidarse como una cita independiente en el calendario de Veronafiere con una fuerte identidad propia. Al mismo tiempo, a nivel internacional, estamos posicionándolo, manteniendo un fuerte vínculo con Vinitaly en muchos escena-

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



El programa de la feria incluyó numerosas actividades, entre ellas presentaciones y catas.

de análisis de mercado de Nomisma, quien precisó que, cuando salen a comer fuera, el 46% de los italianos presta siempre atención al aceite que hay en la mesa, al 37% le gustaría poder elegir el aceite en el menú y 4 de cada 10 estarían interesados en aprender más sobre las características del AOVE participando en cursos de maridaje. Este interés se refleja también en los canales de compra especializados, con un 31% de los consumidores ya acostumbrados a comprar en tiendas especializadas, y un 16% que realiza compras *on line* en establecimientos también especializados.

El consumidor más asiduo (que compra al menos una vez al mes) es un adulto mayor de 45 años con hijos, vive en el sur y tiene un estilo de vida que combina la atención a la sostenibilidad, la búsqueda hedonista del placer y una dimensión urbana y de conexión con el territorio. De hecho, la elección del producto está especialmente influenciada por el origen del aceite que, unido a la presencia de un sello DOP/IGP, representa el motor de compra para más de la mitad de los consumidores (54%). Así, casi 8 de cada 10 italianos han adquirido un aceite con Indicación Geográfica al menos una vez en el último año.

A pesar de ser un bien esencial para el 96% de los italianos, según el Observatorio SOL2EXPO-Nomisma, los consumidores demuestran tener un amplio margen de mejora en términos de conocimiento. Sólo 2 de cada 10 italianos saben que la producción de aceite de oliva es un ejemplo de economía circular, lo que aumentaría la propensión a la compra en el 81% de los casos. Sólo el 37% de los italianos conoce el valor de "superalimento natural" que incorpora el

aceite de oliva virgen extra, gracias a su riqueza en antioxidantes, polifenoles, vitaminas y minerales; y aproximadamente 1 de cada 2 italianos declara estar interesado en conocer más.

Plan Nacional del Aceite de Oliva

Asimismo, en el marco de SOL2EXPO -que celebrará su próxima edición del 1 al 3 de marzo de 2026- se reunió la Mesa Olivícola del Ministerio de Agricultura, Soberanía Alimentaria y Forestal (Masaf), presidida por el subsecretario de este Departamento, Patrizio La Pietra, junto a los representantes de la cadena de suministro, donde se definieron las directrices del nuevo Plan Nacional del Aceite de Oliva. Se trata de un plan amplio y estructurado, diseñado para garantizar no sólo recursos económicos, sino también herramientas estratégicas capaces de reforzar la producción nacional y relanzar una cadena productiva estratégica para la agricultura italiana.

"Hoy en día, el verdadero desafío para el sector del aceite de oliva italiano es volver a la producción y reafirmar el papel de Italia como nación líder en el sector, sin sacrificar nunca la calidad. Debemos reforzar el valor económico y cultural de nuestro aceite de oliva virgen extra, garantizando un precio justo a los productores y a la cadena de suministro. Nuestra fuerza reside en la calidad y en ese terreno somos imbatibles", declaró Patrizio La Pietra.

La Pietra resaltó que "el compromiso del Masaf y del Gobierno de Giorgia Meloni para promover el relanzamiento del sector oleícola es de 360 grados, como lo que se ha llevado a cabo para la agricultura, y contempla desde la lu-



En la Mesa Olivícola se presentó el nuevo Plan Nacional del Aceite de Oliva.

cha contra la *Xylella fastidiosa*, a través de los fondos puestos a disposición por el Gobierno; la innovación como en el caso del decreto para la modernización de las almazaras; y la promoción del valor de la calidad del producto italiano".

"Estamos en el lugar adecuado para este paso fundamental para el sector porque aquí están reunidos todos los protagonistas de la cadena de suministro, con quienes tenemos la intención de debatir para desarrollar el proyecto de plan e identificar rápidamente un camino que fortalezca la competitividad del aceite italiano en términos económicos, pero también y sobre todo desde el punto de vista del reconocimiento de la calidad inigualable de nuestra producción", añadió.

A su juicio, "reconocer el precio justo para un producto de calidad es una necesidad para apoyar adecuadamente a nuestros olivares y a todos los componentes de la cadena de suministro, difundir el mensaje de que el aceite italiano es un aceite de altísima calidad es el primer paso fundamental para relanzar el sector y acompañarlo para afrontar los retos de un mercado internacional complejo, pero al mismo tiempo lleno de oportunidades". 🍴

ORIGINAE

a return to authenticity in every oil bottle



LA EVOLUCIÓN DEL PACKAGING DE ACEITE DE OLIVA EMPIEZA AQUÍ

ORIGINAE es nuestra nueva colección de envases para aceite de oliva y condimentos gourmet. Inspirada en la esencia de la aceituna y la cerámica tradicional, cada botella combina diseño distintivo y funcionalidad. Entendemos la pasión que hay en cada gota de aceite, la misma que impulsa nuestras propuestas de packaging. Gracias a nuestra experiencia en diseño y decoración, ayudamos a los productores a contar la historia única de sus productos.

VISÍTANOS EN EXPOLIVA

Pabellón Caja Rural de Jaén
Stand B-16-23





Agri Data Green Summit Iberia debate en Madrid sobre el futuro de la industria agroalimentaria

Agri Data Green Summit Iberia regresó a Madrid el pasado 26 de febrero bajo el título *“Digitalización, nuevas prácticas y sostenibilidad: retos y oportunidades para el futuro del sector agroalimentario ibérico”*. La jornada, organizada por xFarm Technologies, reunió a destacados ponentes de España y Portugal, así como de Italia, Suiza y América Latina, que compartieron nuevas ideas, conocimientos, perspectivas y experiencias; además de analizar los temas más importantes para el sector agroalimentario ibérico y mundial.



[Texto: Cristina Revenga Palacios]

La edición 2025 del Agri Data Green Summit Iberia de xFarm Technologies reunió a casi 50 ponentes y a más de 170 profesionales, con representantes de más de 122 empresas. El objetivo de la jornada, que tuvo lugar en el Rafaelhoteles Atocha, fue el debate entre reputados expertos y profesionales de España y Portugal, pero también de Italia, Suiza y América Latina, sobre los temas más importantes para el sector agroalimentario ibérico y mundial, compartiendo nuevas ideas, conocimientos, perspectivas y experiencias, y analizando cuáles son las principales tendencias en curso.

En su mensaje de apertura, el CEO de xFarm Technologies, Matteo Vanotti, se centró en la importancia de la exportación agroalimentaria de España y Portugal, “una exportación potente que debe responder a una regulación

concreta, por ejemplo, en materia de sostenibilidad. A través de la tecnología, nosotros queremos apoyar la eficiencia de las empresas agrícolas y su sostenibilidad medioambiental y económica”.

Vanotti también destacó que España es un país importante para xFarm Technologies, donde la compañía tecnológica tiene su sede para el área ibérica, mantiene colaboraciones con empresas, centros de investigación y universidades, y “tiene una puerta de acceso fundamental hacia América Latina”. Y es que Sudamérica es un área de gran interés, como demuestra el anuncio de que xFarm Technologies ha unido fuer-



El CEO de xFarm Technologies, Matteo Vanotti.

zas con la empresa agritech brasileña Checkplant.

Por su parte, Franco Di Giano, business manager Iberia en xFarm Technologies, definió este encuentro como “una jornada de innovadores, cuyo objetivo es fomentar la cultura y la innovación en el sector agroalimentario. El foco de esta cumbre está puesto en España y Portugal, que se están presentando como referentes en innovación agroalimentaria”.

A su vez, Victoria Ruiz, responsable de desarrollo de ANSEMAT, definió la digitalización como “un catalizador entre la tecnología y la sostenibilidad, ya que gran parte de las ambiciones y de los objeti-



vos sostenibles no podrán alcanzarse sin una tecnología adecuada que soporte el análisis de datos, los procesos, las mediciones y la toma de decisiones informadas". Ruiz también identificó la rentabilidad de la inversión y la formación como dos de los principales obstáculos para lograr la adopción de nuevas tecnologías sostenibles en las explotaciones agrarias. "Es preciso seguir desarrollando nuevas soluciones innovadoras, pero también enseñar cómo se usan y por qué", añadió.



Franco Di Giano, business manager Iberia en xFarm Technologies.

Ponencias y mesas redondas

A lo largo del día se realizaron cinco ponencias. La primera de ellas, titulada "La revolución de los datos en la agricultura", fue impartida por Juan Carlos Martínez

Gil, Senior IoT go-to-market specialist en Amazon Web Services, quien observó que, si bien la agricultura europea se enfrenta a enormes desafíos como el cambio climático y el relevo generacional, "la digitalización es algo que realmente empieza a ocurrir". Según Martínez Gil, entre las tecnologías clave para el éxito se encuentran la Inteligencia Artificial para impulsar y facilitar las decisiones de pro-



Victoria Ruiz, responsable de desarrollo de ANSEMAT.

ducción, los sensores inteligentes, la conectividad rural avanzada, las soluciones tipo SaaS (Software as a Service) y los robots autónomos, aunque también consideró fundamentales la agricultura de precisión, la colaboración en la cadena de suministro y las prácticas sostenibles, como la agricultura regenerativa.

Otras ponencias corrieron a cargo de Rosa Gallardo, directora de la Cátedra Internacional ENIA de Inteligencia Artificial y Agricultura de la Universidad de Córdoba (UCO), que analizó el papel de la Inteligencia Artificial en la agricultura; Aurora Ghirardelli, investigadora en la Universidad de Padua (Italia), que dio a conocer un estudio sobre la



Tecnologías innovadoras para la producción de aceite de oliva

VLS Technologies es una empresa especialista en el sector de las máquinas para el tratamiento de líquidos, desde el diseño hasta el montaje y reparación. Tenemos amplia experiencia en la filtración de aceite de oliva: contáctenos para más información.

www.vlstechologies.it



Filtro de placas



Filtro de tierra



Velo Acciai S.r.l. - Via San Lorenzo, 42, 31020 San Zenone degli Ezzelini (TV) - Italy
T. + 39 0423 968966 - info@veloacciai.com
www.vlstechologies.it

Distribuido por
VELO MAQUINARIA Y PRODUCTOS ENOLÓGICOS
P. Emilio Castro, C/ Química, Nº 5
13600 Alcázar De San Juan - Ciudad Real
T. 926 544 256 / 926 544 228
www.velomaquinaria.es



Rosa Gallardo, directora de la Cátedra Internacional ENIA de Inteligencia Artificial y Agricultura de la UCO.



Marta Vasconcelos, profesora de la Universidad Católica Portuguesa.



Mesa redonda sobre automatización y digitalización para la competitividad de la agricultura ibérica.



Mesa redonda sobre nuevas prácticas y tecnologías de frontera para la sostenibilidad económica y medioambiental.



Mesa redonda sobre nuevos retos y oportunidades para el sector agroalimentario ibérico.

grave sequía que afectó al norte de Italia en 2022; Massimo Marino, consultor de sostenibilidad y descarbonización en dss*, que presentó los resultados de una encuesta realizada con xFarm Technologies sobre la disposición de los agricultores italianos a adoptar técnicas agronómicas sostenibles; y Marta Vasconcelos, profesora de la Universidad Católica Portuguesa, quien habló sobre el desafío que supone integrar la innovación en las cadenas de suministro sostenibles.

Las tres mesas redondas del día abordaron, respectivamente, la automatización y digitalización para la competitividad de la agricultura ibérica; las nuevas prácticas y tecnologías de frontera para la sostenibilidad económica y medioambiental; y los nuevos retos y oportunidades para el sector agroalimentario ibérico: las tendencias del mercado, las incógnitas globales y

la perspectiva de las cadenas de suministro. Entre los ponentes de la segunda mesa redonda destacó Cristiano Premevida, profesor de la Universidad de Coimbra, que habló del potencial del uso de la Inteligencia Artificial en contextos de estrés hídrico y de cómo su grupo de investigación lleva a cabo proyectos de transferencia tecnológica con cooperativas, asociaciones, empresas y *start-ups*. “Estamos encantados de compartir nuestros conocimientos con las empresas y ofrecer posibles soluciones que puedan evaluar y, si lo consideran oportuno, implementar”, resaltó.

Además, Joan Esteve, director de la bodega Raimat, participó en el “Diálogo sobre el sector agroalimentario en transformación: entre el redescubrimiento de antiguas prácticas y la in-

novación tecnológica”. A su vez, Pedro Leal da Costa, director de viticultura en Symington Family Estates, y Patricio Villalba, responsable de nuevos negocios en Agromillora, abordaron la innovación en el campo.

Entre las *start-ups* que participaron en el Agri Data Green Summit Iberia figuró Packtin, que transforma los subproductos de la industria agroalimentaria en harinas para el sector de la panificación.

Durante la tarde se llevaron a cabo tres talleres en los que expertos y empresarios debatieron entre ellos y con el público sobre temas de gran interés para quienes trabajan a diario en el campo y, en general, en la industria agroalimentaria de la Península Ibérica: la agricultura regenerativa, las nuevas tecnologías y las prácticas para conocer y defender el suelo, y el cuaderno de campo. 🍃





QUALY SET™



Incrementa el contenido
graso del fruto.



Aumenta el rendimiento
de la inversión.



Maximiza la cantidad de polifenoles
del aceite (antioxidantes).

*Un bioestimulante especialmente
diseñado para aumentar
el rendimiento graso de tu olivar.*

Alltech es una empresa líder en investigación nutrigenómica - ciencia que estudia el efecto que tiene la nutrición y bioestimulación sobre la expresión de los genes - permitiendo a Alltech Crop Science desarrollar soluciones que optimizan la salud y el rendimiento de las plantas.

QUALY-SET es una solución que combina diferentes minerales y compuestos con un alto efecto bioestimulante, favoreciendo el incremento del rendimiento graso en el cultivo del olivo.

#MaximizaElPoderDeTuCultivo

Alltech.com/Spain

AlltechCropScienceSpain

AlltechCropScienceSpain

AlltechCropScienceSpain

Alltech[®]
CROP SCIENCE



Joseph R. Profaci, director ejecutivo de la North American Olive Oil Association (NAOOA)

“Se acerca el día en que no será extraño comprar un *apple pie* americano con una base de AOVE”



EEUU es hoy en día el primer mercado en consumo de aceite de oliva fuera de la Unión Europea (UE) y en unos años podría convertirse en el mayor consumidor a nivel mundial. Debido a la importancia del país norteamericano para los aceites de oliva españoles y ante la incertidumbre instaurada en el mercado por el segundo mandato de Donald Trump, desde *Mercacei Magazine* hemos entrevistado a Joseph R. Profaci, director ejecutivo de la North American Olive Oil Association (NAOOA), la asociación de productores y comercializadores de aceite de oliva en Norteamérica cuya misión es promover el consumo de este producto, divulgando sus beneficios para la salud, su sabor y su versatilidad culinaria. Con Profaci hablamos de consumo, del conocimiento del consumidor estadounidense sobre el AOVE, de la presencia de este producto en tiendas y restaurantes de EEUU, de aranceles... y mucho más.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

En 2017 fue nombrado director ejecutivo de la NAOOA. ¿Cómo valora la evolución del consumo de aceite de oliva virgen extra en EEUU en estos años?

A lo largo de estos años, hemos visto una infinidad de estudios e informes que confirman la reputación del aceite de oliva como un ingrediente esencial para la salud. Por lo tanto, no sorprende que su consumo siga creciendo en EEUU, ya que la salud es el principal factor que atrae a los consumidores a esta categoría.

También estamos observando un mayor consumo por usuario, ya que se empieza a apreciar que los aceites de oliva pueden tener diferentes características de sabor y usos, lo que le lleva a abastecerse de más de un tipo de aceite de oliva. Esto se refleja en el hecho de que los aceites de oliva gourmet (con un precio superior a 0,75 dólares/onza) han sido el segmento del sector oleícola que más ha crecido en los últimos años.

“Seguimos enfrentándonos a informaciones erróneas sobre el aceite de oliva en los medios de comunicación debido en gran parte a la falta de comprensión por parte de periodistas e *influencers*”

El crecimiento del sector de los AOVes gourmet llevó a la NAOOA a crear hace tres años un programa de certificación denominado *Extra Virgin Alliance*. Además de prestar apoyo a este sector, nos permite aprovechar las historias de los productos para transmitir a los con-

sumidores cuáles son los factores que hacen que el aceite de oliva sea especial en comparación con otros aceites.

En una anterior entrevista con Mercacei en el año 2021 aseguró que “probablemente la gran mayoría de los consumidores estadounidenses nunca haya visto un olivo, ni siquiera en televisión”. ¿Cree que continúa existiendo confusión en torno a este producto entre los consumidores estadounidenses o se han producido avances significativos?

Parece que un productor de Netflix ha visto mi comentario, porque ahora hay una serie de televisión llamada “*Mo*” sobre un inmigrante de Oriente Medio cuya familia empieza a producir aceite de oliva en un olivar a las afueras de Houston (Texas).

A pesar de esto, creo que mi comentario sigue siendo cierto (“*Mo*” no ocupa un puesto destacado en el ranking de Netflix). Seguimos enfrentándonos a



informaciones erróneas sobre el aceite de oliva en los medios de comunicación debido en gran parte a la falta de comprensión por parte de periodistas e *influencers*. Y, lamentablemente, esto se ve agravado por miembros de nuestro propio sector que intentan aprovechar esta confusión y denigrar engañosamente

la categoría para promocionar sus propias marcas, como escribí recientemente en LinkedIn.

Hay dos cosas que espero que cambien esta situación. En primer lugar, el año pasado, la NAOOA presentó una solicitud al Departamento de Agricultura de EEUU para crear una Comisión de promoción del aceite de oliva, que funcionaría de forma similar a la Interprofesional del Aceite de Oliva Español. En la NAOOA llevamos mucho tiempo considerando que la creación de una Comisión de promoción de este tipo es el “*Santo Grial*” para la industria estadounidense del aceite de oliva.

En segundo lugar, he estado asesorando un proyecto cinematográfico independiente cuyo guión, titulado “*The Olive Branch*”, gira en torno a la producción de aceite de oliva. Es una historia maravillosa sobre un padre y un hijo que se habían distanciado pero que sanan su relación durante

“En la NAOOA consideramos que la creación de una Comisión de promoción del aceite de oliva es el “*Santo Grial*” para la industria de EEUU”

un viaje de oleoturismo por cuatro países diferentes.

Los medios de comunicación populares pueden desempeñar un poderoso papel a la hora de influir y educar sobre los alimentos. La película “*Sideways*” es un gran ejemplo de ello, dado el tremendo impacto que tuvo en la industria vinícola de California y en el enoturismo. Estoy seguro de que “*The Olive Branch*” puede tener el mismo efecto para el aceite de oliva.



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.



WWW.LABORATORIOAGRAMA.COM

+34 95 490 60 43 / +34 95 511 99 ✉ agrama@laboratorioagrama.com





“Cada vez son más los restaurantes que incluyen el AOVE como ingrediente en sus menús”

Si logramos encontrar inversores que financien la película, o incluso que se unan al equipo de producción, podremos empezar de verdad a hacer que la gente entienda el aceite de oliva a través de la magia del cine.

¿Considera que cada vez es más fácil encontrar establecimientos, tiendas o restaurantes donde se vende y cocina con AOVE en Norteamérica?

No cabe duda de que el uso del aceite de oliva se está extendiendo en restaurantes y tiendas de alimentación de todo EEUU.

Cada vez son más los restaurantes que incluyen el aceite de oliva virgen extra como ingrediente en sus menús. También es cada vez mayor el número de restaurantes que se comprometen a no utilizar aceites de semillas, lo que beneficia indirectamente al sector del aceite de oliva. Incluso se han creado organizaciones para certificar si los productos se elaboran sin aceites de semillas y si los restaurantes no los utilizan, como Seed Oil Scout.

Esto se debe a la publicidad negativa en EEUU en torno a los aceites de semillas, a los que algunos se refieren como los “ocho odiosos” -maíz, girasol, algodón, cártamo, semillas de uva, salvado de arroz, cacahuete, soja y canola-. De hecho, Robert F. Kennedy Jr., el nuevo secretario de la Administración de Salud y Servicios Humanos de EEUU, ha expresado su sospecha de que los aceites de semillas son una de las razones por las que el país se enfrenta hoy a una crisis sanitaria, prestando apoyo al movimiento que se basa más en el miedo y en la especulación que en la ciencia.

Otra tendencia interesante que estamos observando y que ampliará el mercado es regalar aceites de oliva vírgenes extra. Recientemente, es-

cribimos un blog sobre este tema en nuestra página web. En lugar de llevar una botella de vino a una fiesta, la gente acude con una botella de AOVE para el anfitrión. Como resultado, estamos empezando a ver aceites de oliva en las estanterías de tiendas de regalos y grandes almacenes.

La NAOOA está llevando a cabo un estudio en EEUU con el objetivo de fortalecer aún más la confianza de los consumidores en la autenticidad y la calidad del aceite de oliva. ¿Qué persigue este estudio?

El objetivo principal del estudio es desmentir las especulaciones aparecidas en los medios de comunicación según las cuales los dos años de sequía provocarían un aumento de los fraudes por adulteración en los estantes de los supermercados, erosionando aún más la confianza de los consumidores.

Además, también pretendemos estudiar los datos recopilados para evaluar la calidad del aceite en el mercado y determinar en qué medida las malas cosechas recientes o los problemas en la cadena de suministro podrían haber tenido un impacto negativo.

¿Qué escenarios baraja la NAOOA en el mercado nacional e internacional de aceite de oliva de EEUU ante la llegada de Donald Trump a la Casa Blanca? ¿Qué opina sobre los aranceles anunciados?

Nos preocupa mucho que los aranceles eleven los precios y hagan que el aceite de oliva sea inasequible para muchos estadounidenses. Vimos lo que ocurrió después de dos malas cosechas consecutivas. Con un aumento del 30% en los precios, en 2024 dos millones de hogares estadounidenses compraron aceite de oliva respecto al año anterior. Los aranceles empeorarán la situación. Lo que resulta particularmente preocupante es que casi todas las familias que dejaron de comprar aceite de oliva tenían ingresos inferiores a 100.000 dólares al año. Las familias con bajos ingresos se encuentran entre las que más necesitan mejorar su alimentación para lograr mejores resultados de salud y reducir los costes médicos.



Foto: Iván Martínez.

Por lo tanto, la NAOOA pretende redoblar sus esfuerzos para concienciar a los responsables políticos sobre la importancia del aceite de oliva como un ingrediente esencial para la salud y, dado que EEUU no puede satisfacer mucho más del 2% de la demanda, los aranceles al aceite de oliva contradicen la agenda de la Administración de “hacer que EEUU vuelva a ser saludable”.

¿Cómo ha sido la respuesta del país norteamericano a los altos precios del aceite de oliva registrados en 2024? ¿Qué evolución prevé que se va a producir a medio y largo plazo en el consumo de este mercado?

Aunque los precios subieron cerca de un 30% en las tiendas, el volumen sólo bajó un 8%. Buena parte de esto se debió a los dos millones de hogares que dejaron de comprar aceite de oliva por completo, pero, curiosamente, también observamos un aumento en el número de compradores de aceite de oliva entre los hogares con ingresos superiores a 100.000 dólares.

En mi opinión, el hecho de que la disminución del volumen fuera relativamente pequeña demuestra que los consumidores estadounidenses, en general, tuvieron que tomar la decisión consciente de cambiar a un aceite más saludable, aunque eso implicara pagar más. Y, una vez tomada esa decisión, en lugar de volver a un producto inferior, siguieron comprando si podían permitírselo, aunque quizás en menor cantidad y en envases más pequeños.



“Una **tendencia interesante** que estamos **observando** y que **ampliara** el **mercado** es **regalar AOVEs**”

Para mí, estas cifras son un magnífico presagio del crecimiento futuro.

La Agencia de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos (FDA, en sus siglas en inglés) ha publicado la norma final para actualizar la declaración de contenido nutricional “saludable” con el fin de ayudar a los consumidores a identificar los alimentos que son particularmente útiles como base de una dieta que sea coherente con las recomendaciones dietéticas. El aceite de oliva se encuentra entre los productos calificados para el uso de esta declaración. ¿Qué supone esta declaración para el sector del aceite de oliva?

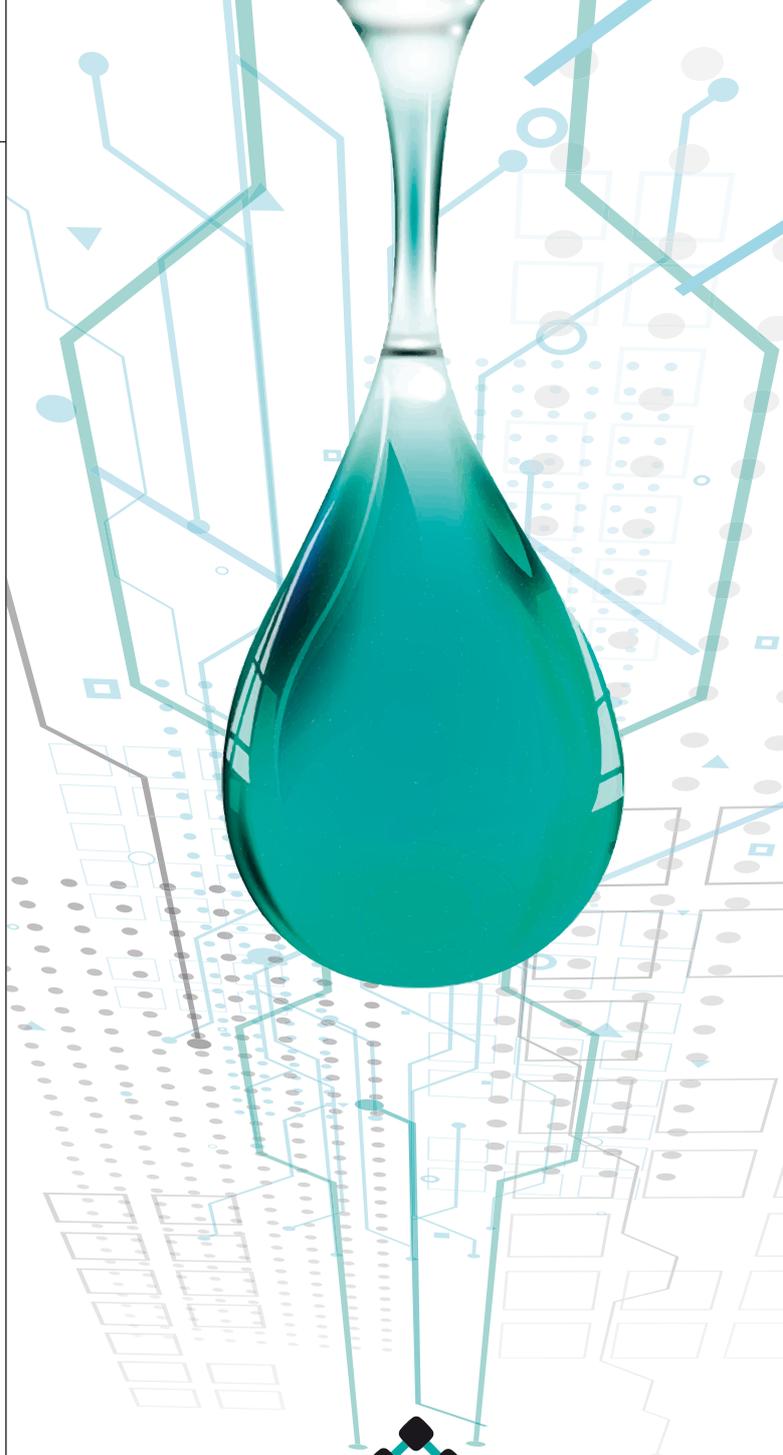
Sinceramente, no creo que esta norma beneficie al aceite de oliva tanto como a otros aceites vegetales.

El aceite de oliva ya goza de una reputación de ser saludable en EEUU y los estudios demuestran que cerca del 90% de los hogares lo considera un producto saludable. Esto no ocurre con productos de la competencia, como los aceites de semillas.

Esta nueva norma permitirá que casi todos los aceites hagan la misma afirmación de que son “saludables”, basándose únicamente en que contienen menos del 20% de grasas saturadas, lo que da lugar a la impresión errónea de que todos estos aceites son igualmente saludables.

¿Cómo vislumbra el futuro del aceite de oliva virgen extra en EEUU?

El futuro es verde brillante. Lo que consideramos emblemático de EEUU suele describirse como “tan americano como el *apple pie*”. Aunque quizá nunca se haga tal afirmación con el aceite de oliva virgen extra, creo que se acerca el día en que no será extraño comprar un *apple pie* americano con una base de AOVE. 🟡



Gesca

AUTOMATIZACIÓN INDUSTRIAL
INDUSTRIAL AUTOMATION



www.gesca.es

Úbeda - (Jaén) - España



Asociación Olivareros del Sur de Ávila, apostando por el AOVE de calidad diferenciada solicitando la DOP Aceite Valle del Tiétar

Formada por media docena de almazaras del Valle del Tiétar, la Asociación Olivareros del Sur de Ávila apuesta por el AOVE de calidad diferenciada en un pintoresco y singular entorno, al tiempo que lucha por contar con su propia DOP.



atravesado por el río Tiétar y sus afluentes, el Valle del Tiétar se caracteriza por su biodiversidad y especial microclima, que propicia que crezcan en sus laderas especies subtropicales y cítricos, destacando el cultivo del olivo, la higuera y la viña antigua, en orden de abundancia; además de toda clase de frutales y especies forestales, a menudo entremezcladas con los propios cultivos. La comarca presenta una climatología diferenciada y benigna, influenciada sobre todo por la Sierra de Gredos, que proporciona protección frente a los vientos fríos del norte, al tiempo que actúa de pantalla reteniendo en el valle las masas de aire húmedo provenientes del suroeste.

Las temperaturas medias anuales registradas en el Valle del Tiétar se hallan en

torno a los 13,5° C, con mínimas alrededor de 7° C y máximas en torno a 20° C, y una media anual de precipitaciones de 700 mm., valores todos ellos dentro de los márgenes idóneos para el desarrollo del olivar. La zona demarcada tiene un periodo libre de heladas de 300 a 350 días, una humedad relativa media anual del 55% y unos registros de insolación que superan las 3.000 horas anuales, por encima de las 2.800 horas necesarias, condiciones idóneas para el crecimiento del olivar.

Con sede en la localidad abulense de San Esteban del Valle, la Asociación Olivareros del Sur de Ávila se constituyó el 18 de junio de 2020 con el principal objetivo de contribuir y potenciar la elaboración de AOVE de calidad en la comarca del Valle del Tiétar y promover las estructuras comerciales para la adecuada distribución de este producto, fomentando la producción

agroalimentaria de alta calidad en dicha comarca. Como consecuencia de ello, la Asociación trabaja por lograr un incremento y mejora de las rentas de los productores oleícolas de la comarca del sur de Ávila, impulsando el desarrollo socioeconómico de las zonas rurales para garantizar la fijación de la población e intentando solventar el problema de la renovación generacional existente en la zona.

En la actualidad, la Asociación -que cuenta con su propia marca de AOVE, *Aceite Valle del Tiétar*- está formada por las siguientes almazaras del Valle del Tiétar: Cooperativa del Campo San Isidro Labrador (Pedro Bernardo), Cooperativa del Campo San Isidro (Sotillo de La Adrada), Cooperativa San Pedro Bautista (San Esteban del Valle), Cooperativa del Campo La Beltraneja (Mombeltrán), Aceite Los Llanos de Gredos (Arenas de



asigran

Maquinaria, Instalaciones y Servicios para Aceituna, Almendra y Pistacho

Soluciones eficientes, robustas y de alto rendimiento

Visítenos en el Olivo Arena



EXPOLIVA
14 AL 17 MAYO 2025
IFEJA JAÉN, SPAIN

ITEA GEA CONSEJO REGULADOR DE LA OLIVA DE ESPAÑA

XXIII FORUM INTERNATIONAL OF THE OLIVE OIL AND ALLIED INDUSTRIES
XXIII FORUM INTERNATIONAL OF THE OLIVE OIL AND ALLIED INDUSTRIES

WWW.EXPOLIVA.INFO

www.asigran.com

Autovía A92, salida 203. Apdo. nº23
18360 Huétor Tájar, Granada
+34 958 333 744 - info@asigran.com



San Pedro) y Prodetiétar Sociedad Cooperativa (Candeleda).

Un paisaje pintoresco y singular

Las plantaciones de los socios -aproximadamente 2.000 hectáreas de olivar tradicional, en su mayor parte de secano y situadas en balcones de difícil acceso- se ubican al sur de la provincia de Ávila, a los pies de la Sierra de Gredos, sorteando barrancos, gargantillas y escarpados riscales hasta llegar al Valle del Tiétar. La peculiaridad de los bancales del Valle del Tiétar es un endemismo agrícola y una singularidad característica de la comarca con taludes verticales de 1-2 metros de altura, recubiertos con bloques de granito local. Los suelos predominantes son franco-arenosos y ácidos, sustentándose el cultivo del olivo sobre suelos desarrollados sobre granitos o materiales arcósicos. Un paisaje pintoresco y singular donde la recogida de la aceituna se sigue realizando como antaño, a manto y vara.

La zona de producción comprende los siguientes 24 municipios: Arenas de San Pedro, Candeleda, Casavieja, Casillas, Cuevas del Valle, El Arenal, El Hornillo, Fresnedilla, Gavilanes, Guisando, Higuerras de las Dueñas, Lanzahita, La Adrada, Mijares, Mombeltrán, Navahondilla, Pedro Bernardo, Piedralaves, Poyales del Hoyo, Santa Cruz del Valle, San Esteban del Valle, Santa María del Tiétar, Sotillo de la Adrada y Villarejo del Valle.

Tal y como demuestran estudios de registros polínicos completos de *Olea europaea* realizados en el centro del valle como el de Lanzahita, el olivo se empezó a cultivar en estas tierras en torno al año 140 d.C., en pleno Imperio romano y bajo la dinastía de los Antoninos, la más longeva. Los datos polínicos demuestran sin ningún tipo de ambigüedad la existencia del cultivo del olivo entre los siglos II a VII, durante más de 600 años, entre los imperios de Antonino Pío y Marco Aurelio.

Asimismo, existe constancia suficiente de la importancia de la producción de aceite en el siglo XVII, toda vez que su regulación quedó plasmada en las Ordenanzas de la Villa y Tierra de Mombeltrán: redactadas en 1611, actualizaban las anteriores de 1598 y 1599, que a su vez fueron compuestas sobre las de 1471.



En estas ordenanzas se hace mención al cultivo del olivo, donde se señala la prohibición de sacar de la jurisdicción “árboles de ningún género”. Ello podría significar un refuerzo de la “endogamia” varietal en el caso del olivo: variedades introducidas primigeniamente y no exportadas después podrían haber conformado un acervo varietal más hermético, e incluso, haber conducido a la generación de alguna variedad endémica.

La información estadística del olivar, en las respuestas generales del Catastro de Ensenada (1750-1754), arroja que se trataría ya de un olivar maduro con ejemplares de más de 400 años de edad y en proceso de expansión.

Entre las variedades cultivadas se encuentran algunas muy extendidas como la cornicabra, picual o manzanilla, pero las predominantes son otras minoritarias y locales como redondilla, carrasqueña, ornal, albar, mollar, gordal, comatilla, injerta, machuna y enagua -o “enhagua de Arenas”, como es popularmente conocida-, adaptadas a las condiciones de suelo y clima del Valle del Tiétar y los factores culturales de la zona, y actualmente en fase de estudio y caracterización genética para determinar si se trata de variedades autóctonas nuevas o adaptadas.

La recolección de los frutos comienza en octubre y se realiza en su mayor parte en enero. La molturación se lleva a cabo el mismo día de la recogida a una temperatura inferior a 25° C, conservan-

do así el zumo obtenido todos sus antioxidantes, color y aromas característicos. Su frutado verde intenso se suaviza en el paladar con un equilibrado amargo medio y un picante poco pronunciado. En él destacan los frutados de aceituna sana y fresca, hierba, hoja, manzana, almendra y otras frutas.

DOP Aceite Valle del Tiétar

El otro gran reto de la Asociación Olivereros del Sur de Ávila es lograr que el AOVE del Valle del Tiétar sea reconocido y cuente con su propia Denominación de Origen Protegida. Un ambicioso proyecto iniciado en junio de 2020 en el que la Asociación trabaja codo con codo con la empresa Global Consultoría Técnica Calidad Agroalimentaria, la Diputación de Ávila y el Instituto Tecnológico Agrario de Castilla y León (ITACYL) para destacar las singularidades de esta tierra, de sus olivares y de sus vírgenes extra. Gracias al apoyo económico de la Diputación abulense y de la Junta de Castilla y León, el pasado mes de agosto de 2024 la Asociación, después de redactar la memoria justificativa y el pliego de condiciones una vez concluida la fase de estudios técnicos, presentó la solicitud y, tras su exposición pública, se declaró la decisión favorable para la tramitación de la DOP Aceite Valle del Tiétar. 🍷

Asociación Olivereros del Sur de Ávila
asocolivarerossuravila@gmail.com
www.olivarerossuravila.com



BAROCCO
EDITION
BY ENVASES
SOPLADOS



EDICIÓN BARROCA
Un envase que eleva tu aceite

envase **S**opladados

INNOVANDO DESDE 1989

UNA COMPAÑIA  **NOVAPET**



"El mundo de experiencias del aceite de oliva", un espacio destacado en Biofach



Biofach, la feria mundial de alimentos ecológicos que se celebró del 11 al 14 de febrero en Núremberg (Alemania), reunió a más de 35.000 visitantes de 140 países que visitaron a unos 2.300 expositores de 94 países para conocer su amplia oferta de productos ecológicos. Un año más, la feria acogió "El mundo de experiencias del aceite de oliva", un espacio destacado para el AOVE ecológico y donde se reúnen expertos y representantes del sector a nivel internacional.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

[Fotos: NürnbergMesse / Uwe Niklas / Thomas Geiger]

Biofach no es sólo una feria para el comercio, sino también para la acción. Así lo demostraron todos los participantes en los pabellones de exposición y en el congreso. El ambiente fue excelente. Casi el 80% del espacio ya está reservado para 2026. Fue impresionante ver cómo la comunidad está orientada a las soluciones y es innovadora frente a múltiples crisis", destacó Dominik Dietz, director de la feria.

Como en anteriores ediciones, y en paralelo a la muestra, tuvo lugar el congreso Biofach, que desde hace tiempo se ha convertido en un foro importante para el sector ecológico ya que en él se presentan las cifras y los hechos más actuales sobre su desarrollo. Bajo el lema "Sí, lo hacemos. Cómo generar



cambios en el segmento de la alimentación ecológica", en la edición de 2025 del congreso se abordaron cuestiones relacionadas con la transformación

ecológica en 171 sesiones individuales. Siete foros diferentes cubrieron temas como el desarrollo del mercado, las últimas tendencias o las mejores prácticas.



Espacio "El mundo de experiencias del aceite de oliva".

Respecto a la representación española, y con un pabellón de 140 metros cuadrados dividido en dos espacios, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) y la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) reforzaron su

apoyo al sector de la producción ecológica con la presencia de 12 empresas españolas, entre ellas productoras de aceite de oliva.

A su vez, una docena de empresas impulsadas por Andalucía TRADE participaron en el espacio Andalucía -Olive

Organic, Luque Ecológico, Cortijo de Suerte Alta, Green Crops Spain, Soler Romero, Aceites Guadalentín, Berrynest, Ecoverfruta, Axarfruit, Centro Sur, Asociación Alvelal y Oleoestepa-

Por otro lado, asociaciones como Ecovalia acudieron a Biofach con el principal

ASESORES EN GESTIÓN DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD EN LA ELABORACIÓN DE LOS MEJORES AOVES

EXTRACCIÓN DE ACEITE AGUACATE AVOCADO/PALTA

EXTRA PREMIUM LES OFRECE, DADA SU DILATADA EXPERIENCIA, LA MEJOR SOLUCIÓN EN LA COMPRA-VENTA DE SUS EQUIPOS DE CENTRIFUGACIÓN EN PRIMERAS MARCAS

CIENTOS DE EQUIPOS COMERCIALIZADOS, NACIONAL E INTERNACIONALMENTE, A PLENA SATISFACCIÓN DE NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN

**CALIDAD,
SERVICIO
Y GARANTÍA**



**Extra
Premium**

EXTRA PREMIUM, S.L.

POL. IND. LOS CERROS

C/ Albañilería, Pasaje B Nave 2

23400 Úbeda · Jaén SPAIN

www.extrapremiumsl.com · extrapremium.sl@gmail.com

Tlf :+34 638 167 387 · +34 638 096 670



El 7,5% de la superficie mundial de olivar es de producción ecológica

Un total de 825.896 hectáreas de olivar ecológico se registraron a nivel mundial en 2023, lo que supone el 7,5% de la superficie total de este cultivo, según se desprende del “Mundo de la Agricultura Orgánica”, un informe presentado por el Instituto de Investigación de Agricultura Orgánica (FiBL) y la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Biológica (IFOAM) en el marco de Biofach.

Este informe detalla que la superficie mundial de olivar ecológico se redujo un 3,1% en ese año (-26.752 hectáreas), si bien es un 31,7% superior respecto a hace diez años (+198.888 hectáreas).

Por países, España cuenta con la mayor superficie de olivar ecológico (292.868 hectáreas), seguido de Italia (215.791 hectáreas), Túnez (153.233 hectáreas), Grecia (58.840 hectáreas), Turquía (46.525 hectáreas) y Portugal (23.825 hectáreas). Por

continentes, Europa cuenta con 647.880 hectáreas de superficie de olivar ecológico, seguida de África, con 157.780 hectáreas.

El TOP 15 de países productores de olivar ecológico lo completan Argentina (9.897 hectáreas), Francia (6.236 hectáreas), Palestina (4.559 hectáreas), Marruecos (3.020 hectáreas), Chile (2.048 hectáreas), Croacia (1.868 hectáreas), China (1.557 hectáreas), Chipre (1.472 hectáreas) y Egipto (1.103 hectáreas).

En concreto, el informe destaca que en Italia el porcentaje de superficie de olivar bajo producción ecológica es relativamente alto (19%); y en España supone el 11%; si bien Francia tiene la mayor proporción de superficie de olivar ecológico, con un 35% de la superficie total.

Las cifras disponibles indican que 94.717 hectáreas se encuentran en conversión.

objetivo de hacer valer los intereses de la producción ecológica y el valor de tener un logo único para los 450 millones de consumidores europeos, respaldado por una norma pública y con un sistema de control oficial. En esta feria profesional, la entidad desarrolló un amplio programa de actividades y reuniones estratégicas con agentes del sector del ámbito internacional.

Por su parte, CAAE aprovechó su presencia en esta muestra para dar a conocer su catálogo de servicios para acceder a través de las certificaciones a los mercados internacionales de Europa, EEUU, Japón, China, México, Perú, Brasil y Taiwán.

Una plataforma para el AOVE

Una edición más, Biofach rindió homenaje al aceite de oliva virgen extra con el espacio “El mundo de experiencias del aceite de oliva”, que se celebra desde 2001, aunque tuvo un paréntesis debido a la pandemia. En esta plataforma, según precisó a *Mercacei* Richard Wolny, responsable de este área, los expositores de Biofach que ofrecen aceites de oliva pueden presentar sus productos para su degustación y competir en el Olive Oil Award. Estos aceites se exponen con una descripción detallada de su perfil y pueden catarse de manera independiente.

Además, en este espacio se celebraron varias conferencias y catas guiadas



como parte del programa. “Todos los visitantes profesionales de la feria tienen la oportunidad de evaluar los aceites de oliva vírgenes extra utilizando copas de cata azules codificadas y enviar sus valoraciones. Las puntuaciones se introducen en un sistema de evaluación durante la feria, lo que permite premiar a los mejores aceites el penúltimo día del evento”, explicó Wolny.

Según subrayó, este año tres aceites de oliva españoles se clasificaron entre los 10 mejores, mientras que otros cuatro AOVEs de nuestro país se situaron entre los diez siguientes aceites recomendados.

Así, en concreto, en los reconocimientos de este año destacaron en el TOP10 las firmas españolas Almazara Deortegas, con *Deortegas Hojiblanca*; Luque Ecológico, con *LUQUE Take a Walk On The Organic Side*; y Cortijo de Suerte Alta, con *Marqués de Prado Selección Familiar*. A su vez, entre las recomendaciones figuraron Pago de Peñarrubia, con *Pago de Peñarrubia Arbequina* y *Pago de Peñarrubia Picual*; y Bodegas Francisco Gómez, con *Francisco Gómez Serrata Gold* y *Coupage de Autor Pago Francisco Gómez*. 🍯



38 AÑOS
PESANDO
JUNTOS!



**CONTROLA LA ENTRADA DE ACEITUNAS
EN TU ALMAZARA CON NUESTRA**

GRAN BÁSCULA PARA ACEITUNAS

Aumenta la productividad y el rendimiento
de tu almazara

CONTÁCTENOS

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





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



LIMPIADORA LPV PLUS

LAVADORA Y LIMPIADORA COMPT LL90 PLUS

LAVADORA LD PLUS

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



TELÉFONO
953 630 116



AGRINACO

MAQUINARIA OLEÍCOLA

LUCAS LÓPEZ MORENO, S.L.

ALTA INGENIERÍA PARA ALMAZARAS

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

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



visite nuestra web donde le mostramos nuestras máquinas en 3D

www.agrinaco.es



Dehesa El Molinillo, el tesoro de los Montes de Toledo

Dehesa El Molinillo abarca 4.200 hectáreas entre Toledo y Ciudad Real, en el término municipal de Retuerta del Bullaque. En este entorno, al abrigo de los Montes de Toledo y el Parque Nacional de Cabañeros, los olivos de variedades como la autóctona cornicabra, empeltre o coratina conviven en armonía con la crianza de ganado ovino, caprino y vacuno, así como con una amplia variedad de fauna (ciervos, gamos, corzos, buitres o águilas). Un paraíso de biodiversidad donde también nace un tesoro gastronómico en forma de aceite de oliva virgen extra que en 2024 fue reconocido como el mejor del mundo, según los resultados del concurso EVOOLEUM Awards.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

al sur de Toledo, con referencias históricas que se remontan al siglo XI -como poblado vinculado al puerto de Alhover y su importancia como paso fronterizo-, Dehesa El Molinillo es una singular despensa natural de gran pureza paisajística gestionada como un ecosistema agrícola. Perteneciente al municipio de Retuerta del Bullaque, y a poca distancia del antiguo poblado del castillo de El Milagro -uno de los enclaves más importantes que aseguraban el control de las rutas que unían Toledo con Córdoba-, nos hallamos ante una gran extensión de 4.200 hectáreas que la convierte en una de las fincas más grandes del país. En origen estuvo unida a otras dos fincas similares que eran propiedad de Cristóbal Colón y Aguilera, duque de Veragua y descen-

diente de Cristóbal Colón. Al ser ejecutado y morir sin descendencia en 1936, las propiedades son heredadas por sus sobrinas, que las venden a compradores relacionados con la ganadería brava. El Molinillo pasa entonces a manos del empresario textil José Biosca -impulsor de la creación de la Asociación Española Contra el Cáncer-, quien construyó en la propiedad varias casas para los trabajadores y recuperó la iglesia del poblado y otras instalaciones como la iglesia, el médico y hasta la oficina de correos.

Desde 1983, la finca El Molinillo es propiedad de la familia Lao, que, tras unificar de nuevo la estructura original de la finca, ha trabajado desde el inicio en la preservación de la biodiversidad de la finca, así como en el desarrollo de producciones ligadas al territorio y enfocadas a aportar valor al mismo.



En la actualidad, Manuel Lao Hernández, propietario de la finca, se ha centrado en el cuidado de su riqueza natural y el desarrollo agrícola de los productos que ofrece la dehesa. A lo largo del siglo XX cobraron especial protagonismo los olivares, el viñedo y las colmenas para apicultura, además de una vasta extensión de territorio dedicado al cultivo de cereales y leguminosas, que cubren en conjunto 1.800 hectáreas del total de la finca.

FOSS



CONOCE TU ACEITE EN 40 SEGUNDOS

[Con referencias históricas que se remontan al siglo XI -como poblado vinculado al puerto de Alhover y su importancia como paso fronterizo-, Dehesa El Molinillo es una singular despensa natural de gran pureza paisajística gestionada como un ecosistema agrícola]

Todo ello configura un armonioso espacio natural dotado de una espectacular belleza, a muy pocos kilómetros del Parque Natural de Cabañeros. La propiedad está dirigida por el ingeniero técnico agrícola y responsable de explotaciones agropecuarias Pedro Belmar, un reconocido profesional con más de 20 años de experiencia que se incorporó al proyecto en 2020. Alrededor, montes y suaves ondulaciones de terreno y, casi donde alcanza la vista, el embalse más grande de la provincia de Ciudad Real, el de la Torre de Abraham, reserva acuática alimentada por los ríos Bullaque y Milagro y situado en la cuenca del Guadiana.

Una singular despensa natural

Dehesa y despensa son dos palabras que, en El Molinillo, se hermanan de forma natural: despensa procede del latín “dispensus”, cuyo significado es “administrado o provisionado”. Cuando esta provisión proviene de la naturaleza, la vinculación con el concepto de dehesa es inevitable.

En un paraje de fuerte arraigo histórico, Dehesa El Molinillo ha conservado su paisaje prácticamente inalterado durante siglos, convirtiéndose, con la intervención humana, en un territorio de alto valor por su biodiversidad, refugio de fauna y flora típicas del paisaje mediterráneo. Una singular despensa natural que es posible gracias a la preservación de su ecosistema.

El bosque mediterráneo -encinas, alcornoques, quejigos, fresnos y madroños- abraza los campos de olivos de Dehesa El Molinillo, que comparten este paraje idílico de 4.200 hectáreas -declarado zona especial para la conservación del lince ibérico- con viñedos, campos de cereales y explotaciones ganaderas de vacuno, caprino y ovino. El clima continental, con veranos cálidos y otoños lluviosos, garantiza las condiciones óptimas para el cultivo del olivo.

De esas 4.200 ha., situadas a entre 700 y 1.300 metros de altitud, 230 se dedican al olivar, muchos de ellos centenarios. Los primeros olivos se plantaron a principios del siglo XX en un marco tradicional que ofrecía escaso rendimiento. Se escogió la variedad reina de los Montes de Toledo, la comicabra, una aceituna muy estable con alto contenido en ácido oleico, polifenoles y antioxidantes, de sabor amable, con un ligero picor y notas herbales y de plantas aromáticas. El olivar de secano situado en la falda de la sierra, de 82 ha., vegeta sobre suelos muy pobres pero capaces de conservar la humedad, lo que permite el cultivo ecológico y el mantenimiento de una cubierta vegetal. De esta parcela se

PARÁMETROS

- ACIDEZ
- ÉSTERES
- CERAS
- PERÓXIDOS
- K232
- K270
- ERITRODIOL-UVAOL
- HUMEDAD
- OLEICO
- ESTEROLES TOTALES
- MARGÁRICO
- Y MUCHO MÁS...



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



[En la finca **El Molinillo** la **tradición** y la **pasión** se **fusionan** para ofrecer lo **mejor de la naturaleza**]

obtiene uno de los aceites emblemáticos de Dehesa El Molinillo, *Reserva de Familia Ecológico*. Además, la propiedad cuenta con otras 70 ha. de olivares que también se acercan al siglo de vida, a los que se han sumado nuevas y modernas plantaciones con riego por goteo que se rigen igualmente por los principios del sistema de Producción Integrada. Además de la cornicabra, también se cultivan otras variedades ancestrales como la empeltre -originaria del Valle del Ebro y presente también en el Bajo Aragón- y la italiana coratina, una apuesta personal de Dehesa El Molinillo que expresa notas herbáceas y tostadas, y que se caracteriza por un elevado contenido en polifenoles.

Sólo virgen extra

La elaboración de aceite de oliva -sólo virgen extra- es una de las actividades principales de Dehesa El Molinillo, junto



con el cultivo de cereales y leguminosas. La producción media de aceituna ronda los 500.000 kilos, de los que se obtienen unos 60.000 l. de AOVE debido a los bajos rendimientos (10-13%). En esta primera fase del proyecto, todos los esfuerzos se han centrado en la obtención de AOVes de máxima calidad. Todo el virgen extra comercializado bajo las marcas *Dehesa El Molinillo* y *Navalices* se destina, desde 2020, al envasado.

Partiendo del máximo respeto por la dehesa y el entorno donde se cultivan sus olivos, la empresa controla todo el proceso productivo, garantizando la trazabilidad

y calidad de los aceites obtenidos, que revelan las singularidades propias de la finca. Tras una cuidadosa selección de las parcelas, los frutos son recolectados en su momento óptimo de maduración, siendo trasladados en cajas perforadas y procediendo a la eliminación de hojas y ramas en la propia finca. Apenas unas horas después de su recogida, las aceitunas son molturadas en la almazara -muy próxima al olivar- equipada con la última tecnología de extracción de las firmas MORI-TEM (deshojadora/desramificadora, lavadora/secadora, molino de cuchillas con control de temperatura, batidoras y decánter), Flottweg (decánter horizontal), Alfa Laval (centrífuga vertical) y Filtrox (filtro de placas y filtro de celulosas





puras) a fin de obtener un zumo de aceituna de la más alta calidad. La zona de envasado cuenta con maquinaria de Ifamensa, mientras que la bodega dispone de depósitos de acero inoxidable de Parcitantk y Boada.

Gama de AOVEs

La gama de AOVEs está compuesta por cinco monovarietales, tres de cornicabra, uno de empeltre y otro de coratina. Bajo la marca *Navalices* se comercializa un aceite de oliva virgen extra 100% cornicabra

disponible en botella de cristal de 500 ml. y garrafa PET de 5 l. Ideal para su uso en cocina, en él sobresalen aromas maduros de manzana, pera, alcachofa y matices herbáceos. *Dehesa El Molinillo Tradición* es un monovarietal cornicabra procedente de aceitunas recolectadas en enero presentado en botella de vidrio tintado de 250 y 500 ml. Aromático, con picante ligero y notas herbáceas, resulta perfecto para combinar con marisco, pan y platos con verduras. Por su parte, *Dehesa El Molinillo Reserva de Familia*

[En esta primera fase del proyecto, todos los esfuerzos se han centrado en la obtención de AOVEs de máxima calidad]

Ecológico es otro monovarietal de cornicabra proveniente del olivar certificado de la dehesa, situado a 800 metros de altitud. Disponible en el mismo formato que el anterior, se trata de un AOVE fresco y potente con notas de alcachofa, piel de plátano y pimienta, muy adecuado para recetas de crudos como ceviches o *carpaccios*.

Disponible en botella de cristal tintado de 250 y 500 ml., *Dehesa El Molinillo Coratina* es sin duda el AOVE más original de la gama. Proclamado como el mejor AOVE del mundo de la campaña 2023/24 según los resultados del



INGENIA
PROCESS

INGENIERÍA Y AUTOMATIZACIÓN

- Instalaciones Eléctricas
- Cuadros Eléctricos
- Automatización y Control
- Programación Industrial
- Desarrollo Software
- Energías Renovables
- Digitalización e Industria 4.0

EQUIPO
EXPERIMENTADO

INNOVACIÓN

SOSTENIBILIDAD

ESPECIALISTAS
EN ALMAZARAS



www.ingeniaprocess.com





La gama de AOVEs *Dehesa El Molinillo* incluye los monovarietales de *cornicabra* -variedad autóctona de los Montes de Toledo- *Tradición* y *Reserva de Familia Ecológico*.



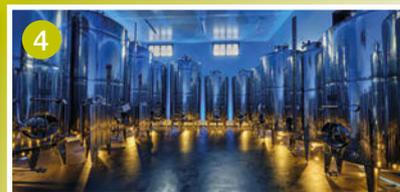
Dehesa El Molinillo Coratina, el mejor AOVE del mundo en la campaña 2023/24 (*EVOOLEUM Absolute Best*) a juicio del jurado de *EVOOLEUM Awards*, también triunfó en las categorías *Mejor Monovarietal*, *Mejor Mezcla de Frutado Verde-Maduro*, *Mejor de España* y *Mejor Coratina*; además de encabezar el *TOP10 AOVEs Saludables*.



Dehesa El Molinillo Empeltre fue reconocido como el *Mejor Empeltre* en el concurso *EVOOLEUM Awards 2024*.



Diferentes formatos del AOVE *Navalices*, especialmente concebido para su uso en cocina.



Almazara de Dehesa El Molinillo en el término municipal de Retuerta del Bullaque (Ciudad Real). De izqda. a dcha., y de arriba a abajo, zona de extracción (1 y 2); sala de envasado (3); y bodega (4).

concurso *EVOOLEUM Awards* -el más influyente del mundo-, este virgen extra de recolección temprana, muy armónico, elegante y persistente, y de gran complejidad olfato-gustativa, exhibe un intenso frutado a aceituna verde y hierba fresca, con presencia de un gran número de descriptores como manzana, plátano, anacardo, almendra verde y hoja de tomate, culminando con finos toques a vainilla y canela. En boca posee una entrada triunfal por su dulzura, fluidez y potente retronasal, con un equilibrio máximo entre picante y amargo de intensidad media. Cabe destacar que este monovarietal manchego de coratina también encabezó el *TOP10 AOVEs Saludables* en la pasada edición de *EVOOLEUM Awards*, es decir, fue el virgen extra con un mayor contenido de polifenoles (1.386 ppm),

siendo el primer AOVE español en conseguir ambos premios en un mismo año.

Por último, *Dehesa El Molinillo Empeltre* -integrante del *TOP100* de la pasada edición de *EVOOLEUM Awards* y ganador en la categoría *Mejor Empeltre*- es un virgen extra singular, sumamente armónico y sutil, que destaca por sus aromas frutales y a frutos secos, almendra y tomatera. Presentado en botella de vidrio de 500 ml., marida a la perfección con pan, ensaladas de rúcula y postres a base de chocolate.

Los AOVEs de Dehesa El Molinillo se dirigen mayoritariamente al consumidor final, posicionado en el segmento gourmet, aunque también cuenta con algunos clientes pertenecientes al canal *Horeca*, sobre todo en alta restauración. Todos ellos se pueden adquirir en la tienda *on line* alojada en la página web, de manera individual o en forma de pack. Hasta el momento, y dado que el

proyecto se encuentra en fase de consolidación y su comercialización es relativamente reciente, la distribución se centra en el mercado nacional, si bien en los próximos años el objetivo es abrir mercados internacionales como el de Corea del Sur.

Consciente de la importancia de una buena imagen para transmitir tanto la calidad del producto como su origen, el territorio del que procede, la marca se encuentra inmersa en un proceso de *rebranding* para reflejar con mayor precisión su filosofía y valores; de ello se encargan también sus redes sociales -la empresa cuenta con perfiles en Instagram, Facebook y LinkedIn-, utilizadas casi exclusivamente con fines informativos y divulgativos. 🍯

Dehesa El Molinillo
(Nortia Agrícola, S.A.)
info@dehesaelmolinillo.com
www.dehesaelmolinillo.com





DOP e IGP.



El sello de la excelencia



Las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) y las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) son sellos de calidad distintivos que cuentan con la garantía y protección de la Unión Europea. Pertenecer a una DOP garantiza que los aceites de oliva vírgenes extra amparados han sido producidos en una zona geográfica específica cumpliendo los máximos estándares de calidad y cuentan con unas características que los hacen únicos, como unas variedades de aceituna determinadas, muy ligadas a un territorio bien delimitado y a una tradición asentada en el tiempo. De hecho, el principal elemento diferenciador entre los distintos sellos es el lugar en el que se obtienen, elaboran o envasan esos aceites.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

Como líder mundial en calidad y producción, España acumula 30 Denominaciones de Origen Protegidas y tres IGPs de aceite de oliva virgen extra repartidas por todo el territorio nacional, contando con un extenso catálogo de AOVEs dotados de estos sellos de calidad. La DOP identifica a aquellos aceites en los que todas las fases de la producción se realizan en una zona geográfica determinada (cultivo, extracción del aceite y envasado), mientras que la segunda figura de calidad (IGP) tan sólo requiere que una parte de ese ciclo tenga lugar en el territorio, en concreto el cultivo y la elaboración de los aceites, no así el envasado.

Las DOPs e IGPs de la UE representan el sistema de certificación normalizado más completo y complejo del mundo agroalimentario, ya que certifican origen, materias primas, procesos y producto, y pueden ser consideradas una de las prin-

cipales herramientas de desarrollo de la competitividad en el mundo del AOVE. En las zonas con Denominación de Origen la apuesta por la calidad, la trazabilidad de sus producciones, la seguridad alimentaria y las prácticas agrícolas respetuosas con el medio ambiente no sólo son habituales, sino condiciones obligatorias *sine qua non*. En la actualidad, Andalucía es la región que acapara más Denominaciones de Origen Protegidas, con un total de 12, por delante de Cataluña (5), Castilla-La Mancha (4) y Extremadura (3).

Un AOVE con DOP garantiza que ha superado estrictos controles que aseguran su pureza, frescura y autenticidad. Cada DOP tiene su propio perfil sensorial, lo que permite a los consumidores elegir un determinado aceite según sus gustos y necesidades. Adquirir un AOVE con DOP es también una garantía de transparencia para el consumidor, que conoce el origen de ese zumo y cómo se ha producido; al tiempo que signifi-

DOPs e IGPs de aceite de oliva virgen extra de España

- Aceite Campo de Calatrava
- Aceite Campo de Montiel
- Aceite de Ibiza (IGP)
- Aceite de Jaén (IGP)
- Aceite de La Alcarria
- Aceite de La Rioja
- Aceite de L'Empordà
- Aceite de Lucena
- Aceite de Madrid
- Aceite de Mallorca
- Aceite de Menorca (IGP)
- Aceite de Navarra
- Aceite de Terra Alta
- Aceite del Baix Ebre-Montsià
- Aceite del Bajo Aragón
- Aceite Monterrubio
- Aceite Sierra del Moncayo
- Aceite Villuercas Ibores Jara
- Antequera
- Baena
- Estepa
- Gata-Hurdes
- Les Garrigues
- Montes de Granada
- Montes de Toledo
- Montoro-Adamuz
- Poniente de Granada
- Priego de Córdoba
- Sierra de Cádiz
- Sierra de Cazorla
- Sierra de Segura
- Sierra Mágina
- Siurana

DOPs e IGPs de aceituna de mesa de España

- Aceituna Aloreña de Málaga
- Aceituna de Mallorca
- Aceituna Manzanilla y Gordal de Sevilla (IGPs)

ca apoyar a pequeños productores que mantienen viva la tradición y cultura del olivo en España.

En cuanto a la importancia real del sector oleícola con Denominación de Origen, a nivel nacional sus producciones controladas significan en torno al 20% del total, mientras que el producto envasado con DOP supone una tercera parte de todo el virgen extra comercializado en España con marca de fabricante.

Acompáñenos a un fascinante viaje por un mapa de aromas y sabores infinitos que representan lo mejor de cada territorio. 🍷



DOP Aceite de La Rioja: calidad, salud, desarrollo rural y sostenibilidad



Creada el 8 de octubre de 2004 como reconocimiento a la calidad del oro líquido que se producía en la región -Decreto 48/2010, de 17 de septiembre-, la DOP Aceite de La Rioja cuenta con 1.250 hectáreas y casi 600 olivicultores inscritos, 14 plantas elaboradoras, 1 envasadora y 70 marcas. Si bien es cierto que el olivo es uno de los cultivos tradicionales de La Rioja, no empezó a salir al mercado hasta la creación de esta marca de calidad, iniciativa promovida por los propios profesionales del sector.

La producción anual de Aceite de La Rioja oscila entre 500.000 y 600.000 litros y a lo largo de estos 20 años el sector ha experimentado una importante transformación, pasando del autoconsumo a la comercialización. El sector oleícola riojano se ha ido profesionalizando en estas dos décadas. El olivar tradicional convive con extensiones de olivar más modernas y sofisticadas, adaptadas a nuevas formas de cultivo; al tiempo que las almazaras han renovado sus instalaciones para elaborar un aceite de oliva virgen extra que se comercializa en vistosos formatos.

Más allá de las cifras, hablar de la DOP Aceite de La Rioja es hablar de calidad, salud, versatilidad, desarrollo rural y sostenibilidad. Los AOVEs amparados por esta DOP presentan aromas peculia-

[A lo largo de estos 20 años el sector se ha ido profesionalizando y ha experimentado una importante transformación, pasando del autoconsumo a la comercialización]

res y diferenciales, con un picor y amargor bajos y equilibrados, muy agradables al paladar y del gusto del consumidor. La diversidad es otra de las características que los define, con monovarietales de las variedades autóctonas redondilla y royuela, así como de arbequina, hojiblanca, empeltre o picual, entre otras; y coupages muy diferentes entre sí en función de las zonas de producción. Se trata de aceites muy versátiles en los fogones, ricos en antioxidantes naturales como los polifenoles, Vitamina E, ácidos grasos monoinsaturados y carotenoides.

El Aceite de La Rioja se produce bajo prácticas responsables y respetuosas con el medio ambiente -el 33% lo hace siguiendo las directrices de la agricultura ecológica- y el cultivo del olivo ofrece una alternativa laboral a los habitantes de zonas rurales, favoreciendo su desarrollo y la fijación de la población.

Campañas de promoción

Si la campaña de comunicación lanzada en 2023 bajo el eslogan “¡Qué vida! Aceite de La Rioja, toma pan y moja” perseguía ensalzar el consumo de alimentos de calidad y de kilómetro cero poniendo el acento en el oro líquido riojano, la última campaña de promoción de la DOP Aceite de La Rioja tiene el objetivo de potenciar el consumo de productos saludables y de proximidad que ayudan a prevenir los problemas cardiovasculares, reivindicando la importancia del cuidado de la salud.

Bajo el lema “De nada corazón”, la iniciativa, celebrada por quinto año consecutivo, consistió en el reparto de 1.000 *cajas de la salud* el pasado 14 de marzo, Día Europeo para la Prevención del Riesgo Cardiovascular, en diferentes comercios riojanos. Estas cajas están compuestas por una monodosis de Aceite de La Rioja, dos nueces de Pedroso y una pera de Rincón de Soto. Tres productos de La Rioja con DOP que además poseen propiedades beneficiosas para el corazón, acompañados de dos deliciosas recetas elaboradas con estos ingredientes por el chef Cristian Solana con el virgen extra como gran protagonista. 🍯

www.aceitedelar Rioja.com

¡Qué vida!

Aceite de La Rioja,
toma pan
y moja.

CON LA GARANTÍA
DE CALIDAD
EUROPEA



Depósito Legal: LR 326-2024



La Rioja

#productoriojano



Consejo Regulador
**Aceite de
La Rioja**

www.aceitedelarioja.com



DOP Aceite de Navarra, apuesta por la calidad superior



El olivo es un cultivo de tradición milenaria que está presente en la historia y el paisaje de Navarra desde hace 2.000 años, como muestran los restos arqueológicos de molinos de aceite o trujales en las villas romanas de Liédena, Cascante, Barillas, Ablitas y “Las Musas” de Arellano. Los olivares navarros vivieron su época dorada en la primera mitad del siglo XX y desde 1967 sufrieron un acusado descenso -limitándose prácticamente a la autoproducción- hasta 1995, año en el que comenzó una reestructuración de las almazaras y cooperativas y una profesionalización de la actividad, así como el auge del cultivo, con un notable incremento de las plantaciones. Más del 90% de los olivares cultivados en Navarra son de las variedades arróniz, arbequina y empeltre, las amparadas por la DOP Aceite de Navarra, reconocida por la Comisión Europea y registrada por la UE en octubre de 2013.

En total, son 2.680 hectáreas y 1.468 olivicultores inscritos en la DOP, cuyos aceites son los producidos más al norte de Europa en una zona geográfica delimitada que comprende un total de 135

En total, son 2.680 hectáreas y 1.468 olivicultores inscritos en la DOP, cuyos aceites son los producidos más al norte de Europa

municipios de la mitad sur de Navarra y combina rasgos de clima continental y mediterráneo, con fuertes contrastes térmicos, escasa pluviometría, alta insolación, influencia del viento dominante noroeste (cierzo) y muy corto período libre de heladas. Unas condiciones agroclimáticas que han dado lugar a la variedad autóctona arróniz, que, junto con empeltre y arbequina, con arraigo histórico en la Comunidad Foral, conforma el panorama varietal amparado por la DOP cuyo resultado son sus característicos aceites.

En la actualidad, los AOVEs acogidos a la DOP Aceite de Navarra son elaborados por cinco almazaras: La Casa del Aceite, de Cascante; Trujal Mendía, de Arróniz; Agrícola La Maja, de Mendavia; Artajo, de Fontellas; y Urzante, de Tudela. Todos ellos se caracterizan por un esmerado proceso de elaboración, con una ausencia total de residuos y unas prácticas de recolección y transporte muy cuidadosas con el fruto; además de establecer unas condiciones específicas de molturación y extracción del aceite en la almazara.

Organolépticamente, el Aceite de Navarra presenta un frutado de medio a intenso -la DOP figura entre las cinco Denominaciones de aceite de España con el requisito de frutado más exigente-, con notas verdes y un amargor y picor característicos y muy equilibrados. Su composición varietal, el grado de madurez con que se recoge la aceituna, la latitud y las condiciones climáticas de la zona son los factores que afectan a la composición en ácidos grasos del AOVE amparado por esta DOP. 🍯

www.aceitenavarra.es



Detrás de estos sellos hay mucho más que un buen sabor y una gran calidad. Hay climas y paisajes únicos. Hay sabiduría y trabajo.

REYNO GOURMET, CALIDAD NAVARRA



ReynoGourmet.com



DOP Aceite Monterrubio, tradición olivarera milenaria



[La DOP Aceite Monterrubio acoge 16 términos municipales de La Serena, Campiña Sur y Siberia Extremeña, en un territorio dedicado casi en exclusiva al olivar tradicional en el que se cultivan las variedades cornezuelo y picual]

Los restos de aceitunas hallados en el yacimiento arqueológico de Cancho Roano, todo un santuario tartésico en el valle del Guadiana, denotan que el olivar y su fruto eran importantes en la dieta y economía de los habitantes de esta zona 2.500 años atrás, en pleno periodo tartésico.

Creada el 10 de mayo de 2001, la DOP Aceite Monterrubio acoge 16 términos municipales de La Serena, Campiña Sur y Siberia Extremeña, en un territorio dedicado casi en exclusiva al olivar tradicional en el que se cultivan las variedades cornezuelo y picual -ambas representan el 90%-, con una densidad de plantación de 130-150 olivos por hectárea. Olivares milenarios testigos de la tradición oleícola de la comarca desde época romana cuyo aceite se exportó a Roma a través de las calzadas que recorren La Serena y conectan con centros comerciales de la Bética como fueron Corduba e Hispalis.

La superficie actual de olivar inscrita en la DOP es aproximadamente de 13.000 hectáreas, con una producción anual de entre 28 y 32 millones de kilos. Con dos almazaras inscritas, Cooperativa La Unidad -que comercializa su AOVE bajo las marcas *Oppida* y *La Unidad*- y Cooperativa La Milagrosa -que lo hace bajo la enseña *Aceitel*-, ambas localizadas en Monterrubio de la Serena y herederas de una tradición olivarera milenaria, la recolección de los frutos se inicia a comienzos de octubre y el AOVE de cosecha temprana obtenido -frutado y aromático, equilibrado en su amargo y picante, y que deja un ligero retrogusto almendrado en boca-, sólo de aceitunas de vuelo en su estado óptimo de maduración, destaca por su gran calidad y estabilidad. 🍯

www.aceitemonterrubiodop.com



ACEITE MONTERRUBIO

DENOMINACIÓN DE ORIGEN
PROTEGIDA

www.aceitemonterrubio.com





DOP Aceite del Bajo Aragón, 25 años protegiendo e impulsando el consumo de la variedad empeltre



Hace casi tres décadas, en 1996, se constituyó la Asociación para la Defensa y Promoción del Aceite de Oliva del Bajo Aragón (ADABA). Interesados en contar con una reglamentación específica que protegiese y garantizase la calidad de su producción, y dada la importancia económica y social que supone la producción del aceite de oliva en la zona del Bajo Aragón, se solicitó el reconocimiento de la Denominación de Origen Aceite del Bajo Aragón. El Consejo Regulador de la DOP Aceite del Bajo Aragón se constituyó en 2000 y a él pertenecen un total de 29 empresas inscritas, 19 de ellas certificadas.

Ubicada en el nordeste turolense y el sudeste de la provincia de Zaragoza, un ámbito geográfico que pasa por ser una de las zonas productoras de aceite de oliva más importantes del norte de España, la DOP Aceite del Bajo Aragón ocupa una superficie cultivada de 22.000 hectáreas, con un total de 1.793 agricultores inscritos, y está compuesta por 77 municipios enclavados en el Bajo Aragón turolense, zaragozano y la Comarca Campo de Belchite.

El aceite de oliva es uno de los productos más característicos del Bajo Aragón. Las condiciones climáticas, por una parte, y las propias características de la variedad empeltre, por otra, dan lugar a un aceite de gran calidad. El 60% de las explotaciones agrícolas son de tipo familiar, con menos de 20 ha. de culti-

De todas las variedades acogidas por el Consejo Regulador, la empeltre participa en la elaboración de aceites protegidos en una proporción mínima del 80%

vo y una gran parcelación. Las explotaciones familiares de secano poseen una superficie media inferior a 2,5 ha. y habitualmente están asociadas con el cultivo del almendro o del cereal. Las de regadío, con una superficie media que oscila de 1 a 2 ha., también suelen dedicarse a otros cultivos tales como el melocotonero tardío o el almendro. Estas asociaciones coinciden en gran medida con el área de cultivo del olivo.

La aceituna empeltre es una variedad de olivo muy productiva, de temprana fructificación y de aceituna negra, autóctona del Bajo Aragón. De todas las variedades acogidas por el Consejo Regulador, la empeltre participa en la elaboración de aceites protegidos en una proporción mínima del 80%, mientras que la arbequina y royal nunca pueden superar el 20%. Con este garante, la DOP protege e impulsa la utilización y consumo de la aceituna bajoaragonesa por excelencia.



Galardonados en los Premios al Mejor Aceite del Bajo Aragón 2025: Fernando Alcober e Hijos (primer premio); Almazara Artal (segundo premio); y Apadrina un Olivo (tercer premio).

El aceite de oliva virgen extra con DOP es un aceite de textura suave y fluida, frutado al principio de la campaña, tornándose más dulce y delicado según avanza la misma. Un aceite con matices que varían del amarillo dorado al oro viejo -a veces con suaves reflejos verdosos- y se caracteriza por su suavidad, diferenciándose del resto de vírgenes extra del mercado.

Cada año, la DOP concede sus premios anuales al "Mejor Aceite del Bajo Aragón". Son distinciones a la calidad que se entregan desde 1997 y que reconocen el aceite de oliva virgen extra más destacado de cuantos se embottellan bajo el sello de la Denominación de Origen Protegida. 🍯

www.aceitedelbajoaragon.es

ORO líquido

aceitedelbajoaragon.es



DENOMINACIÓN · DE
ORIGEN · PROTEGIDA





DOP Antequera, sabor que da vida



La Denominación de Origen Protegida Antequera protege los aceites de oliva vírgenes extra producidos en el norte de la provincia de Málaga, una comarca que produce zumos de excelente calidad. Su inicio se remonta al año 2000, cuando Grupo Dcoop, la mayor agrupación de almazaras y olivereros de la comarca, inició los trámites para su constitución.

Pionera en la provincia de Málaga, cuenta con unos 5.000 agricultores y 45.606 hectáreas. Los términos municipales que cubre el territorio de la DOP son Cañete la Real, Almargen, Teba, Campillos, Sierra de Yeguas, Fuente de Piedra, Antequera, Humilladero, Mollina, Alameda, Palenciana (Córdoba), Cuevas Bajas, Cuevas de San Marcos, Villanueva de Algaidas, Archidona, Villanueva del Trabuco, Villanueva del Rosario y Villanueva de Tapia.

Asimismo, existen 13 almazaras inscritas: SCA Agrícola Nuestra Señora del Carmen (Cuevas de San Marcos), SCA San Cosme y San Damián (Almargen), SCA Olivarera del Trabuco (Villanueva del Trabuco), SCA Ntra. Sra. de Los Remedios (Antequera), Oleoalgaidas SCA (Villanueva de Algaidas), SCA Olivarera La Purísima (Archidona), SCA Ntra. Sra. del Rosario (Humilladero), SCA Olivarera San Benito (Campillos), SCA La Purísima Concepción (Alameda), SCA Vega de Archidona (Arvega), SCA San Isidro Labrador (Palenciana), SCA Santa Rita (Villanueva de Tapia) y SCA Virgen de las Virtudes (Fuente de Piedra).

La DOP Antequera protege los aceites de oliva vírgenes extra producidos en el norte de la provincia de Málaga, una comarca que produce zumos de excelente calidad

Además, en la DOP están inscritas dos envasadoras-comercializadoras, Dcoop S.Coop.And. y Mercaóleo, S.L.

La variedad principal es la hojiblanca, que convive con otras como picual, arbequina, verdial, gordalilla de Archidona o manzanilla. De color amarillo dorado y amarillo verdoso -la tonalidad depende de la época de recolección y de la situación geográfica dentro de la comarca-, los AO-VEs de la DOP Antequera se caracterizan por poseer una amplia gama de aromas frutados de aceitunas verdes, otras frutas maduras, almendra, plátano y verde hierba, con una intensidad media-alta. En boca se muestran suaves, con notas de amargo y picante de intensidad ligera a media que coexisten en perfecta armonía con sabores ligeramente dulces.

Campaña de promoción

La campaña de promoción de la DOP Antequera se desarrollará a lo largo de 2025 en tres ámbitos -comarcal, regio-



nal y nacional- y con ella el Consejo Regulador busca promocionar los vírgenes extra de la comarca en diferentes mercados potenciales. Para ello, se ha desarrollado una nueva imagen de la campaña "Sabor que da vida" que comunica tanto la riqueza sensorial que la DOP Antequera aporta a los platos -transformándolos en una experiencia vibrante y sensorial que despierta el paladar- como el impacto positivo que su producción tiene en las comunidades rurales de la comarca de Antequera.

Esta campaña está destinada principalmente a potenciales consumidores del aceite de oliva virgen extra con DOP Antequera a través de actuaciones que se dirigen directamente a ellos, tales como promociones en punto de venta, presentaciones de productos, catas y aportaciones de productos genéricos promocionales para diferentes eventos -gastronómicos y de relaciones públicas con medios de comunicación-.

www.doantequera.org



¡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



DOP Baena, siente el origen



En este enclave geográfico único, el olivar encuentra un medio óptimo para su perfecto desarrollo y para la producción de AOVES con unas características singulares y bien definidas.]

otras variedades tradicionales de menor importancia cuantitativa.

La certificación "lote a lote" y el control de todos los procesos mediante un exhaustivo procedimiento de control y trazabilidad -que incluye el precintado y seguimiento de todas y cada una de las partidas desde el momento de su elaboración-, junto al análisis sensorial realizado por un panel de catadores propio, aportan una de las garantías de calidad más solventes del sector oleícola. Todos los AOVES envasados con Denominación de Origen Baena poseen las contraetiquetas otorgadas por el Consejo Regulador tras superar los controles de calidad y origen.

Los aceites de oliva vírgenes extra de esta Denominación, debido a su compleja composición varietal, transmiten una amplísima gama de aromas y sabores propios de las aceitunas de las que provienen. De intenso frutado, con aromas a verde hoja y hierba, manzana y almendra verde, y ligero amargo y picante, presentan una intensa persistencia en boca, dejando un armonioso toque almendrado al final. Matices frutales y a plantas aromáticas, hortalizas y otros vegetales frescos acaban por componer un *flavour* único. 🍯

Situada al suroeste de la provincia de Córdoba, en un enclave geográfico único, la zona de producción y envasado de la DOP Baena está constituida por los terrenos ubicados en los términos municipales de Baena, Luque, Doña Mencía, Nueva Carteya, Zuheros, Castro del Río y Cabra, formando una unidad bastante homogénea en cuanto al olivar se refiere -cultivado en cotas que oscilan entre 400 y 600 metros de altitud-, y bien diferenciada de las demás zonas oleícolas. Hablamos de 60.000 ha. de superficie de olivar y 7.000 olivares inscritos, con 19 almazaras, 21 envasadoras y más de 35 marcas registradas, y una producción de aceituna que oscila entre 150.000 y 300.000 t.

Las favorables características de la zona -suelos en su mayoría calizos, un clima templado continental y escasa pluviometría- permiten que el olivar encuentre un medio óptimo para su perfecto desarrollo y para la producción de aceitunas que darán lugar a unos aceites con unas características singulares y bien definidas.



La Denominación de Origen Baena está considerada como la más plurivarietal de las existentes, debido a la confluencia en la Sierra Subbética de las dos variedades de olivo más abundantes, picual y hojiblanca. A ellas se suman otras autóctonas de la comarca, como picudo o carrasqueño de Córdoba, pajarero, chorrúo o jardúo, nevadillo azul, casta cabra, hendero, alameño y

Denominación de Origen **BAENA**

DESDE 1981



*Una elección
de arte
en la cocina*

GARANTIZADO





DOP Gata-Hurdes, el reino de la manzanilla cacereña



En Extremadura, la zona geográfica acogida a la DOP Gata-Hurdes comprende un territorio protegido que incluye 84 municipios de las comarcas del noroeste de Cáceres: Sierra de Gata, Las Hurdes, Trasierra-Tierras de Granadilla, Valle del Ambroz, Valle del Jerte, La Vera y parte del Valle del Alagón. En un entorno idílico pero hostil, las plantaciones de olivar forman un mosaico con bosques de pinos y robles, frutales, prados y viñas, expresión de una rica biodiversidad que invita a la contemplación de sus magníficos paisajes. La DOP cuenta con tres industrias inscritas: Almazara As Pontis, en Eljas; Jacoliva, en Pozuelo de Zarcón; y Aceitunera Norte de Cáceres, S.C.L., en Montehermoso.

Aquí, gracias a un especial y suave microclima protegido de los vientos fríos del norte por las propias sierras, y que se beneficia del paso de los frentes húmedos que entran por el Atlántico descargando lluvias, el olivo de manzanilla cacereña -autóctono de la provincia de Cáceres- ha encontrado desde hace siglos el medio ideal para prosperar y regalar un aceite de oliva virgen extra singular procedente de olivares tradicionales de montaña en secano, todo un

[La variedad manzanilla cacereña es la única con la que se elaboran los vírgenes extra certificados por la DOP Gata-Hurdes]

legado milenario y el mayor tesoro para los orgullosos habitantes de un territorio que aglutina aproximadamente un 47% del total del olivar de esta variedad, la única con la que se elaboran los vírgenes extra certificados por la DOP Gata-Hurdes.

Los longevos olivos de los que proviene son poco vigorosos, pero con una elevada capacidad de enraizamiento y muy resistentes al frío invernal. Su altura oscila entre 2 y 4 metros y sus hojas, de color verde oscuro brillante, son pequeñas, de unos 50 mm. de longitud por 10 mm. de anchura. A pesar de cultivarse principalmente en suelos pobres, la entrada en producción de esta variedad de recolección temprana poco sensible a la vejería es precoz, aunque la productividad no es elevada. De



bajo contenido graso, es muy apreciada por su alto contenido en ácidos grasos monoinsaturados, mayoritariamente en ácido oleico, dotando a sus aceites de gran estabilidad.

Muy versátiles en la cocina, los vírgenes extra de esta DOP presentan una elevada complejidad aromática, caracterizándose por un frutado intenso que recuerda a fruta verde, sobre todo manzana y plátano. En boca suelen mostrarse ligeramente dulces, con un gran equilibrio entre amargo y picante.

Los AOVEs certificados de la DOP Gata-Hurdes se identifican en el punto de venta a través de su logotipo y contraetiqueta numerada, con el sello como garantía de su origen y calidad. 🟡

www.dopgatahurdes.com

Único AOVE monovarietal certificado
100% Manzanilla Cacereña
procedente de olivar tradicional de secano



gata-hurdes
denominación de origen protegida

Territorio protegido que abarca 84 municipios
de las comarcas norte de Cáceres:
Sierra de Gata, Las Hurdes, Trasierra - Tierras de Granadilla,
Ambroz, Jerte, La Vera y parte del Alagón.

Busca la contraetiqueta
numerada en nuestras marcas
comerciales, el sello que
garantiza su origen y calidad.



DIPUTACIÓN DE CÁCERES

www.dopgatahurdes.com





Entrevista a Enric Dalmau,
presidente de la DOP Les Garrigues



“Lo más importante es que hemos sabido evolucionar y adaptarnos a los cambios”

La DOP Les Garrigues es la primera Denominación de Origen alimentaria reconocida en el territorio español y la primera de aceite de oliva de Europa, y en 2025 se cumplen 50 años desde su nacimiento. ¿Cómo surgió la Denominación y cuántas cooperativas y molinos forman parte de la DOP en la actualidad?

La DOP surgió a partir de la inquietud de las gentes del territorio, que disponían de cosechas que no eran muy grandes, más bien todo lo contrario, pero con una calidad muy elevada, y querían poner en valor esa calidad de los aceites de Les Garrigues. En la actualidad, la DOP aglutina a 21 cooperativas pertenecientes a 27 localidades debido al proceso de fusión de algunas pequeñas con otras vecinas más grandes.



¿Cuáles diría que son sus principales valores?

Nos encontramos en la cuna de la variedad arbequina, aquí en Arbeca nació y se difundió, y supone el 90% -el 10% restante es verdiell, otra variedad autóctona-. El clima, frío y seco, le confiere un especial carácter a nuestros AOVEs, densos, frutados y verdes. Nuestra misión es divulgar esos valores de tradición, calidad, origen y autenticidad, y poder llegar al consumidor para que pruebe y conozca nuestro producto.

Dígame, ¿en qué consiste exactamente la misión del Consejo Regulador y cuáles son sus herramientas y

“**Nuestra misión es divulgar los valores de tradición, calidad, origen y autenticidad, y poder llegar al consumidor para que pruebe y conozca nuestro producto”**”

mecanismos de control y certificación?

El Consejo Regulador de la DOP Les Garrigues se dedica básicamente a dos funciones: certificar el producto y promocionarlo. Somos también empresa certificadora acreditada por ENAC, al contrario que la mayoría de DOPs, que tienen empresas externas. La promoción, como las ventas *on line*, han cambiado mucho. Antes del COVID-19 podíamos hablar de un 15% de ventas *on line* y ahora estamos en alrededor del 60%. Hemos crecido mucho en Internet y también hemos aumentado nuestra presencia en ferias, como el reciente Fórum Gastronómico de A Coruña, donde fuimos patrocinadores y el aceite oficial del certamen.

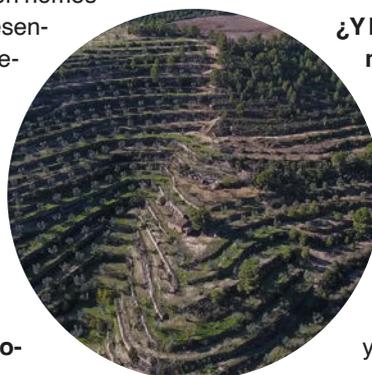
Desde su creación en 1975, la DOP Les Garrigues se ha conso-

lido como referente de alta calidad en la elaboración de aceite de oliva virgen extra. ¿Qué balance haría de estos 50 años? ¿Cuáles han sido los principales retos y obstáculos a los que se ha tenido que enfrentar?

Obstáculos y retos ha habido siempre, sobre todo en los inicios, pero creo que lo más importante es que hemos sabido evolucionar y adaptarnos a los cambios. Si estamos aquí 50 años después es porque nos hemos sabido adaptar, siempre dando valor a nuestro aceite, a nuestra tierra y a nuestros agricultores, ésa ha sido la base. Sin duda, el mayor reto al que nos enfrentamos fueron las heladas de 2001, que nos dejaron prácticamente dos ó tres años sin aceite y sin árboles, porque muchos árboles se tuvieron que talar. Fue un reto muy importante, pero lo superamos. Desde hace unos años estamos aplicando los regadíos a precario, que nos aseguran excelentes producciones con un poco de agua, porque el olivo es un árbol muy agradecido. Mucha gente que tiene plantaciones de secano no ha podido resistir el hecho de estar dos o tres años sin recoger prácticamente nada. Gracias al regadío a precario con pocos litros de agua hacemos mucho.

¿Y los mayores éxitos en este medio siglo de existencia?

El mayor éxito es seguir aquí 50 años después siendo uno de los referentes del sector, y nuestra evolución en este medio siglo. Si observas cómo estaban los molinos hace 20 años y ves cómo están ahora,





que no tienen nada que ver, el gran éxito es que hemos sabido evolucionar y modernizarnos, tenemos almazaras muy bien preparadas para alcanzar esta calidad. Y hemos dado un salto enorme en la comercialización, que es el gran hándicap que siempre hemos tenido, porque puedes hacer muy bien las cosas, pero si luego no sabes venderlas, mal vamos. Muchas de nuestras cooperativas tienen 100 años de historia y eso es también un éxito importante, porque significa que han sabido adaptarse; al margen de que muchas de ellas gozan de muy buena salud económica y son una garantía de futuro.

Los agricultores y productores de la DOP Les Garrigues han hecho de la variedad arbequina y su AOVE una forma de vida. ¿Cómo definiría los AOVes amparados bajo este sello de calidad? ¿Cuáles diría que son sus principales elementos diferenciales y ventajas competitivas en el mercado?

La variedad, que antes sólo existía aquí y ahora está extendida por todo el mundo, es determinante. Pero cuando pruebas arbequinos de Andalucía o Portugal, y los comparas con los de aquí, te das cuenta de que son diferentes. En ello influye el clima, la tierra, el suelo... aquí son densos, es donde más polifenoles producen los arbequinos, el doble que los de otras denominaciones

vecinas. Cada vez se producen AOVes más verdes y frutados, aquí la aceituna madura muy tarde y se recoge prácticamente toda verde, dando lugar a aceites extraordinarios. Y el mercado demanda cada vez más este tipo de aceites. De ahí que en 10 años se haya adelantado la cosecha al menos 15 días.

Hábleme de las actividades y campañas de promoción que lleva a cabo la DOP para poner en valor la excelencia de sus AOVes.

Realizamos muchas actividades de promoción, por ejemplo en colegios de Lleida, donde organizamos los desayunos saludables con AOVE y fruta para educar a los jóvenes consumidores. También tenemos un convenio de colaboración con la Asociación Española contra el Cáncer y un programa de cinco años -junto con el resto de DOPs de Cataluña- con el Hospital Sant Pau de Barcelona relacionado con la fertilidad en las mujeres de más de 40 años, que está demostrando que con el consumo de virgen extra y frutos secos se producen muchos menos rechazos en los embarazos. Y también patrocinamos deportes como el baloncesto, el tenis de mesa o el hockey sobre patines, donde intentamos explicar y difundir las bondades saludables de nuestro producto, que es un superalimento. Cuesta mucho, sobre todo en las grandes ciudades, pero tenemos que estar ahí para que la gente esté cada vez más informada y sepa lo que es un aceite de oliva virgen extra.

¿Y en qué proyectos de I+D+i participa y/o colabora la DOP?

Hemos participado en varios proyectos, siempre colaborando en estudios con médicos, como el relacionado con el cáncer de mama, con el doctor Eduard Escrich; el colesterol, con la doctora María Isabel Covas; o la Dieta Mediterránea, con el doctor Ramón Estruch.

La DOP Les Garrigues ha iniciado las celebraciones de su 50º aniversario presentando la nueva imagen crea-

“Cumplir 50 años de vida no es fácil. Si estamos aquí es porque nos hemos sabido adaptar, siempre dando valor a nuestro aceite, a nuestra tierra y a nuestros agricultores”



da para conmemorar esta efeméride. ¿Qué otras iniciativas está previsto que se desarrollen a lo largo del año?

Estamos muy ilusionados, porque cumplir 50 años no es fácil. La presentación del logo del 50º aniversario se hizo en la Feria de Les Borges Blanques y el acto central tendrá lugar el 3 de junio en la Llotja de Lleida, donde esperamos contar con la asistencia de representantes tanto del Gobierno central como de la Generalitat, de los agricultores... va a ser una fiesta, un reconocimiento a la labor de la DOP y al trabajo de los agricultores que han hecho posible cumplir estos 50 años. Además, durante el año celebraremos diferentes actos, coincidiendo con el hecho de que Cataluña es la Región Mundial de la Gastronomía en 2025. Tenemos que dar valor a nuestra DOP, a nuestros aceites, y la forma de conseguirlo es logrando que la gente nos conozca y pruebe nuestros productos. Así, estaremos en la Feria de San Miguel junto con otras DOPs, con un evento importante que estamos preparando con cocineros, y en otros actos en diferentes lugares de la zona. 🍷

www.olidoplesgarrigues.com

Con la colaboración de:



Actuación del Programa de desarrollo rural de Cataluña 2014-2022 cofinanciada por:



Unión Europea
Fondo Europeo Agrícola
de Desarrollo Rural:
Europa invierte en las zonas rurales



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Agricultura,
Ramaderia, Pesca i Alimentació**



Diputació de Lleida
La força dels municipis



DOP Montes de Toledo, una joya gastronómica en la tierra de las tres culturas



Los Montes de Toledo, cadena montañosa situada en el centro de la Península Ibérica, constituye una zona de gran valor ecológico y paisajístico. En sus límites se encuentra el Parque Natural de Cabañeros, la más representativa muestra del bosque mediterráneo ibérico, donde los olivos centenarios conviven con especies amenazadas como el lince y el águila real. Tradicionalmente, los aceites de oliva producidos aquí han sido muy valorados por su extraordinaria calidad.

La zona de producción ocupa las comarcas del sudoeste de la provincia de Toledo y noroeste de Ciudad Real, incluyendo 106 municipios de la primera y 22 de la segunda, ocupando una superficie de 13.831 km², de los que 9.187 corresponden a la provincia de Toledo y 4.644 a la de Ciudad Real. Con 30 empresas inscritas y más de 10.000 agricultores, el volumen medio anual comercializado asciende a 700.000 l. -la exportación representa el 30%-. La reina y protagonista absoluta es la variedad cornicabra, con una producción media anual de 135 millones de kilos de aceituna y 25 millones de litros de aceite obtenidos de esta variedad autóctona.

Desde el año 2000 estos aceites cuentan con el reconocimiento de la Unión Europea como Denominación de

Tradicionalmente, los aceites de oliva producidos aquí han sido muy valorados por su extraordinaria calidad

Origen Protegida, por lo que a su tradicional notoriedad se une un sistema de certificación de producto que garantiza que los aceites amparados son genuinos de la zona y cumplen los más altos estándares de calidad.

Durante el ejercicio 2003 se obtuvo la acreditación por parte de ENAC como entidad certificadora para la certificación de aceite de oliva virgen según lo establecido en el Pliego de Condiciones del AOVE de la Denominación de Origen Montes de Toledo, siendo el primer Consejo Regulador español en obtener dicha acreditación. Ese mismo año se produjo el reconocimiento por parte del COI del panel de catadores de la Fundación CRDOP Montes de Toledo; además de estar autorizado como laboratorio oficial para realizar la comprobación de las características organolépticas de los aceites de oliva vírgenes.

En 2025, la DOP Montes de Toledo celebra su XXV aniversario: 25 años en-

tregada a “prestigiar en todo el mundo el aceite de oliva virgen producido en el área geográfica de la Denominación de Origen Protegida, en las provincias de Ciudad Real y Toledo”, tal y como se puede leer en sus estatutos. Para ello, la Fundación ha venido desarrollando desde su creación una intensa actividad de promoción de los productos amparados por la DOP, habiendo conseguido posicionarlos a nivel nacional e internacional como referente de calidad en el mercado mundial del aceite de oliva. Asimismo, la Fundación también ha mostrado desde sus inicios una preocupación constante por la formación de todos los actores que intervienen en la producción de los AOVes de la DOP, realizando numerosas acciones formativas relativas al cultivo del olivo, la elaboración del AOVE, el análisis sensorial, la gestión de la calidad y la comercialización. Entre ellas destacan varias ediciones del “Foro de la calidad del AOVE Montes de Toledo” y el último y más ambicioso proyecto, llevado a cabo en colaboración con la Fundación Eurocaja Rural: “Aula Virgen Extra”, un programa de formación de alto nivel impartido por los más prestigiosos profesionales del sector. 🍯

www.domontesdetoledo.com



DOP Poniente de Granada, un auténtico reservorio de biodiversidad

La influencia del marco geográfico en el que se cultiva la aceituna, unida a la acción del hombre -que ha ido seleccionando a lo largo de la historia un conjunto de variedades que han convertido a la DOP Poniente de Granada en un auténtico reservorio de biodiversidad oleícola-, es lo que diferencia a los AOVEs amparados bajo esta Denominación. Si bien están reconocidas en el Reglamento europeo hasta seis variedades diferentes -hojiblanca, picual, picudo, lucio, nevadillo de Alhama y loaime-, se han descrito más de una veintena, muchas de ellas en riesgo de desaparición. Una selección realizada en función de su resistencia al frío y a la sequía, que dota a los aceites de una gran complejidad de matices en sus aromas y sabores dado que cada tipo de aceituna aporta unas notas sensoriales diferentes al resto.

A lo largo de la campaña 2024/25 se está desarrollando el proyecto FENOLIVA, en el que colaboran las DOPs Poniente de Granada, Estepa, Sierra Mágina y Sierra de Segura, la Universidad de Jaén y el Campus de Excelencia Internacional Agroalimentario (ceiA3). Se trata de un proyecto innovador que busca establecer el perfil físico-químico y sensorial de los aceites de oliva y su evolución con el índice de madurez en las DOPs, centrándose en la composición de componentes menores beneficiosos para la salud tales como los compuestos fenólicos y tocoferoles, mejorando su extractabilidad mediante innovaciones en el proceso de elaboración que incrementarán la calidad y características diferenciadoras del producto, adecuándose a las demandas del sector.

Durante este estudio, cuyos resultados preliminares se presentarán en Ex-



poliva 2025, se están caracterizando las variedades más singulares de cada área geográfica, prestando especial atención a su composición fenólica, donde la componente varietal y geográfica tiene un peso importante. 🍯

www.doponientedegranada.com

Virgenes Extras aromáticos y equilibrados, de recolección temprana, que serán los protagonistas saludables en cualquier plato

www.aceitesdelponiente.com

Consejo Regulador DOP Poniente de Granada.
C/ Manuel Ávila s/n. Montefrío. Granada

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

Denominación de origen protegida
PONIENTE
de Granada

RUTA ACEITE
PONIENTE DE GRANADA

RUTA TURÍSTICA DEL ACEITE Y EL OLIVO



DOP Sierra de Cádiz, tradición e identidad propia

Para hacerse una idea de la remota tradición olivarera de la Sierra de Cádiz basta destacar que el nombre de su capital, Olvera, procede del término "olivera". Igualmente, diversas obras del siglo XVIII, como las de Madoz o Igartururu, hablan de la calidad de los aceites de oliva de la comarca. Se trata asimismo de una zona de gran interés turístico por sus bellísimos pueblos blancos y riqueza gastronómica, con el aceite de oliva como gran protagonista, junto con chacinas, quesos, miel, mermeladas o la repostería tradicional.

Limitando con Sevilla, encajada entre las sierras de Lijar y Algodonales, y con el Parque Natural Sierra de Grazalema al suroeste, la Sierra de Cádiz es una zona olivarera muy tradicional, la más representativa de la provincia gaditana, y está condicionada por su altitud (1.800 metros), que marca su clima, mucho más frío que la costa y con una pluviometría cercana a los 600 mm.

La zona de producción amparada por la DOP Sierra de Cádiz, en la que predominan las explotaciones pequeñas, con olivos tradicionales y de montaña, abarca 12 términos municipales: ocho de la provincia de Cádiz (Alcalá del Valle, Algodonales, El Gastor, Olvera, Puerto Serrano, Setenil de las Bodegas, Torrealhámique y Zahara de la Sierra) y cuatro de la provincia de Sevilla (Algámitas, Coripe, Pruna y Villanueva de San Juan). La producción de aceite de oliva de la comarca, en torno a 5.000 t., supone el 85% de toda la provincia de Cádiz. El conjunto de la denominación alcanza unas 20.000 ha. de olivar, siendo Pruna y Olvera los municipios con mayor superficie.

La DOP ampara exclusivamente AOVes de las variedades alameño de Montilla, arbequina, hojiblanca, manzanilla, picual, verdial de Cádiz y verdial de Huévar, así como la lechín de Sevilla, considerada la principal de la Denominación. Este cultivar sirve de base



para los aceites de oliva protegidos por la Denominación, resultado de la mezcla con el resto de variedades, lo que les confiere una personalidad propia y totalmente diferenciada del resto. 🟡

www.dopsierradecadiz.com



www.dopsierradecadiz.com





IGPs Aceituna Manzanilla y Aceituna Gordal de Sevilla: saborea la esencia de una tradición viva

Adquirir un frasco de aceitunas de las variedades manzanilla o gordal de Sevilla certificadas por IGP es elegir más que un alimento: es adquirir una parte de la historia y cultura de Sevilla. El sello IGP representa una garantía firme de autenticidad, calidad y tradición. Desde la meticulosa recolección manual en los campos sevillanos hasta el cuidadoso proceso de envasado, que conserva intactos su frescura y sabor únicos, estas aceitunas encarnan el esfuerzo y dedicación de generaciones de agricultores. Cada frasco portador de este sello cuenta una historia de respeto hacia un legado centenario expresado en el sabor inconfundible de cada aceituna.

Además, optar por productos con IGP implica una elección consciente que apoya la economía local y fomenta prácticas agrícolas sostenibles, esenciales

para preservar la biodiversidad y el paisaje característico de los olivares sevillanos. Por ello, examinar las etiquetas no sólo supone una acción de consumo responsable, sino una contribución activa a la sostenibilidad medioambiental y económica de la región. Es también una forma de acercarse emocionalmente a la tierra y a las tradiciones culinarias que convierten a las aceitunas sevillanas en referentes gastronómicos.

Dentro de las acciones de promoción desarrolladas por el Consejo Regulador de las IGPs Aceituna Manzanilla y Aceituna Gordal de Sevilla destaca una de sus últimas campañas publicitarias, el proyecto didáctico para niños *“Las aventuras de Gordalete y Manzanilla: el misterio de las aceitunas”*, un precioso cuento ilustrado dirigido a los más pequeños protagonizado por estos entrañables personajes que en 2023 obtuvo el Segundo Premio en el



XXI Concurso Nacional AEMO a la Difusión de la Cultura del Olivo. 🫒

www.igpmanzanillaygordaldesevilla.org



El secreto está en
su origen. La
diferencia, en su
sabor.



IGP Aceite de Jaén, el sabor de lo auténtico



La provincia de Jaén está considerada la capital mundial del aceite de oliva al ser el territorio que más AOVE produce del mundo. La IGP Aceite de Jaén, la primera indicación de aceite de oliva virgen extra reconocida en España por la UE, agrupa bajo un mismo distintivo de calidad todo el AOVE de la provincia jiennense, cuyos parámetros y características organolépticas y sensoriales están marcadas y recogidas en una estricta normativa que cada campaña certifica Certióleo, limitada a aquellos vírgenes extra procedentes de aceitunas recolectadas antes del 31 de diciembre.



©Jesús Mendoza

La IGP Aceite de Jaén comprende los 97 municipios que conforman la provincia de Jaén y cuenta con más de 60 entidades inscritas y más de 70 marcas amparadas. Aunque la variedad picual representa el 90% de la producción, sus magníficos aceites también se elaboran a partir de otras variedades como arbequina, picudo, royal de Cazorla, hojiblanca, manzanillo de Jaén y carrasqueño de Alcaudete.

El principal objetivo de esta IGP es poner en valor la excelencia del aceite de oliva de Jaén en mercados de gran importancia para la industria del AOVE,

trasladando la esencia del incomparable mar de olivos jiennense al resto del mundo. Además, este sello diferenciador protege a los consumidores del fraude, reconociendo la labor de los productores y almazaras que respetan el origen de las materias primas y operan de acuerdo con estrictas regulaciones para obtener un virgen extra de calidad.

La labor de la IGP consiste en la promoción, formación y divulgación de los aceites de oliva de calidad y la marca "Aceite de Jaén". Para ello, la IGP lleva a cabo más de medio centenar de acciones de promoción a nivel nacional y está presente en las mejores ferias nacionales e internacionales, siempre con sus AOVES certificados. La IGP Aceite de Jaén colabora con numerosas entidades como Hosteltur Jaén, con la campaña de envases irrellenables, con los restaurantes "Buena Mesa España" o con la Academia Andaluza de Gastronomía y Turismo (AAGT); así como con Le Cordon Bleu -en la formación en AOVE de futuros cocineros-, con el Centro de Interpretación Olivar y Aceite de la provincia de Jaén y con "Degusta Jaén", la marca de calidad de productos agroalimentarios de esta provincia andaluza.

El principal objetivo de esta IGP es poner en valor la excelencia del AOVE de Jaén, trasladando la esencia del incomparable mar de olivos jiennense al resto del mundo

Y lo que es un beneficio para los productores también representa un estímulo para los consumidores. Para las empresas y marcas inscritas en el Consejo Regulador, portar la marca IGP Aceite de Jaén significa disponer de una potente herramienta diferenciadora para darse a conocer tanto a nivel nacional como internacional; mientras que el consumidor es consciente del origen y calidad del producto que está adquiriendo gracias a este sello identificativo.

El objetivo final no es otro que el aumento de la venta de aceites envasados de calidad de Jaén, lo que repercute de forma positiva en la renta de los agricultores, cooperativas, almazaras y empresas implicadas en el proceso de producción y envasado del oro líquido. 🍷

www.igpaceitedejaen.com



*El Aceite de Jaén hace
más buena cualquier comida.*



www.igpaceitedejaen.com



Busca nuestro sello.
ACEITE
de Jaén.



Cofinanciado por
la Unión Europea



Fondos Europeos

Junta
de Andalucía



Hacienda Queiles, tradición y excelencia al servicio de la elaboración de AOVEs Premium



En el Valle del Queiles, entre cordilleras, ríos y monasterios cistercienses, donde se cultivaron los primeros olivares de la región y existe una larga tradición en la producción de aceite de oliva, el pago de Hacienda Queiles, a pocos kilómetros de Tudela, confiere a sus aceites -una producción ecológica 100% certificada- características propias y muy definidas, determinadas principalmente por la climatología y edafología de este pequeño valle al sur de Navarra.



[Texto: Alfredo Briega Martín]

El Valle del Queiles, al sur de Navarra y muy cercano a la frontera de Aragón, ha estado vinculado al cultivo de la vid y el olivo desde tiempos que se remontan hasta el Imperio Romano. Durante la Edad Media, ambos cultivos continuaron vigentes en esta zona convirtiéndose en los más extendidos de todo el valle, siendo practicado también por los monjes que habitaron en las abadías del Císter que se construyeron en este territorio: Tulebras, Fitero y Veruela.

Por aquí pasa el segundo río más caudaloso de la Península Ibérica, el

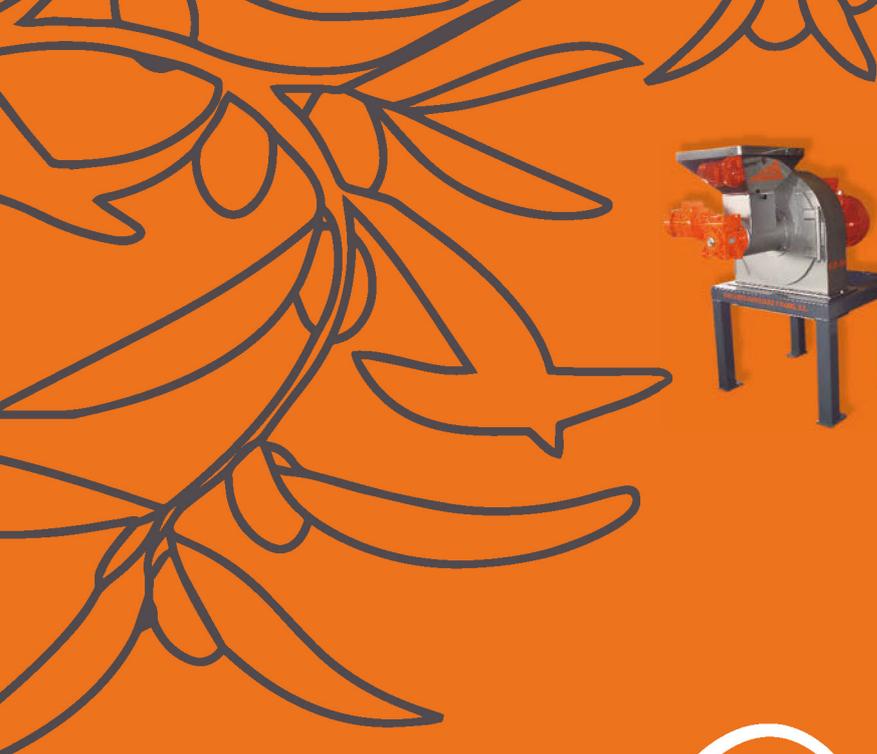
Ebro, que acoge en su cauce las aguas del río Queiles, nacido a los pies del Moncayo -la cumbre más elevada de la Cordillera Ibérica-. El pago de Hacienda Queiles forma parte de las antiguas tierras que pertenecieron al monasterio de Tulebras, primera abadía femenina de la orden del Císter en España (siglo XII).

Su olivar, asentado en suelos pedregoso-calizos, se beneficia de una particular climatología de fuertes contrastes, con temperaturas extremas en invierno y verano, y escasa pluviometría. Este clima continental extremo, determinado por las casi perpetuas nieves de la Sierra del

Moncayo y también por el fuerte viento del norte con nombre propio, el cierzo, propicia el saneamiento natural del olivar. Unas características que imprimen carácter singular al pago de Hacienda Queiles y le permiten producir AOVEs Premium de características y personalidad únicas.

De las 60 hectáreas que conforman el pago de Hacienda Queiles, un 92%





GP

González y París

La experiencia marca la diferencia



Creada en 1998, Hacienda Queiles siempre ha mantenido la misma filosofía de excelencia instaurada desde su fundación

corresponde a la variedad arbequina y el 8% restante a la arróniz, constituyendo la mayor extensión dedicada a esta variedad autóctona que debe su nombre a una antigua villa y municipio del norte de Navarra.

Filosofía de excelencia y producción ecológica certificada

Desde su creación en 1998, Hacienda Queiles siempre ha mantenido la misma filosofía de excelencia en la elaboración de aceites de oliva vírgenes extra Premium que instaurara su fundador, Alfredo Barral, auténtico pionero de los AOVEs de pago. En junio de 2021 la empresa pasó a formar parte de la Familia Cirsus-Bodegas y Viñedos, que ha perpetuado -y exaltado- el importante legado recibido gracias a una cultura familiar que prioriza el trabajo en equipo. Sus actuales propietarios, Alejandro Gómez Sigala, su esposa Letizia Mangione y su hijo Alejandro Alberto, han logrado posicionar todos los productos de alta calidad que elaboran bajo el paraguas de sus empresas, Bodega Pago de Cirsus, Bodegas Irache, Bodegas Zifar y la almazara Hacienda Queiles, conformando la "Familia Cirsus".

La producción del pago de Hacienda Queiles es 100% ecológica y certificada, eliminando cualquier traza de residuos químicos. Ejemplos de ello son la instalación de trampas caseras



La climatología y edafología del Valle del Queiles definen la personalidad única e irreplicable de los AOVEs producidos en este pago.



para el conteo de vuelos de moscas, que logran captarlas y mantener los olivos sanos y libres de cualquier tipo de sustancia química; o la plantación de cubiertas vegetales entre las líneas de las viñas utilizando leguminosas y gramíneas que mejoran la calidad del suelo y fomentan la biodiversidad, prácticas que reducen la necesidad de tratamientos químicos, alineándose

con el objetivo de reducirlos al 1% en los próximos dos años.

La vanguardista -y absolutamente pionera- almazara, de inspiración brutalista y con un concepto arquitectónico innovador más próximo a las bodegas de vino, alberga maquinaria y equipos de alta tecnología, así como un molino de piedra, cuya infraestructura y distribución se diseñó pensando en

CREES EN EL FUTURO?... ESTERYFIL SÍ.

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



FILTROS Y PROCESOS

ESTERYFIL



DESCUBRE TODAS SUS VENTAJAS.

ECOLÓGICO



+ AHORRO ENERGÉTICO



TECNOLOGÍA 4.0



CONTROL DE CALIDAD



www.esteryfil.com



La vanguardista almazara de Hacienda Queiles, con un concepto arquitectónico innovador más próximo a las bodegas de vino, incluye maquinaria de alta tecnología y un molino de piedra.



la mayor eficiencia productiva para elaborar cuidados AOVes Premium de producción limitada. La corta distancia del olivar a la almazara permite molturar el fruto en menos de dos horas desde su recogida, realizada justo antes del envero.

Calidad Premium y elegante diseño

La gama de AOVes ecológicos de pago de Hacienda Queiles está formada por *Abbae*, *Alhema* y *Ánfora de Queiles*. El primero, emblema de la almazara, es un monovarietal de arbequina presentado en botella de vidrio de 250 y 500 ml. que destaca por su frescura e intensidad aromática, elegancia y equilibrio. Con una imagen renovada el pasado año, *Abbae de Queiles* mantiene el diseño de su singular botella y presenta una etiqueta renovada y más estilizada que busca transmitir sobriedad, elegancia y la calidad Premium de su contenido.

Alhema de Queiles, por su parte, es un fresco y fragante coupage de arbequina (85-90%) y arróniz (10-15%) pleno de personalidad, ligeramente picante y con un toque amargo, que presenta un nuevo diseño moderno y rompedor, destacando por su fácil lectura y llamativa presentación en lata de 500 ml., 1 y 3 l., y conservando su característico color



Gama de AOVes ecológicos de Hacienda Queiles.

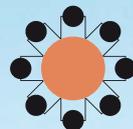
La calidad Premium de *Abbae de Queiles* ha sido reconocida con algunos de los más importantes galardones nacionales e internacionales, como el Premio Alimentos de España (2012 y 2017) y el Premio Mario Solinas del COI (2012, 2013 y 2014).

naranja. Finalmente, *Ánfora de Queiles* es un AOVE 100% arróniz presentado en botella de vidrio de 250 ml. que cuenta también con una versión trufada, en este caso elaborado a partir de olivas ecológicas arbequinas y con trufas (*tartufo bianco pregiato*) provenientes de Azienda Fortunati (Perugia, Umbria, Italia). Al tratarse de una producción limitada, la mayor parte de ésta se dirige al mercado nacional, de ahí que la

exportación no supere el 5% del total, principalmente destinada a los mercados europeos.

Disponibles en su tienda *on line*, así como en diferentes *marketplaces* de productos gourmet de alta calidad, y en tiendas y establecimientos físicos como La Comunal -la tienda de la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero- o el espacio Gourmet Experience de El Corte Inglés, los AOVes de Hacienda Queiles





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



En la vanguardista almazara, con un concepto arquitectónico innovador más próximo a las bodegas de vino, se elaboran cuidados AOVEs Premium de producción limitada

tará con un stand propio de la “Familia Cirsus” en el Salón Gourmets que se celebrará en Madrid en abril de 2025.

Completa oferta oleoturística

Desde hace un par de años Hacienda Queiles dispone de una completa oferta oleoturística que incluye visitas guiadas para particulares y grupos al olivar y a las instalaciones de la almazara -con cita previa-, donde el visitante puede sumergirse en la cultura del virgen extra y conocer la historia de la marca y su filosofía, así como el proceso de elaboración del AOVE; además de disfrutar de degustaciones de todos sus productos con panes artesanales realizadas en un elegante, diáfano y práctico espacio habilitado para catas.

Finalmente, cabe destacar que Hacienda Queiles pertenece a la Asociación Grandes Pagos del Olivar -en 2025 se cumplen 20 años desde su fundación-, que reúne a siete selectos productores de AOVE de pago que cada año presentan conjuntamente sus exclusivos zumos de aceituna. Procedentes de diferentes zonas olivares españolas, estas firmas comparten un rasgo común: los AOVEs deben estar producidos en un pago, un terruño delimitado que aporta singularidad al aceite de oliva virgen extra obtenido donde los olivos están sometidos a un estricto control, reproduciendo en el olivar el concepto de *château* tan habitual en la cultura del vino. 🍷



La oferta oleoturística de Hacienda Queiles permite realizar visitas guiadas al pago y a la almazara, así como catas de sus AOVEs.



están dirigidos a consumidores que no sólo buscan un producto de alta calidad, sino también una experiencia de compra Premium: son los denominados *experiencialistas*, en constante búsqueda

de nuevas experiencias de degustación únicas y memorables.

A lo largo de su historia, los AOVEs de Hacienda Queiles han sido reconocidos con numerosos galardones a nivel nacional e internacional, destacando los logros por *Abbae de Queiles*, entre ellos el Premio Mario Solinas del Consejo Oleícola Internacional en los años 2012, 2013 y 2014, en la categoría Frutado Maduro; y los Premios Alimentos de España 2012 y 2017, al Mejor AOVE Ecológico de la campaña 2011/12 y al Mejor AOVE en la categoría Frutado Maduro de la campaña 2016/17, respectivamente.

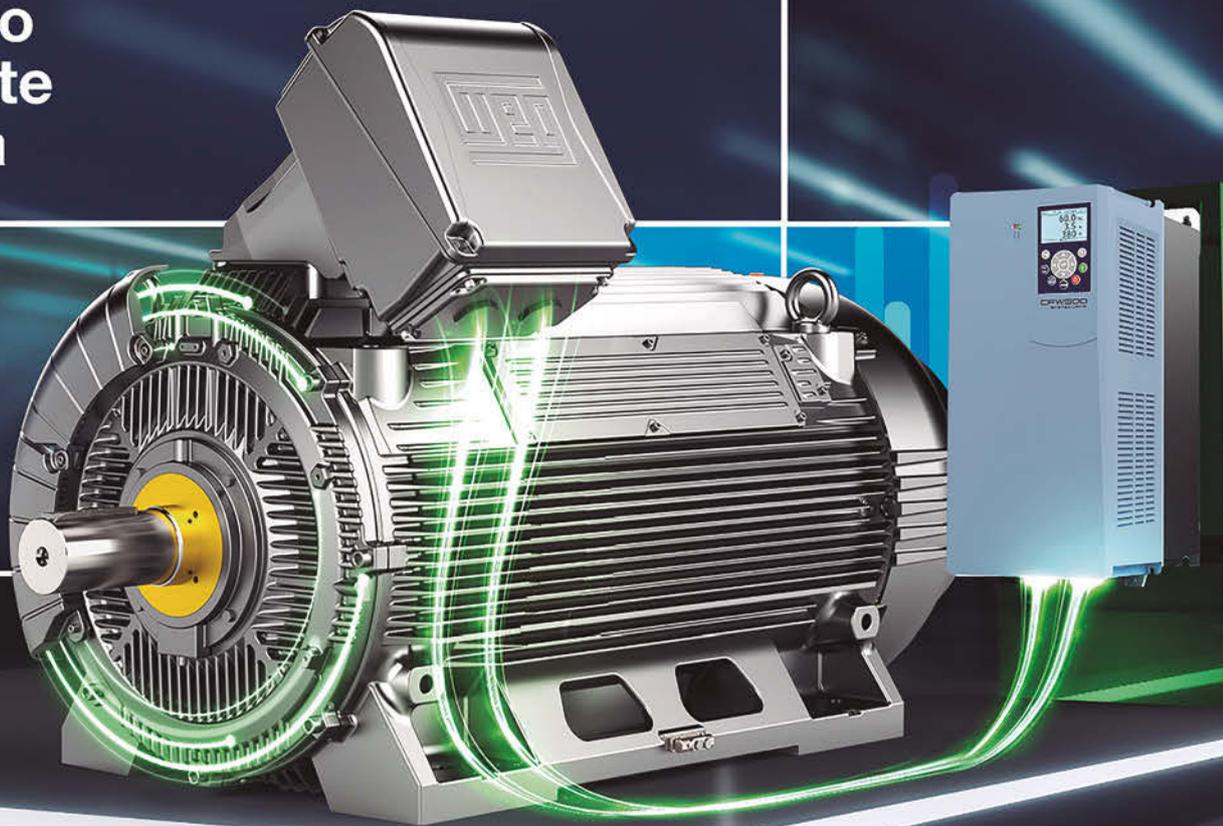
La empresa participa en algunas ferias gourmet de ámbito internacional, como SIAL Paris, y próximamente con-

Hacienda Queiles, S.L.
contacto@haciendaqueiles.com
www.haciendaqueiles.com



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.



Mejora del contenido y perfil fenólico del aceite de oliva virgen extra mediante mejora genética (Phenolive)



Los compuestos fenólicos son componentes clave para la calidad del aceite de oliva virgen extra en términos de calidad nutricional, sensorial y comercial. El objetivo general de este proyecto es desarrollar herramientas de ayuda para los programas de mejora de olivo con el fin de obtener nuevas variedades que produzcan AOVE de alta calidad, con una composición fenólica mejorada en cuanto a compuestos fenólicos tanto con estructuras secoiridoideas como tocoferoles (vitamina E).

Por Lorenzo León¹, Belén Román¹, Hande Yılmaz-Düzyaman¹, Araceli Sánchez², Juan Cano², Raúl de la Rosa³, Carlos Sanz⁴, Ana Gracia Pérez⁴, María Rosario Sánchez⁴, Pilar Luaces⁴, Francisco Luque⁵ y Aureliano Bombarely⁶

El AOVE contribuye a las propiedades saludables y nutricionales de la Dieta Mediterránea, que fue inscrita en 2013 en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO. Su composición de ácidos grasos, principalmente compuesta por ácidos grasos monoinsaturados, así como una miríada de componentes menores, son los principales responsables de las propiedades saludables del AOVE, especialmente en lo que respecta a enfermedades cardiovascula-

res, inflamación, cáncer y un aumento general en la esperanza de vida (Francisco *et al.*, 2019). Entre ellos, los compuestos fenólicos del AOVE, que incluyen tanto compuestos con estructuras secoiridoideas como tocoferoles (vitamina E), exhiben potentes propiedades antioxidantes relacionadas con los beneficios mencionados anteriormente para la salud humana.

Ambos componentes también son responsables de la calidad del AOVE en términos de vida útil, principalmente relacionada con la alteración debido a la susceptibilidad a la degradación oxidativa

(Mateos *et al.*, 2003). Además, se produce un efecto sinérgico entre los compuestos fenólicos secoiridoideos y la vitamina E en relación con las propiedades antioxidantes del AOVE (Baldioli *et al.*, 1996).

Los compuestos fenólicos también desempeñan un papel importante en el perfil sensorial del AOVE. Las propiedades organolépticas son el resultado de una combinación de sabor, olor y respuestas químicas producidas por diferentes compuestos. Entre ellos, la intensidad del amargor y picante, características del AOVE, se ha asocia-

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

² IFAPA Centro Venta del Llano, Mengibar (Jaén)

³ Instituto de Agricultura Sostenible (IAS-CSIC), Córdoba

⁴ Instituto de la Grasa (IG-CSIC), Sevilla

⁵ Instituto Universitario de Investigación en Olivar y Aceites de Oliva (INUO), Jaén

⁶ Instituto de Biología Molecular y Celular de Plantas (IBMCP), Valencia



Mejora del contenido y perfil fenólico del Aceite de Oliva Virgen Extra mediante mejora genética (Phenolive)

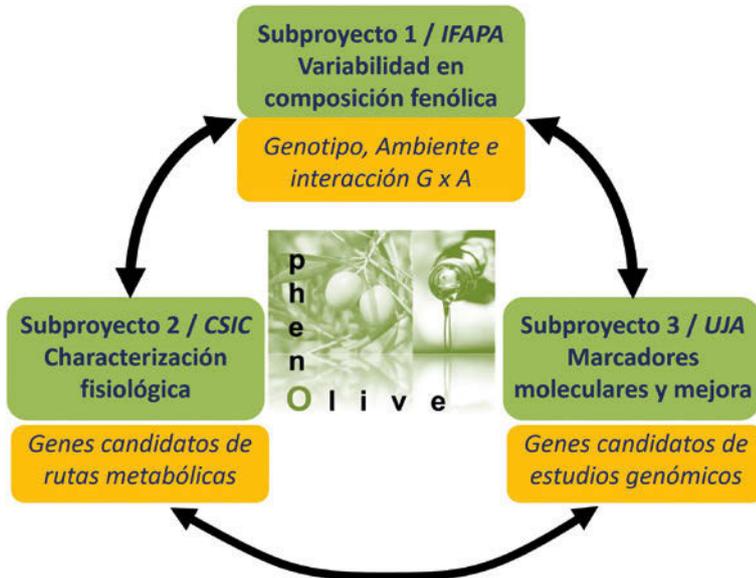


Figura 1. Esquema de trabajo del proyecto Phenolive.

de interés relacionados con la calidad del AOVE, así como desarrollar procedimientos de evaluación y herramientas de mejora; además de seleccionar nuevas variedades de interés para el sector. Para ello, se llevará a cabo un completo proceso de evaluación para determinar el efecto genético y ambiental sobre el contenido y la composición fenólica del AOVE. Estas evaluaciones servirán de punto de partida para desarrollar herramientas de selección asistida por marcadores que contemplen el control genético y metabólico de dichos compuestos en olivo. Phenolive es un proyecto articulado y coordinado entre diferentes instituciones que permite la aproximación multidisciplinar necesaria para alcanzar el objetivo final propuesto (Figura 1).

Subproyecto 1: Influencia del genotipo y el ambiente en el contenido y composición fenólica en olivo

En este subproyecto se estudian desde diferentes enfoques experimentales la contribución relativa de la varianza genética y ambiental, así como la interacción genotipo x ambiente (G x A) en la determinación del contenido y perfil de la fracción fenólica.

Para ello, se analiza la variabilidad genética de los compuestos fenólicos

do con varios compuestos fenólicos (Campestre et al., 2017). No obstante, a pesar de su gran importancia, la determinación de compuestos fenólicos en programas de mejora de olivo no se suele realizar hasta las últimas etapas

de los mismos debido a que sus procedimientos de determinación son largos, complejos y caros.

Las actividades contempladas en este proyecto permitirán incrementar el conocimiento sobre herencia de caracteres

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





Los compuestos fenólicos del AOVE exhiben potentes propiedades antioxidantes relacionadas con sus beneficios saludables y desempeñan un papel importante en el perfil sensorial del mismo; al tiempo que son responsables de la calidad del AOVE en términos de vida útil

a partir de una muestra representativa de la diversidad del Banco Mundial de Germoplasma de Olivo (Belaj et al., 2022). Los resultados obtenidos indican una amplia variabilidad para estos compuestos en olivo, con valores de contenido total en fruto desde 4.390 a 26.231 mg./kg. (Figura 2).

Por otro lado, la interacción genotipo x ambiente se estudia a partir de diferentes experimentos considerando una serie de genotipos comunes evaluados bajo diferentes condiciones ambientales. Entre ellos podemos destacar dos grupos de ensayos. En primer lugar, un grupo de ensayos de variedades cultivadas en seto de alta densidad que se están evaluando bajo diferentes condiciones agroclimáticas para estudiar el efecto del genotipo, del ambiente y su interacción en la composición fenólica (Figura 3). Asimismo, en colaboración con agricultores y empresas del sector se está haciendo un estudio exhaustivo del efecto del ambiente en la composición fenólica de dos de las variedades más ampliamente difundidas como son picual y arbequina. Ello nos permite disponer de un amplio muestreo de estas variedades en múltiples condiciones edafoclimáticas de nuestra región (Figura 4).

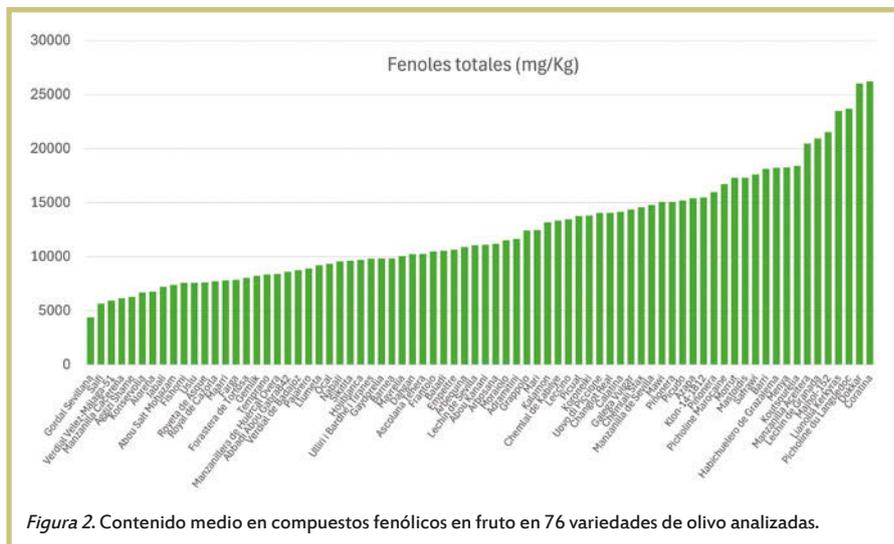


Figura 2. Contenido medio en compuestos fenólicos en fruto en 76 variedades de olivo analizadas.



Figura 3. Vista de uno de los ensayos comparativos de variedades cultivadas en seto de alta densidad.

En el marco de las actividades del proyecto también se está estudiando el uso potencial de la espectroscopia de infrarrojo cercano (NIRS) para el análisis de estos componentes del AOVE (Figura 5). Los modelos obtenidos mediante regresión PLS utilizando datos espectroscópicos muestran resultados muy prometedores para determinar estos caracteres del AOVE, permitiendo simplificar su determinación, en particular en programas de mejora.

Los resultados obtenidos de todos estos ensayos nos permitirán profundizar en el conocimiento de la herencia de estos componentes en olivo y diseñar estrategias precisas que permitan incorporar la evaluación fenólica de forma rutinaria en los programas de mejora de olivo. Estas evaluaciones servirán también como punto de partida para desarrollar herramientas de selección asistida por marcadores para compues-

tos fenólicos en olivo, que se llevarán a cabo de forma coordinada con los demás subproyectos de esta propuesta.

Subproyecto 2: Caracterización molecular y fisiológica de la síntesis de compuestos fenólicos en olivo

A pesar de la importancia que tiene la fracción fenólica para la calidad del aceite de oliva, aún es escaso el conocimiento sobre los genes y enzimas implicados en los diferentes procesos metabólicos que determinan la biosíntesis de sus precursores en la aceituna que son, por último, los responsables de las diferencias que se encuentran en los aceites de las diferentes variedades de olivo. Los datos sobre las propiedades cinéticas y los mecanismos reguladores de genes y enzimas relacionados con la síntesis de glucósidos fenólicos y tocoferoles permitirían establecer estrategias de control



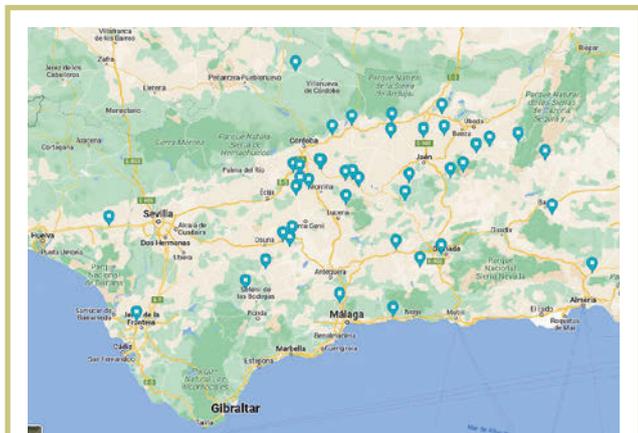


Figura 4. Localización de ensayos de seguimiento de composición fenólica en picual y arbequina.

para optimizar la calidad del aceite, tanto desde el punto de vista agronómico como mediante programas de mejora. Aprovechando las herramientas genómicas desarrolladas en un proyecto anterior (AGL2015-67652-R), podremos identificar genes que se expresan diferencialmente en variedades de olivo y etapas de maduración con contenidos fenólicos muy diversos. También se pretende identificar genes candidatos clave para esta síntesis.

Por último, este proyecto propone profundizar en el estudio de las rutas metabólicas relacionadas con la síntesis de glucósidos fenólicos y tocoferoles con un doble propósito. Primero, contribuir a la identificación de marcadores moleculares para su uso en programas de mejora del olivo. Y segundo, investigar los cambios en niveles de expresión de los genes clave en esta síntesis, responsables de las diferencias en contenidos y perfiles fenólicos como consecuencia de la interacción del genotipo y las diferentes condiciones agroclimáticas.

Subproyecto 3: Estudio genómico y transcriptómico para identificar marcadores moleculares y variantes génicas claves en el contenido y composición fenólica del AOVE

La selección asistida por marcadores para la mejora genética del olivo es un objetivo principal para lograr que este proceso sea más eficiente y requiera menos tiempo. El grupo responsable del Subproyecto 3 lideró con anterioridad un consorcio que ha proporcionado recientemente la base de datos más completa del genoma del olivo, OliveTreeDB (<https://genomaolivar.dipujaen.es/db/index.php>). Esta base de datos se mejorará en el presente proyecto para incluir tres genomas ensamblados correspondientes a dos variedades de olivo cultivadas relevantes, así como un auténtico genoma de olivo silvestre. En este sentido, disponemos actualmente de un nuevo ensamblaje de los genomas de las variedades arbequina y picual de altísima calidad que servirá como referencia para los demás estudios. Se obtendrá un pangenoma del olivo y se han secuenciado 33 nuevas variedades. Los nuevos genomas secuenciados, unidos a los genomas de 50 variedades

Andaluza de Envasado

ENVASADORES DE ACEITE DE OLIVA CON 20 AÑOS DE EXPERIENCIA

El envasado de su producto es el proceso final y el más delicado. De su buen acabado dependerá el resultado final e incrementará las ventas. Confíe en nosotros para el envasado de su producto y únase a los numerosos clientes satisfechos con nuestro trabajo.

ESPECIALISTAS EN MONODOSIS

Desde 10 ml hasta 5 l
3 líneas de envasado
Grandes Exportaciones

WWW.ENVASADODEACEITE.COM
Polígono Industrial La Papelera,
C/ Viena Nave 2 - Mengíbar (Jaén)

☎ 606 853 698





Los nuevos genomas secuenciados, unidos a los de 50 variedades, se utilizarán para el análisis de asociación del genoma completo del contenido y composición fenólica del aceite

ya presentes en la base de datos Olive-TreeDB-, se utilizarán para el análisis de asociación del genoma completo (GWAS) del contenido y composición fenólica del aceite. Este enfoque producirá una serie de marcadores genéticos moleculares asociados. Los datos cuantitativos de los compuestos fenólicos presentes en los frutos y el aceite requerido para realizar el GWAS están siendo generados en el Subproyecto 2.

El análisis GWAS se completará con datos transcriptómicos de diferentes tejidos, órganos, etapas de desarrollo y respuesta al estrés obtenidos por experimentos anteriores de RNAseq. En este sentido, son especialmente interesantes los perfiles de expresión de diferentes grupos de genes durante el desarrollo del fruto. A modo de ejemplo, en la Figura 6 se presenta el perfil de expresión de dos genes que codifican enzimas de interés identificadas en el Subproyecto 2.

Finalmente, se utilizará el análisis de una progenie de un cruce genético que está realizando el Subproyecto 1 y el contenido y composición fenólica

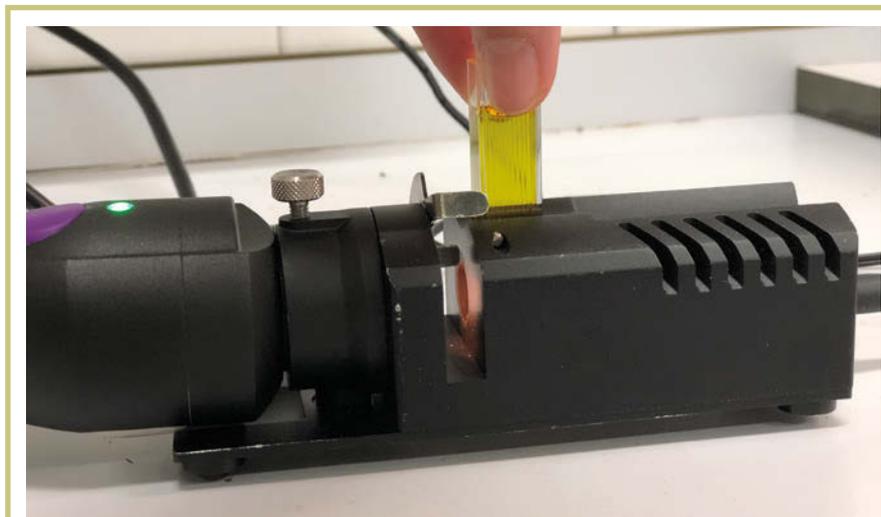


Figura 5. Análisis de aceite mediante espectroscopia de infrarrojo cercano (NIRS).

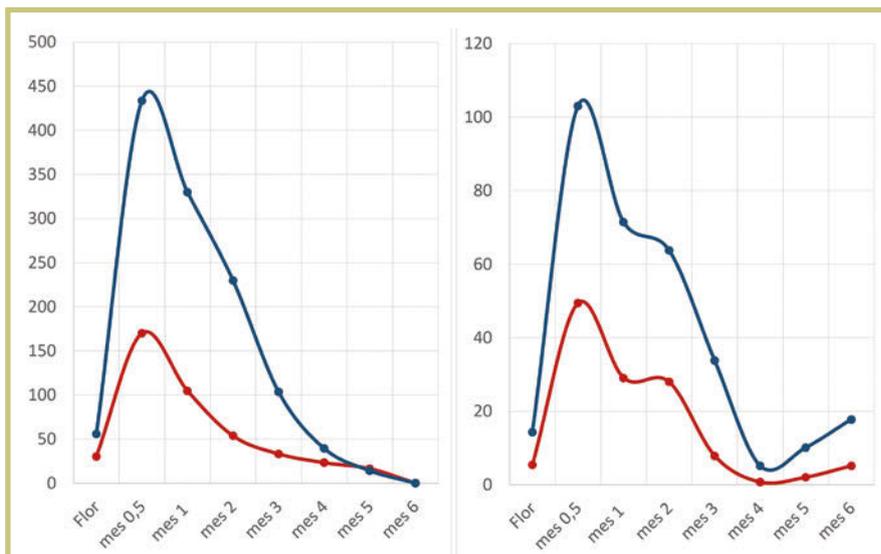


Figura 6. Perfil de expresión de los genes polifenol oxidasa 1 (OePPO1) y tirosina descarboxilasa 2 (TDC-2) en picual durante el desarrollo del fruto.

determinados en el Subproyecto 2 para confirmar los marcadores obtenidos en el GWAS. Los resultados de este pro-

yecto serán rápidamente transferidos a la mejora genética del olivo por parte de los investigadores del Subproyecto 1. 🟩

Agradecimientos

Proyecto PID2020-115853RR financiado por MCIN/AEI /10.13039/501100011033. Periodo de ejecución: 2021-2025. Agradecemos también la colaboración de los agricultores y empresas del sector que están participando en las redes de ensayos.

Referencias

Baldioli, M.; Servili, M.; Perretti, G.; Montedoro, G.F. Antioxidant activity of tocopherols and phenolic compounds of virgin olive oil. *J. Amer. Oil Chem. Soc.* 1996, 73, 1589-1593.

Belaj A, Ninot A, Gómez-Gálvez F.J, El Riachy M, Gurbuz-Veral M, Torres M, Lazaj A, Klepo T, Paz Compañ S, Ugarte J, Baldoni L, Lorite I.J, Satovic Z, de la Rosa R (2022). Characterisation of the Worldwide Olive Germplasm Bank of Córdoba by a set of 96 EST-SNP markers as a means of better management and efficient use of olive genetic resources. *Plants* 2022, 11, 921. <https://doi.org/10.3390/plants11070921>

Campestre, C., Angelini, G., Gasbarri, C., & Angerosa, F. (2017). The Compounds Responsible for the Sensory Profile in Monovarietal Virgin Olive Oils. *Molecules*, 22(11), 1833.

Francisco, V., Ruiz-Fernández, C., Lahera, V., Lago, F., Pino, J., Skaltsounis, L., González-Gay, M. A., Mobasheri, A., Gómez, R., Scotece, M., & Gualillo, O. (2019). Natural Molecules for Healthy Lifestyles: Oleocanthal from Extra Virgin Olive Oil. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*, 67(14), 3845-3853.

Mateos, R., Domínguez, M. M., Espartero, J. L., & Cert, A. (2003). Antioxidant Effect of Phenolic Compounds, α -Tocopherol, and Other Minor Components in Virgin Olive Oil. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*, 51(24), 7170-7175





Knowledge grows

YaraAmplix™

La gama
que reúne los
Bioestimulantes
de Yara para
ampliar el
potencial natural
de tu olivar.



Los bioestimulantes tienen un impacto positivo en la naturaleza y en el clima, contribuyendo a cultivar un futuro agroalimentario positivo para el medio ambiente.

¡Escanear el QR
y descubrir más
sobre esta gama!





Entrevista a Filipe Mestre, director general de Oleaconsult Olivicultura e Serviços, Lda.

“La nueva realidad de la olivicultura abre todo un mundo de oportunidades para las nuevas variedades”

Oleaconsult nace en 2010 con el propósito de ofrecer servicios de asesoramiento técnico, tanto en olivicultura como en la obtención y comercialización del producto final, el aceite de oliva. Hablamos con su director general, Filipe Mestre, acerca de sus proyectos y de los servicios que ofrece la empresa, así como de las nuevas variedades adaptadas al olivar en seto.



Q ¿Qué es Oleaconsult? Oleaconsult tiene su sede en Évora, pero desarrolla su actividad en todo Portugal, teniendo presencia de forma más continua en la región del Alentejo; si bien también llevamos a cabo proyectos en otros países y zonas olivareras.

Después de varios años trabajando en empresas del sector y acompañando proyectos en distintas zonas, surge la oportunidad de crear la empresa aprovechando nuestra experiencia con un amplio abanico de realidades, desde el olivar tradicional a modelos más modernos como el sistema intensivo o en seto, ya sea en producción convencional, integrada o en ecológico. Intentamos adaptarnos a las distintas realidades y a la idiosincrasia de cada zona o finca.

Nos gusta trabajar aplicando el modelo “llave en mano”, organizando y gestionando todas las fases de un proyecto, desde el estudio técnico-económico previo relacionado con la viabilidad de la plantación, pasando por la fase de instalación del cultivo y terminando con el seguimiento técnico del mismo. Se trata de un trabajo minucio-

[[“Nuestra imagen de marca es poder transmitir el *know-how* que hemos ido adquiriendo a lo largo de los últimos 20 años y agregar valor a cada proyecto con el que colaboramos”]]

so que requiere gran dedicación, con el fin de ofrecer a nuestros clientes un proyecto de plantación completamente contrastado, perfectamente ejecutado y con una longevidad técnico-económica garantizada.

Para llevar a cabo estas obras, contamos con una sólida red de colaboradores con la que venimos trabajando desde hace muchos años. Esto nos permite ejecutar de manera ejemplar y a tiempo cualquier fase del proceso: construcción de presas, embalses y pozos, preparación de suelo, instalación del sistema de riego, plantación -ya sea de forma

mecanizada o manual... así como el suministro de todo el material necesario para una plantación (tutores, protectores, plantas, espalderas, etc.).

¿Cuáles son los principales proyectos a los que se dedica la empresa?

Además de la gestión diaria de las fincas de nuestros clientes, nos encargamos de la implantación de nuevos proyectos, de todos ellos aprendemos y crecemos en conocimiento y valor. Intentamos que esa sea nuestra imagen de marca: poder transmitir el *know-how* que hemos ido adquiriendo y agregar valor a cada proyecto con el que colaboramos. Entre ellos me gustaría destacar *Esporão ecológico*, en el que ofrecemos asesoramiento técnico a la red de productores que cultivan en ecológico y que forman parte del proyecto de aceite de oliva orgánico de la empresa Herdade do Esporão; y *Apadrinha uma oliveira* (Apadrina un olivo), en el que Oleaconsult lleva a cabo un trabajo de seguimiento y revitalización de olivares ancestrales y tradicionales en la zona centro de Portugal, específicamente en Abrantes, en colaboración con una asociación local que es la promotora y dinamizadora del proyecto. Además,



[[Tenemos nueva genética a nuestra disposición, sólo hay que ponerla en valor y extraer sus beneficios"]]

la información técnica proporcionada a nuestros clientes, aportando conocimiento técnico, productos y recursos perfectamente contrastados.

En los últimos años hemos sido testigos del constante desarrollo de programas de mejora genética con el objetivo de crear nuevas variedades adaptadas al olivar en seto. ¿Cómo habéis seguido esta evolución? ¿Con qué variedades has tenido contacto y cuáles son las características más destacables?

Conozco y trabajo con Agromillora desde hace más de 15 años y, sin duda, la

tenemos proyectos en grandes fincas de olivar en seto, un tipo de olivicultura que, debido a su naturaleza y tamaño, requiere una metodología de trabajo muy especial, particularmente exigente y profesional. Finalmente, disponemos

de fincas experimentales propias bajo un amplio abanico de características, condiciones y modelos: olivar tradicional, intensivo y en seto. La experiencia acumulada durante los últimos 20 años nos permite mejorar sustancialmente



GUILLEN

BROKER



MIGUEL GUILLÉN

INTERNATIONAL OLIVE OIL BROKER

Empresa española especializada en la intermediación de operaciones de compra y venta de aceite de oliva a nivel mundial desde 1995. Especialistas en mercados de Túnez y Turquía y principal colaborador de las empresas punteras del sector





“El comportamiento de lecciana, que presenta características muy interesantes para la obtención de un AOVE diferenciado, estable y de alta calidad, es antagónico respecto a lo que en principio pensaríamos sobre una variedad de olivar en seto”]

innovación es la imagen de marca de esta empresa. La cercanía con el ámbito académico y la investigación, el desarrollo de nuevos modelos agronómicos y el querer hacer más y mejor forman parte del ADN de Agromillora. Esta forma de trabajar sigue estando muy presente hoy en día, no sólo con el desarrollo del olivar en seto, sino también con múltiples acuerdos en programas de mejora genética para la obtención de nuevas variedades de olivo. Nuestra filosofía es que la clave para ser más eficiente reside en la genética, en el manejo y en los modelos agronómicos en seto, siempre y cuando existan condiciones para ello.

En los inicios, la variedad más plantada era arbequina, llegando a ser adelantada por arbosana durante estos últimos años. Acabábamos de empezar con la revolución del olivar en seto y el sector ya se estaba dando cuenta de la importancia de la renovación varietal. Gracias a un intenso trabajo en programas de mejora genética, hemos ido teniendo a nuestra disposición un conjunto de variedades con características diferenciadas y adaptadas para el modelo en seto. Esto nos ha permitido desarrollar un trabajo, en campo y almazara, de acuerdo con las características específicas y deseadas para cada proyecto.

De las distintas variedades que han ido surgiendo destacamos las desa-



rolladas por la Universidad de Bari, coriana y lecciana. Debemos entender el tipo de proyecto y si optamos por un perfil más conservador o clásico podemos utilizar variedades como arbequina y arbosana, por ejemplo. Por el contrario, si el proyecto tiene características innovadoras y el propietario tiene intención de comercializar su propio aceite, debemos apostar por variedades como coriana y lecciana, que nos garantizan productos con características organolépticas muy distintas y apreciadas en el mercado.

Cada una de las variedades que tenemos a nuestra disposición presenta determinadas características para la obtención de un aceite de oliva virgen extra más o menos diferenciado. Nos corresponde a nosotros, técnicos y agricultores, elegir, de acuerdo con las características de cada zona y proyecto, la variedad que mejor se adapte, siempre con el objetivo de obtener el mejor resultado de las ventajas de cada una de ellas. Tenemos nueva genética a nues-

tra disposición, sólo hay que ponerla en valor y extraer sus beneficios.

Oleaconsult ofrece servicios de consultoría a muchos agricultores, desde la producción hasta la comercialización del aceite de oliva. ¿Cuáles son las principales preocupaciones de los productores y comercializadores del sector?

Los productores buscan comercializar un producto con características homogéneas y adecuado al mercado que han ido construyendo y en el que operan. En general, buscan en el aceite un producto de calidad, con características químicas y organolépticas diferenciadas y estables.

Sea por conocimiento técnico, cultural o simplemente curiosidad, el nuevo consumidor está demandando aceites verdes, de cosechas más tempranas, que le puedan garantizar aceites de más calidad, con características organolépticas más intensas en frutado, amargo y picante. Una nueva realidad que abre todo un mundo de oportuni-





des para las nuevas variedades de olivo, ya que se pueden obtener productos con las características demandadas por el consumidor final.

Esta búsqueda de características diferenciadoras ofrece oportunidades interesantes para la industria, permitiendo explorar un nuevo mercado y satisfacer la creciente demanda de productos únicos. En este contexto, nuestro asesoramiento juega un papel crucial, al orientar a agricultores y productores en la optimización de la producción y poder llegar a cumplir con las expectativas del mercado.

¿Qué opinión te merece la variedad lecciana? ¿Cuáles dirías que son sus características agronómicas más destacadas? ¿Y cuál es el *feedback* desde el punto de vista de sus características organolépticas?

Lecciana, resultado del cruce entre la variedad arbosana y la italiana leccino, presenta características organolépticas muy interesantes para la obtención de un AOVE diferenciado y de alta calidad, con garantías de estabilidad a lo largo del tiempo. De la experiencia que tenemos con esta nueva variedad observamos que agronómicamente es una variedad rústica, de cosecha temprana y a la que no se deben proporcionar condiciones de confort excesivo, ya sea en nutrición o en riego. De hecho, el comportamiento de lecciana es antagónico respecto a lo que en principio pensaríamos sobre una variedad utilizada en olivar en seto. Llevamos algunos años conociéndola y conviviendo con ella, lo que nos ha permitido extraer algunas conclusiones relacionadas con su comportamiento agronómico y sus necesidades nutricionales, hídricas y sanitarias.

Creemos que es una variedad muy apropiada en aquellas zonas donde exista algún factor limitante como puede ser la restricción hídrica -incluso llevarla en secano si las características de suelo lo permiten-, condiciones de frío excesivo o producción en ecológico.

Otra de las variedades destacadas en los nuevos proyectos es coriana. ¿Cómo evalúas su rendimiento en cuanto a productividad?

La variedad coriana es muy temprana, tanto en maduración como en entrada en producción. Posee características de alta

RIEGA MEJOR. PRODUCE MÁS. VIVE TRANQUILO.

Soluciones completas de riego con tecnología inteligente para una agricultura más rentable y sostenible.



Integra en tu explotación un sistema de riego eficiente con sensores inteligentes para digitalizar tu cultivo. Controla, optimiza y decide desde cualquier lugar.



PACK AGROBEE SENS



Características del fruto

Fecha	Peso (100 frutos)	Rendimiento Graso (%)	Rendimiento Graso sobre Seco (%)
20/09/2023 (muestra)	140 gr.	20,7	43,9
4/10/2023 (muestra)	150 gr.	21,3	42,3
17/10/2023 (muestra)	160 gr.	21,4	45,6
24/10/2023 (Cosecha)	Acidez: 0,2 Rendimiento Industrial: 16.0%	-	-

Figura 1. Resultados obtenidos por la variedad coriana en la finca de Oleaconsult en Montemor-o-Novo (cosecha 2023/24).

productividad muy diferenciadas y expresa todas sus potencialidades en buenas condiciones de suelo, agua y clima.

En nuestra finca experimental de Montemor-o-Novo tenemos una plantación de esta variedad, cultivada en marzo de 2022. Con sólo 19 meses de vida pudimos obtener una primera cosecha en 2023, con una productividad media de 4.500 kg./ha., que nos ha permitido conocer algunas características de la variedad, ya sea en su comportamiento agronómico o respecto a las características organolépticas del aceite obtenido (Figura 1).

Las constantes lluvias desde la segunda semana de octubre hasta después de la cosecha han culminado en un año donde los rendimientos han bajado 3-4 puntos porcentuales con respecto a la media de campañas anteriores. Aún así, y con un otoño más húmedo de lo habitual, hemos obtenido un rendimiento neto en aceite del 16%, lo que nos hace creer en las potencialidades de la variedad y pensar que lo mejor está por venir. Sin duda, obtener un aceite verde y con rendimientos elevados supone una ventaja competitiva y un mejor posicionamiento en el mercado.

¿Cómo vislumbras la evolución del sector olivarero en los próximos años?
¿Crees que seguirá siendo rentable?

¿Y cuáles son en tu opinión las precauciones/preocupaciones que debe tener un agricultor/inversor que desea llevar a cabo una inversión en este sector?

El olivo es una especie perfectamente adaptada al clima mediterráneo y la cultura del aceite de oliva está establecida en los hábitos y costumbres de su población. A nivel mundial, logramos producir aceituna en 64 países y consumir aceite en 180. Este patrimonio viene siendo valorizado año tras año, a la vez que el aceite de oliva es objeto de descubrimientos científicos relacionados con sus efectos beneficiosos para la salud humana. Como parte esencial de la apreciada Dieta Mediterránea, este noble producto no deja de sorprender y conquistar nuevos y diversos mercados. Por todas estas razones, creo que en los próximos años la evolución del sector será muy positiva, siguiendo el camino del desarrollo científico y de la mano del conocimiento ancestral ya adquirido.

Cuando un nuevo operador desea iniciar un proyecto en este sector y nos busca, intentamos comprender qué le motiva a realizar una inversión de esta naturaleza para poder asesorarle de la manera más adecuada. Es interesante comprobar cómo las nuevas variedades y los nuevos modelos agronómicos permiten reducir el "payback period" en este cultivo y aumentar la rentabilidad

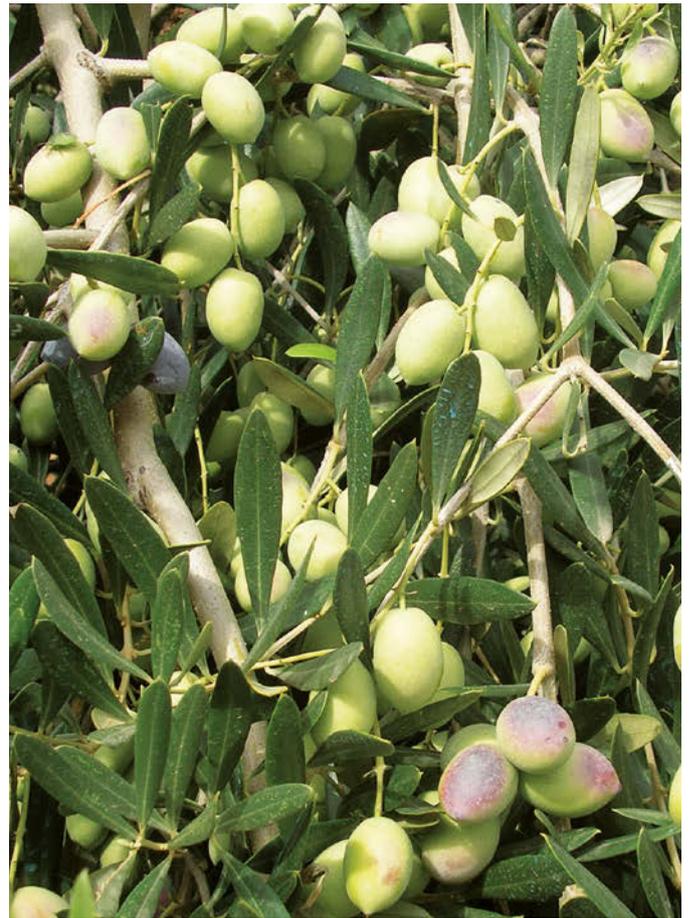


con respecto a otros. Reducir los periodos improductivos y contar con ingresos en el segundo año de plantación supone un atractivo interés en este sector del *agribusiness*. En definitiva, para que la inversión tenga el retorno esperado es fundamental un seguimiento cercano de todo el proyecto, abarcando la componente agronómica, económica y financiera. 🟡

Nitrofoska[®]
SUPER OLIVO

Abónate a la calidad

A.O.V.E



EuroChem Agro Iberia, S.L.
Consulta nuestro catálogo de productos en
www.eurochemiberia.com



EUROCHEM



Entrevista a Daniel García Peinado, el chef del AOVE

“Los cocineros sabemos de temporalidad del producto, pero no de aceites”

Miguel Abad, consultor técnico en olivicultura y elaiotecnia, catador de aceite de oliva y embajador del Club Lecciana, charla con Daniel García Peinado, el chef del AOVE y propietario del restaurante Bienfrito, que en esta entrevista se declara un enamorado de la variedad lecciana.



Eres conocido como el chef del AOVE, ¿cómo y cuándo nació tu pasión por el aceite de oliva virgen extra?

Yo estudié en Málaga, en la Escuela de Hostelería La Cónsula, allí la formación sobre el aceite de oliva era muy básica: nos explicaban su procedencia, la molturación, las fases del proceso de elaboración, etc. Pero poco más. Siempre he tenido mucha curiosidad por aprender cosas nuevas y, fruto del azar, coincidí con Paco Lorenzo Tapia, que me inculcó el “gusanillo” de cocinar con AOVE. También coincidí con José Antonio Amérigo, presidente de la Sociedad Andaluza del Oleocanthal. A partir de ahí empecé a crear mi propia línea, una apuesta disruptiva con la que llevo ya más de 17 años.

Lo cierto es que no existen muchos chefs especializados en un producto básico de la Dieta Mediterránea como el AOVE...

Bueno, hay chefs como Alberto Moya, Paco Roncero o Firo Vázquez que han roto una lanza por el AOVE y han sido mis predecesores. Aunque me he fijado mucho en ellos, siempre he intentado ir un poco más allá, basando mi cocina única y exclusivamente en el uso de AOVES. No he utilizado ningún tipo de grasa de semillas, ni mantequilla... nada de eso.

“Al consumidor le falta información, sobre todo una información que le llegue, que sea llana y con un lenguaje no tan técnico. Y faltan más chefs que lleven a cabo esta labor de divulgación sobre las propiedades y bondades del virgen extra”

¿Qué crees que le falta al consumidor para que realmente conozca el AOVE, apreciando sus valores y diferencias, y luego pueda exigirlo en las cocinas y restaurantes?

En mi opinión, lo principal es que al consumidor le falta información y, sobre todo, una información que le llegue, que sea llana y con un lenguaje no tan técnico. Muchas veces nosotros mismos hablamos de una manera muy técnica y puede ocurrir que quien está enfrente no se acabe de enterar, por lo que esa información no llega lo suficiente. Y faltan más personas que, desde nues-

tra posición de chefs, hagan esta labor de divulgación sobre las propiedades y bondades del virgen extra.

En este punto, ¿qué virtudes tiene el aceite de oliva virgen extra respecto a otras grasas que se usan comúnmente en la cocina y qué valores aporta?

Me gusta mucho la palabra armonización, creemos que el aceite es infinito, pero desgraciadamente no lo es, tiene una duración limitada. A mí me gusta mucho compararlo con las estaciones del año. Dentro del amplio recetario que tenemos, una misma receta elaborada en primavera no tiene nada que ver si la hiciésemos en otoño, invierno o verano. Creo que el problema es que muchos cocineros se pierden esta gran “paleta de colores” que aportan todas las variedades existentes.

¿Y consideras que se la pierden por falta de conocimientos acerca de los productos de temporada?

No, los cocineros sabemos de temporalidad del producto, lo que no sabemos es de aceites. Ése es el problema, que no se ha hablado de aceite. Creo que el productor debería invertir y enfocarse más en prescriptores del producto como nosotros.

Recientemente tuviste la oportunidad de catar y probar algunos acei-



El consultor y embajador del Club Lecciana Miguel Abad junto a Daniel García Peinado, el chef del AOVE.

“Muchos cocineros se pierden la gran paleta de colores que aportan todas las variedades de virgen extra”

rez, con picual tienes que rebajar la intensidad o cocinarlo de una manera u otra... pero con este tipo de aceites no es necesario.

A nivel sensorial, ¿cómo crees que su uso en cocina puede sorprender en mayor medida al cliente?

En elaboraciones de pastelería y en frío, porque es donde mejor se expresa el aceite. Tienes que elegir ingredientes afines a esos picantes, frutados y amargos, a esa cantidad de polifenoles que tiene, y jugar con su complejidad.

tes de la variedad lecciana, ¿cuáles fueron tus impresiones?

A mí me han encantado, la percepción sensorial que pueda tener un cocinero quizás es distinta a la de un profesional de la cata, pero sí he probado muchísimos aceites. Lo que veo en lecciana es una mezcla entre el fru-

tado de arbequina y la intensidad de picual o cornicabra... Es un AOVE que posee una complejidad muy especial y te da mucho juego. Ojalá tuviera estos aceites todos los días en el restaurante para poder jugar, porque si trabajas con arbequina tienes que buscar alimentos que combinen con su madu-



SECADEROS DE LA LOMA
MAQUINARIA PARA SECADO Y LIMPIEZA DE HUESO DE ACEITUNA, PISTACHO Y NUEZ

**TECNOLOGÍA DE VANGUARDIA
PARA RENTABILIZAR TU SUBPRODUCTO**

MÁS INFORMACIÓN

636 458 165

www.huesoaceituna.com



En efecto, el AOVE de lecciana destaca por su elevado nivel de polifenoles, con lo que ello representa desde el punto de vista de la salud. ¿Cómo aprovechas eso en cocina?

Se trata de adaptarlo al recetario y saber que los polifenoles son volátiles y que a ciertas temperaturas pueden evaporarse. También hay elaboraciones donde se expresan muy bien, como puede ser un arroz, un risotto, un guiso... si hay una temperatura residual de unos 40° C es donde esos polifenoles contribuyen a la fragancia que notamos a la hora de degustar el plato.

En el mundo del vino existe una cultura muy arraigada en la descripción de los diferentes caldos cuando se sirven en mesa. Sin embargo, echo en falta esa descripción del uso en platos, de acompañamiento, en el mundo del aceite. ¿Crees que el consumidor es consciente de que ese potencial fenólico es bueno para la salud, lo explicáis cuando se presenta el plato?

Yo sí lo explico. Es verdad que cada vez más *sommeliers* se están especializando en el aceite, ya que al final tienen muy desarrollado el aspecto sensorial. Cuando el AOVE llega a mesa hay que explicarlo, igual que se hace con una



determinada carne en la que hablamos de su procedencia y tiempo de maduración, por ejemplo. Eso mismo también tendríamos que hacerlo con el aceite de oliva virgen extra y sus características.

Cuéntame, ¿cómo gestionas en cocina el uso que le das a los diferentes AOVes y sus combinaciones?

Es muy sencillo. Por muy bueno que sea el aceite, puede llegar de muchas formas debido a problemas en la conservación, el transporte, etc. Lo que hago es diferenciar entre el defecto y la virtud. Entonces busco en la memoria gastronómica a qué me recuerda ese virgen extra. También son muy útiles las notas de cata que envía el productor, ya que te sirven como guía. En función de eso vas jugando: por ejemplo, si quieres potenciar el picante añades un jengibre; si lo quieres rebajar, usas una manzana madura. Aquí ya depende de las características que desees mostrar o no en tus platos.

“El AOVE de lecciana posee una complejidad muy especial y te da mucho juego; a mí una variedad tan versátil y todoterreno como lecciana me ha roto la cabeza”

Es evidente que las variedades tradicionales son mucho más conocidas, todos sabéis cómo es un arbequino, un picual... ¿qué papel crees que puede desempeñar en la cocina una variedad nueva como lecciana?

A mí lecciana me ha roto la cabeza. Está claro que con las nuevas variedades se abre una nueva paleta y que disponer de una todoterreno que sirve para frío, caliente, postres, incluso en coupages dentro de la misma elaboración, es algo fantástico.

Para terminar, ¿qué consejo le darías a los chefs y a aquellas personas que empiezan su carrera en el mundo de la cocina y los AOVes?

Que tengan curiosidad, que prueben, jueguen y experimenten. Es un producto Marca España, hay variedades por doquier a nivel nacional para jugar con ellas, la paleta es amplísima y debemos aprovecharlo. 🍯

Solución total fungicida para tu olivar, con el equipo más completo

Protección eficaz con **Flint®** y **Cuprosan® 520 SC**.
Mantén tu olivar saludable y productivo durante todo el ciclo.

Confía en la solución líder, deja tu olivar en las mejores manos.

Asesoramiento

Protección

Innovación



FLINT 

cuprosan®
520 SC





Jabalucz®

aovejabalucz.com

Jabalucz, AOVE con carácter de olivares de montaña en la Sierra Sur de Jaén



En Los Villares (Jaén), en plena Sierra Sur, la tradición olivarera se une a las condiciones únicas del olivar de montaña para dar lugar a un virgen extra con una identidad diferenciada definido por su territorio. *Jabalucz* es el resultado del esfuerzo de los socios agricultores de la SCA Sierra de la Pandera, quienes han sabido interpretar las particularidades de un entorno donde la altitud, la orografía y el clima imprimen su carácter en cada cosecha.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

El olivar de montaña presenta una serie de particularidades que condicionan tanto el manejo agronómico como la calidad del fruto.

En la Sierra Sur de Jaén, los olivares de más de 1.000 metros de altitud crecen sobre suelos pedregosos, con pendientes pronunciadas que dificultan la mecanización y obligan a una recolección selectiva. Este manejo, más artesanal y exigente, se traduce en una materia prima de calidad superior.

Las condiciones climáticas, con mayores oscilaciones térmicas entre el día y la noche, ralentizan la madu-

ración del fruto y favorecen una mayor concentración de polifenoles. Estos compuestos antioxidantes no sólo aportan estabilidad al aceite obtenido, sino que también potencian su perfil organoléptico, dotándolo de una marcada intensidad en frutado, amargo y picante.

Los socios de la SCA Sierra de la Pandera, nacida a finales de octubre de 2004 como resultado de la fusión de las cooperativas San Juan Bautista y Nuestra Señora del Rosario de Los Villares, han sabido adaptar sus prácticas agrícolas para optimizar la producción en un entorno exigente. La recolección

en verde, realizada en el momento óptimo de maduración, permite obtener un aceite con un perfil sensorial más fresco y complejo.

El equipo técnico, encabezado por Antonio Araque, maestro de almazara y responsable de Calidad con amplia experiencia en la molturación de AOVEs de montaña, trabaja con tecnología de vanguardia para garantizar la máxima calidad en cada lote. Molturación inmediata tras la recolección, extracción en frío y almacenamiento bajo atmósfera inerte son claves en la conservación del frescor y la estabilidad del producto final.

M ANZANO
Flottweg



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



Los socios de la SCA Sierra de la Pandera han sabido adaptar sus prácticas agrícolas para optimizar la producción en un entorno exigente



El olivar de montaña representa singularidad y diferenciación.

Tecnología de vanguardia

Si nos detenemos en las instalaciones de la almazara -que en breve serán modernizadas-, el patio de recepción -donde las aceitunas se clasifican según sean de vuelo o de suelo- cuenta con 10 tolvas de recepción y 16 tolvas de almacenamiento de Indaisa Calero, nueve equipos compactos de limpieza y pesaje de la misma firma con una capacidad de 40 t./hora y otra línea de pesaje de Asigran (80 t./hora).

La sala de molturación consta de ocho molinos de 40 CV y cinco bombas de 200 t./día, todo ello de Calderería Manzano, así como de cinco termobastidoras, tres de Manzano con capacidad para 12 t. y otras dos de Alfa Laval (8 t.). La zona de extracción dispone de cinco líneas, cuatro de GEA Westfalia Separator -tres del modelo 535 con una capacidad de 200 t./día y otra del modelo 458 con una capacidad de 90 t./día- y otra de Vitone -modelo V7, 200 t./día-; así como de ocho centrifugas verticales, cuatro de GEA Westfalia Separator -mo-

delos OSD 20 y OSD 50- y otras cuatro de Alfa Laval -modelo 506-.

La bodega cuenta con 50 depósitos de 100 t. y cinco depósitos de 63 t. de capacidad, todos de Calderería Bujalance. La zona de envasado, por su parte, está equipada con cuatro depósitos inertizados con nitrógeno de Calderería Bujalance -dos de 6.000 kilos y otros dos de 10.000 kg.-; una envasadora Almatic de dos grifos (1.000-1.200 l./hora); un filtro de tierras de Zenitram (4.000 kg./hora) y otro de placas de Sfoggia de 700 kg./hora -distribuido en España por Maquivi-; y un equipo NIR de Tecnilab (*T-38 Olive Analyzer*).

Un virgen extra con identidad propia

El carácter de su AOVE 100% picual, comercializado bajo la marca *Jabalucz*, se expresa en su perfil sensorial, resultado directo del entorno y el manejo del fruto. Hablamos de un virgen extra caracterizado por su frutado verde intenso, con notas de tomatera, almendra

verde y hierba fresca; y aromas de monte bajo, con matices de romero, tomillo y hoja de olivo. Dotado de un amargor y picor perfectamente estructurados, que reflejan su alta concentración en polifenoles y su recolección temprana, este perfil organoléptico diferenciado lo sitúa como un zumo de alta gama, con una personalidad reconocible en cata y una excelente versatilidad gastronómica.

La gama de vírgenes extra está compuesta, en primer lugar, por *Jabalucz Gran Selección*, el mejor zumo de cada cosecha, un virgen extra Premium caracterizado por su gran armonía, elegancia y persistencia, presentado en botella de vidrio de 100, 250 y 500 ml. pintada en negro brillante, serigrafiada en oro con estuche individual. *Jabalucz Cosecha Temprana*, por su parte, es un zumo obtenido de aceitunas verdes seleccionadas en el mes de octubre, rico en polifenoles y antioxidantes naturales, disponible en botella de cristal pintada en blanco de 500 ml. y PET de 1 y 2 l. Finalmente, *Jabalucz Clásico* es otro mo-



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





El equipo técnico encabezado por Antonio Araque trabaja con tecnología de vanguardia para garantizar la máxima calidad en cada lote

novarietal picual de montaña equilibrado y de fuerte personalidad, procedente de aceitunas cultivadas en la Sierra de la Pandera y recolectadas en noviembre y diciembre, presentado en botella de vidrio de 500 ml., PET de 1, 2 y 5 l., y tarrina monodosis de 14 ml. Todos ellos se pueden adquirir en forma de pack de regalo, pudiendo acompañarse de la mermelada o jalea de AOVE *Jabalucz Premium*.

El esfuerzo por mantener un estándar de calidad elevado mediante la gestión



El maestro de almazara y responsable de Calidad de la SCA Sierra de la Pandera, Antonio Araque (izqda.), junto al presidente de la cooperativa, Antonio Cabrera (dcha.), con el trofeo "Jaén Selección 2025" entregado en Fitur.

agronómica y la excelencia en el proceso de elaboración ha sido reconocido en prestigiosos certámenes nacionales e

internacionales, en los que *Jabalucz* ha sido premiado en diversas ediciones consolidando su prestigio dentro del sector y destacando su especificidad dentro del segmento de aceites de montaña. Estos reconocimientos han facilitado su posicionamiento tanto en el mercado nacional como en el de exportación, donde los consumidores valoran cada vez más la diferenciación de los AOVEs producidos en entornos singulares.

Asimismo, los AOVEs *Jabalucz* -de la mano de la Diputación de Jaén- también están presentes en destacados eventos a nivel regional, nacional e internacional como la Fiesta del Primer Aceite de Jaén, la gala de la Guía Michelin, San Sebastian Gastronomika, Madrid Fusión, World Olive Oil Exhibition (WOOE), Alimentaria Barcelona o *The World's 50 Best Restaurants*.





Jabalucz es un AOVE con identidad propia que es la expresión del carácter de su territorio y todo un tesoro gastronómico

Una identidad visual que refleja su origen y fuerte vinculación con el territorio

El diseño del envase de *Jabalucz* responde a una estrategia clara: transmitir la solidez y autenticidad de un aceite con una fuerte vinculación con su territorio. La botella ha sido concebida para proteger el aceite de la oxidación, manteniendo su frescura y propiedades sensoriales hasta su consumo. Además, la comunicación de marca enfatiza la trazabilidad y el origen del producto, poniendo en valor



Instalaciones de la SCA Sierra de la Pandera en Los Villares (Jaén). De izqda. a dcha., y de arriba a abajo, patio de recepción (1); sala de molturación (2); bodega (3); y envasadora (4).

la singularidad del olivar de montaña y el esfuerzo de los socios agricultores.

Porque *Jabalucz* es mucho más que un aceite de oliva virgen extra: es la

expresión del carácter de un territorio, de una comunidad de agricultores y técnicos orgullosa de su legado que busca la máxima calidad en cada



FABRICACIÓN DE DEPÓSITOS PARA ALMACENAMIENTO



De Bujalance, S.L. Calderería Inox

Teléfono: 957 170 529

Comercial: 666 412 462

Fábrica
Pol. Ind. Dehesa de la Cigüeña, Parc. 10
14420 Villafranca de Córdoba (Córdoba)

Almacenes
Pol. Ind. Pasada Honda, Parc. 1
14650 Bujalance (Córdoba)

info@debujalance.es

www.debujalance.es



Jabalcuz Cosecha Temprana es un monovarietal picual obtenido de aceitunas verdes seleccionadas en octubre.



Jabalcuz Gran Selección, el AOVE Premium de la SCA Sierra de la Pandera.



Botella de vidrio de 500 ml., tarrina monodosis de 14 ml. y garrafa PET de 5 l. de *Jabalcuz Clásico*.



De izqda. a dcha., el AOVE *Jabalcuz* en la Fiesta del Primer Aceite de Jaén (campaña 2024/25) en Andújar (1) y Sabadell (2); en la gala de la Guía Michelin de la campaña 2023/24 celebrada en Murcia (3); y en el acto de entrega de los Premios "Jaén Selección 2025" en la feria Fitur (4 y 5).

campana. Su carácter no es sólo una palabra impresa en su etiqueta: es el reflejo de su origen y de un proceso de producción pensado para preservar la singularidad de su aceite. Y es que cada vez que se abre una botella de *Jabalcuz* se accede a un AOVE

con personalidad propia, definido por la Sierra Sur de Jaén y su tradición olivarera. Un virgen extra que no sólo destaca en cata, sino que reivindica el valor del olivar de montaña como un modelo productivo con futuro en el sector del AOVE de calidad.

Compromiso con la sostenibilidad y el futuro del olivar de montaña

La producción en zonas de sierra supone un reto adicional en términos de sostenibilidad y eficiencia. En este sentido, la SCA Sierra de la Pandera ha imple-



SCA Sierra de la Pandera en cifras



- **Año de constitución:** 2004
- **Producción media anual de aceite de oliva (últimas 5 campañas):**
3.740.000 kg. (90% granel y 10% envasado)
 - Aceite de oliva virgen extra** (1.400.000 kg.): 37,4%
 - Aceite de oliva virgen** (1.300.000 kg.): 34,8%
 - Aceite de oliva lampante** (1.040.000 kg.): 27,8%
- **Producción media anual de aceituna (últimas 5 campañas):**
17.000.000 kg.
- **Variedad de aceituna:** Picual
- **Marcas de aceite de oliva:** Jabalcuz



mentado prácticas que garantizan la conservación del olivar de montaña y la optimización de los recursos naturales. Entre ellas destacan la gestión eficiente del agua, adaptada a un ecosistema de pluviometría reducida; la adopción de prácticas de agricultura sostenible, promoviendo la biodiversidad y el mantenimiento del suelo; o la reutilización y valorización de los subproductos del olivar, reduciendo el impacto ambiental y mejorando la circularidad del modelo productivo. Todo ello con un objetivo prioritario: demostrar que, contrariamente a lo que proclaman algunas voces, el olivar de montaña tiene un futuro esperanzador. 🍷

S. Coop. And. Sierra de la Pandera
info@aovejabcuz.com
www.aovejabcuz.com



Intacta On-Line

La nueva era de la medición industrial

MEDICIÓN 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)

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



La Edad de Oro de la olivicultura uruguaya

El pasado mes de noviembre *Mercacei* visitó Uruguay para comprobar *in situ* el feliz momento que vive el sector olivícola en este país sudamericano, un cultivo que en los últimos 20 años -a partir de la década de 2000- ha experimentado un creciente dinamismo gracias al empeño por elaborar vírgenes extra de alta calidad destinados tanto al mercado interior como exterior.

[Texto: Alfredo Briega Martín y
Cristina Revenga Palacios]



Con suelos y climas ideales para la producción de aceites de alta calidad, Uruguay está aprovechando su potencial no sólo con vistas al mercado interno, sino también para la exportación y el desarrollo del oleoturismo, que se perfila como un nuevo atractivo para visitantes locales y extranjeros.

Según recoge el Anuario OPYPA publicado por la Oficina de Planificación y Política Agropecuaria (OPYPA) del Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca, las perspectivas para la próxima campaña oleícola 2024/25 en Uruguay son optimistas si se mantienen unas condiciones climáticas favorables, con una floración adecuada y un cuajado del fruto prometedor. En la campaña 2023/24 la cosecha se vio afectada por el impacto del déficit hídrico severo que sufrió el país en 2023, con una fuerte reducción del volumen producido respecto a la temporada precedente (2022/23), en la que se obtuvieron 2.047 toneladas de aceite de oliva, cifra que se aproxima al récord de producción registrado en la campaña 2018/19.

Tal y como se detalla en este informe -cuyo análisis del sector olivícola ha sido realizado por la economista técnica de la OPYPA María Noel Ackermann-, la producción de aceite de oliva en Uruguay presenta vaivenes propios de la vecería del cultivo, a lo que se suman los desafíos

climáticos y económicos. De acuerdo con el último censo de productores de olivos realizado por la Oficina de Estadísticas Agropecuarias (DIEA) del Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca, en 2023 se contabilizaron 208 explotaciones de olivos, de las cuales 161 son productivas y 47 no productivas. La superficie total de olivar asciende a 7.044 hectáreas, de las que 5.927 ha. corresponden a explotaciones productivas, con un total de 5.638 ha. efectivas en producción. Geográficamente, el 80% de la superficie de olivar se encuentra en la zona este del país, mientras que un 12% está ubicado en la zona centro y litoral sur, y el restante 8% en la zona norte.

Potencial de desarrollo

El informe también precisa que los aceites de oliva nacionales han logrado consolidar su posición en el mercado interior y en la actualidad la producción local abastece alrededor de la mitad del consumo nacional. En concreto, la estimación del consumo de aceite de oliva y orujo de oliva en Uruguay se ha situado en un promedio de alrededor de 1.800 toneladas en los últimos tres años, lo que supone algo más de medio litro per cápita. Los cambios en el comportamiento de los consumidores, orientados hacia alimentos más saludables, naturales, seguros y de alta calidad, otorgan posibilidades de un mayor desarrollo del sector en el futuro.



De izqda. a dcha., Gonzalo Aguirre, presidente de ASOLUR; Eduardo Sanguinetti, ministro de Turismo de Uruguay; y Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei.

Este informe resalta que el crecimiento proyectado de la producción local de aceite de oliva -respaldado por la entrada en su máximo potencial de las explotaciones jóvenes en los próximos años-, junto con el aumento del consumo de productos saludables, posiciona al sector como una actividad agropecuaria con potencial de desarrollo.

Asimismo, también considera necesario continuar promoviendo y trabajando en el conocimiento del aceite de oliva entre los consumidores, destacando sus beneficios para la salud y su versatilidad en diversos usos, desde la gastronomía hasta las aplicaciones en la cosmética y la industria alimentaria, farmacéutica y energética.



Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei (en el centro), durante el encuentro mantenido con los responsables de Uruguay XXI en la sede de esta agencia estatal.

Encuentro en la sede de Uruguay XXI

En su viaje por las fértiles tierras uruguayas, Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei, mantuvo un encuentro con los responsables de Uruguay XXI en la sede de esta agencia estatal que trabaja para potenciar la capacidad exportadora y la competitividad de las empresas uruguayas, así como para promover el país como un destino atractivo para las inversiones productivas e impulsar la marca Uruguay en el mundo. En ella, Peñamil ponderó las tres décadas que Grupo Editorial Mercacei lleva como testigo privilegiado de la transformación de un sector

en constante evolución, siempre con la misión de generar valor a sus lectores y anunciantes, y con la profesionalidad, el rigor, la objetividad, la calidad y la honestidad por banderas. Además de repasar los principales hitos del Grupo en sus 30 años de actividad, el CEO de Grupo Editorial Mercacei resumió estas tres vertiginosas décadas en materia de olivicultura y elaiotecnía, variedades, calidad, salud, packaging, oleoturismo, sostenibilidad y medio ambiente, etc.

Asimismo, Peñamil tuvo la oportunidad de conocer en primera persona la singularidad de varios proyectos de almazaras boutique -con tiendas y res-

taurantes temáticos- que han hecho de la apuesta por la excelencia su principal seña de identidad, en una estrategia en la que la sostenibilidad, la economía circular y el oleoturismo juegan un papel fundamental.

En este amplio Especial dedicado al país charrúa ofrecemos también las claves del II Congreso Latinoamericano de Aceite de Oliva, CLAO 2024, organizado por el Departamento de Ciencia y Tecnología de Alimentos de la Facultad de Química de la Universidad de la República (Uruguay) y la Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre (Brasil), que tuvo lugar los pasados 8 y 9 de noviembre en Montevideo; e incluimos la crónica del acto de entrega de los Premios a la Calidad Mario Solinas en el Hemisferio Sur -que por primera vez se celebró en Uruguay-, además de una entrevista con el actual presidente de la Asociación Olivícola Uruguaya (ASOLUR), Gonzalo Aguirre. 🍷

quatro®

ETIQUETAS



Sleeves · Etiquetas Adhesivas · Packaging
Embalaje Flexible · Precintos Garantía · Maquinaria Reimpresión



Uruguay se convierte en epicentro olivícola con el Segundo Congreso Latinoamericano de Aceite de Oliva



Acto de inauguración del congreso. De izda a dcha: Adriana Gámbaro, Ana Claudia Ellis, Juliano Garavaglia, Jaime Lillo, Eduardo Sanguinetti, Gonzalo Aguirre y Álvaro Mombrú.

El Departamento de Ciencia y Tecnología de Facultad de Química de la Universidad de la República (Uruguay) junto con la Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre (Brasil) organizó los días 8 y 9 de noviembre en Montevideo el Segundo Congreso Latinoamericano de Aceite de Oliva (CLAO 2024). A este encuentro asistieron 170 participantes provenientes de Argentina, Brasil, Chile, Perú y Uruguay, demostrando el gran interés de la temática generado en la región.

Por Dra. Ana Claudia Ellis, integrante del Comité Científico; y Dra. Adriana Gámbaro, presidenta del Comité Científico de CLAO 2024

En el acto de apertura los integrantes del Comité Organizador de CLAO 2024 Adriana Gámbaro -presidenta-, así como Ana Claudia Ellis y Juliano Garavaglia, ofrecieron unas breves palabras de bienvenida a todos los asistentes y a las autoridades presentes. A continuación intervino Jaime Lillo, director ejecutivo del Consejo Oleícola Internacional (COI), quien felicitó a los organizadores por la amplia e interesante temática abordada en el congreso y destacó la necesidad de realizar este tipo de actividades en el Hemisferio Sur. Para finalizar, valoró la buena calidad de los aceites catados en su viaje a Uruguay.

Posteriormente, Eduardo Sanguinetti, ministro de Turismo del Uruguay, se refirió a la importancia de producir aceite de oliva virgen extra de calidad, ya que el país, al tener una producción pequeña, apuesta por la calidad como la única forma de poder posicionarse en el mercado, lo que supone un gran

desafío para el sector. Además, destacó el desarrollo de la olivicultura en todo el país y el crecimiento del oleoturismo, permitiendo promover aún más el conocimiento sobre el buen AOVE.

Por su parte, Gonzalo Aguirre, presidente de la Asociación Olivícola Uruguaya (ASOLUR), coincidió en la necesidad de producir AOVE de muy buena calidad y en la creación de vínculos con las asociaciones olivícolas de los países de la región. También mencionó los grandes desafíos que está sufriendo el sector debido al cambio climático o las fluctuaciones en los precios, y consideró que se debe apostar por una olivicultura sostenible con un triple impacto: económico, social y ambiental. Para concluir el acto de apertura, Álvaro Mombrú, decano de la Facultad de Química de la Universidad de la República, resaltó la importancia de organizar este tipo de eventos, que abarcan diversos temas relacionados con el aceite de oli-

va, y remarcó el interés de muchos participantes por este encuentro.

El programa académico contó con conferenciantes de reconocida trayectoria a nivel nacional e internacional, donde se expusieron temas relacionados con la olivicultura en las áreas de agronomía, tecnología, calidad, sanidad, subproductos y salud.

Además, se realizaron cuatro mesas redondas, donde se abordaron las siguientes temáticas: “Variedades de aceituna y su adaptación a las condiciones regionales”, “Legislación y fiscalización”, “Realidad del mercado del aceite de oliva en la región” y “Oleoturismo”.

Agronomía

La conferencia inaugural, “Aceites de oliva, medio ambiente y energía. Hacia una fuerte sinergia”, corrió a cargo de Sebastián Sánchez Villasclaras, de la Universidad de Jaén (UJA), quien abordó diversos asuntos tales como el cambio climático, sus consecuencias y



tando en la almazara durante el período de cosecha, que cuando se encuentra en el árbol. También depende de la variedad del olivo”. Para terminar, destacó las importantes propiedades químicas -por ejemplo, antioxidantes- que tienen las hojas de olivo, en mayor cantidad que el propio AOVE.

Tras la conferencia inaugural continuaron las demás ponencias e intervenciones del área temática agronómica. En concreto, Mercedes Arias, de la Facultad de Agronomía de la Universidad de la República (UdelaR); y André Goetzler, director Operacional y Maestro de Almazara de Estâncias das Oliveiras (Brasil), abordaron los “Problemas de polinización en Brasil y Uruguay”. Durante su intervención, Arias explicó la teoría del queso suizo y el cuajado del olivo. Respecto a la nube polínica, subrayó que la distribución de cultivos y la sincronización de floraciones interacciona con la dirección del viento y que el aislamiento del predio afecta a

cómo deberíamos adaptarnos al mismo. También hizo énfasis en los subproductos generados durante la producción del aceite de oliva: “La hoja es el principal subproducto del olivo generado al

producir el aceite de oliva, que puede llegar a alcanzar un precio de 250-300 euros/tonelada”. Además, aseguró que “la composición de la hoja del olivo es diferente cuando ésta se muestrea es-



¿Tu software de gestión controla todos tus procesos?



Producción, transformación y distribución desde un único ERP



¿Quieres saber más?
 Solicita más info



Visítanos en Expoliva. Pabellón Caja Rural de Jaén, Stand 13



Conferencia de André Goezler, director Operacional y Maestro de Almazara de Estâncias das Oliveiras (Brasil).



Mesa redonda sobre variedades de olivos y su adaptación a las condiciones de la región. Intervención de Pierluigi Pierantozzi (INTA, Argentina).

la concentración de polen en el aire. Sobre el polen compatible, la presencia de cultivares compatibles y su distribución en el lote o predio son determinantes en el cuajado y, por todo ello, volviendo a la teoría del queso suizo y cuajado del olivo, abordó cuáles son las etapas que se pueden manejar en las plantaciones uruguayas. A su vez, Goezler compartió los resultados obtenidos en su plantación de Estâncias das Oliveiras y explicó que, después de ese primer experimento iniciado en 2018 utilizando seis colmenas en el olivar de 1,5 hectáreas, se constató un aumento de polinización.

La siguiente conferencia se centró en la "Obtención de la Indicación Geográfica para los aceites de oliva vírgenes extra de la provincia de Mendoza (Argentina)" a cargo de Verónica Araniti, de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Cuyo (Mendoza). Araniti explicó que la Indicación Geográfica para el AOVE de Mendoza es un sello de calidad vinculado al ori-

gen que avala no sólo el proceso productivo, sino también la riqueza humana, agroecológica, territorial, cultural, la historia y las variedades específicas de aceitunas que se utilizan en su obtención. Para obtener este sello, el virgen extra debe ser obtenido con aceitunas producidas, procesadas y fraccionadas en Mendoza, en un *blend* con una proporción variable, comprendida entre un 20 y 50% de la variedad arauco. Por otro lado, los *blends* con variedad arauco tienen mayor contenido de compuestos fenólicos y afirmó que hay relación entre el contenido de compuestos fenólicos y la calidad sensorial de ese aceite. Ese sello o etiqueta es elaborada, controlada y provista por el organismo certificador, tiene validez mundial y estrictas medidas de seguridad, además de incluir un holograma, cinta holográfica y un código QR. Este sello sólo se consigue con productos de calidad Premium y sólo en 2024 se certificaron 23 empresas con 30 marcas comerciales.

La siguiente conferencia fue impartida por Jorge Astudillo Gálvez, consultor de Olivicultura & Elaiotecnia en Susttex Consultores (Chile), bajo el título "Obtención de Denominación de Origen Valle del Huasco, Chile". Astudillo explicó que algunos olivos del Valle del Huasco son tan antiguos que han dado origen a una tradición de cultivo y elaboración de aceite que es única en el mundo. Se trata de uno de los motivos que les ha permitido obtener una Denominación de Origen que diferencia al aceite proveniente de esta zona de los aceites de oliva de otros lugares del planeta. En 2020 fue la primera certificación de aceites de oliva del Valle del Huasco con DO. Los aceites que cumplan con la norma de certificación exhibirán en sus etiquetas la denominación "Valle del Huasco" unida a "Denominación de Origen" y este año cuatro almazaras fueron certificadas con este sello. Además, la normativa de la DO exige que el aceite de oliva virgen extra de calidad proceda





del Valle del Huasco, con al menos un 10% de variedad sevillana en su composición, la cual se introdujo en la zona norte de Chile hace más de 400 años.

Para finalizar, recordó que el proceso se inició en 2007, si bien en 2018 el Instituto de la Propiedad Intelectual (INAPI) otorgó la DO al aceite de oliva del Valle del Huasco, siendo la primera para el aceite de oliva chileno y la primera también en toda América, además de ser el primer producto chileno certificado en calidad y origen de su producción. Por lo tanto, la sevillana "tipo huasco" es una variedad única, diferente a otras y propia del territorio.

Posteriormente, Luiz Fernando de Oliveira da Silva, de la Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais (EPAMIG, Brasil), ofreció una interesante conferencia sobre "Olivicultura de montaña". Durante la misma, De Oliveira habló sobre la Fazenda TUIUVA, que es donde se encuentran los olivares a mayor altura de Brasil (1.905 m.), los cuales fueron plantados en enero de 2020. Abordó los problemas que tuvieron que hacer frente tales como la topografía accidentada, el coste elevado de la producción, la alta humedad en el período de cosecha y los pocos cultivares en esa región.

Posteriormente, se llevó a cabo la primera mesa redonda sobre "Variedades de olivos y su adaptación a las condiciones de la región" -coordinada por Luis Mattos, del Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU)-, en la que participaron Luiz Fernando de Oliveira (EPAMIG, Brasil), Rogerio Oliveira (EMBRAPA, Brasil), Pierluigi Pierantozzi (INTA, Argentina) y Paula Conde (INIA, Uruguay). Los investigadores brasileños manifestaron que "se necesita una diversificación varietal del olivar actual, así como una mejora genética para los nuevos retos, ya que los datos de ensayos de variedades en Andalucía no son concluyentes para otros ambientes, por lo que existe una necesidad de experimentación local, siendo fundamental la colaboración de instituciones públicas y privadas". Por su parte, Pierantozzi precisó que en Argentina el 97% del olivar es de regadío. Sobre la necesidad de frío por variedad, consideró necesario realizar un *screening* más exhaustivo, para lo que existe un programa de mejora institucional que busca realizar una preselección con el fin de obtener adaptabilidad a sistemas de alta densidad. Según precisó, esto conlleva un alto rendimiento graso 48-55% en peso seco, buen rendimiento industrial 14-18%, un contenido medio de ácido oleico de 60-65% en San Juan, y un contenido fenólico medio de 150-350 ppm. Por último, Paula Conde concluyó que, en regiones con climas húmedos, los cultivares con mejor comportamiento productivo corresponden a las variedades arbequina, picual y frantoio frente a la manzanilla sevillana, leccino y barnea. Detalló que los rendimientos promedios registrados superan las 8 toneladas/ha. de fruta, los rendimientos en aceite (base fresca) se sitúan entre el 12 y el 18% según el cultivar y, por último, que frantoio presenta falta de acumulación de frío invernal en el norte del país. Por otro lado, manifestó que también es importante la comparación de cultivares según la susceptibilidad a la antracnosis, ya sea con el estudio de mecanismos de defensa a través del grosor de la cutícula, el contenido de

SpectraAlyzer 2.0 Olive

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



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.



polifenoles en fruto y el análisis mineralógico en dos índices de madurez. A su vez, comentó que se ha realizado una nueva introducción de aproximadamente 15 cultivares del INTA de San Juan, para ampliar el banco de germoplasma del INIA, en busca de aquellos que se adapten a sus condiciones edafoclimáticas; y que continúa la prospección y caracterización de olivos con potencial de adaptación a las condiciones de cultivo nacionales y con baja susceptibilidad a *Colletotrichum spp.*

La primera jornada terminó con una interesante conferencia sobre “Tendencias en etiquetado de aceite de oliva” por parte de Mónica Bauzá, de la Universidad Nacional de Cuyo (Argentina), quien resaltó cuál es el objetivo del rótulo para no confundir al consumidor brindándole información que no sabe interpretar.

Tecnología

La segunda jornada comenzó abordando el área tecnológica con la “Aplicación de enzimas en la extracción de aceite de oliva” a cargo de Miguel Amarillo, de la Facultad de Química de la Universidad de la República (Uruguay); y Lourdes Toujas, de la Sede Mendoza de la Universidad Católica de Cuyo (Argentina). Amarillo destacó que la utilización de enzimas rompe la estructura vegetal favoreciendo la liberación del aceite, lo cual se hace más evidente en pastas de aceitunas con muy bajo índice de madurez (IM) llamadas “pastas difíciles”, y que los rendimientos con agregado de enzimas aumentaron hasta un 20% respecto al “control” para IM bajos (inferiores a 2,5) para la variedad arbequina. Toujas coincidió con esta exposición y además añadió que se puede establecer que la dosificación de enzimas recomendada por obtener extracciones del 90% superiores es de 200 ppm. a 250 ppm. para arbequina y empeltre, principalmente, si bien en empeltre el IM era elevado (superior a 5,0) y la enzima ayudó a romper estructuras en la pasta facilitando la extracción, por lo que la dosis de enzima a utilizar depende de la variedad y del IM, entre otras variables.

La segunda mesa redonda, coordinada por Miguel Amarillo, abordó la temática “Legislación y fiscalización” y contó



Conferencia de la sommelier Ana Beloto (Brasil) en el marco de la mesa redonda sobre la realidad del mercado de aceite de oliva en la región.



Conferencia de Lyris Monasterio, gerente de Pro Olivo. En esta mesa participaron Juliano Garavaglia, Ana Beloto, María Noel Ackerman y Mónica Bauzá.

con la participación de Alinne Barcellos Bernd (MAPA, Brasil), Rogerio Oliveira (EMBRAPA, Brasil), Pedro Friedrich (LATU, Uruguay) y Lourdes Toujas, de la Universidad Católica de Cuyo (Argentina). Los diferentes integrantes de esta mesa expusieron las normativas existentes en sus países respecto a las importaciones y el fraude y todos coincidieron en que son necesarios más controles y análisis para asegurar que los aceites importados sean realmente AOVEs. También se estableció un debate enriquecedor con el público presente, ya que la misma problemática se presenta en los tres países.

Salud y consumo

A continuación, Beatriz Sánchez-Calvo, de la Escuela de Nutrición de la Universidad de la República (Uruguay), impartió la conferencia “Novedades en aceite de oliva y sus derivados para promover la salud”. Durante la misma, Sánchez-Calvo mencionó que existen otros componentes endógenos del AOVE como los ácidos grasos nitrados, con actividad citoprotectora, con la ventaja además de que los polifenoles presentes favorecen la nitración vs la oxidación. Por lo tanto, el aumento del consumo de AOVE disminuye el peso corporal y los depósitos de lípidos





Natalia Martínez, de la Facultad de Química de la Universidad de la República (Uruguay), ofreció una conferencia sobre "Aplicación de oleogeles de aceite de oliva en panificados".



Mesa sobre oleoturismo. Conferencia de Alejandra Cabrera, del Ministerio de Turismo de Uruguay.



en el hígado, protegiendo de la formación del hígado graso no alcohólico y del nitrito, y aumenta los niveles de ácido nitro-oleico en plasma, induciendo la expresión de enzimas antioxidantes como la HO-1. Para finalizar enfatizó que parte de los beneficios otorgados por el consumo de AOVE puede deber-

se a la formación de estas moléculas con acción antiinflamatoria, antioxidante y citoprotectora.

La tercera mesa redonda -coordinada por Juliano Garavaglia- sobre la "Realidad del mercado de aceite de oliva en la región" contó con la participación de la sommelier Ana Beloto, de Brasil; María

Noel Ackerman, del Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca de Uruguay; Mónica Bauzá, de la Universidad Nacional de Cuyo (Argentina); y Lyris Marlene Monasterio Muñoz, de la Asociación de Procesadores y Exportadores de Aceituna y Aceite de Oliva de Perú (Pro Olivo). Las integrantes de esta mesa redonda

◆ Tu respuesta de calidad a las solicitudes de filtrado.

Finalmente, la filtración.

FÁCIL | RÁPIDA | SEGURA

"La simplicidad es la última sofisticación"

– Leonardo da Vinci

 **exoos**
OLIVE OIL PRO_SOLUTIONS

by ITALPROGETTI.it



coincidieron en que hay que producir AOVE de calidad y en avanzar en el sector todo lo necesario con nuevas prácticas en las explotaciones dirigidas a reducir las emisiones o aumentar la absorción de carbono (sostenibilidad). Además, consideraron que es un sector joven que continúa en una fase de consolidación tanto en términos de producción como en su participación en el mercado doméstico, así como de cambios e innovaciones desde la tecnología de extracción hasta el propio envase final del producto, apostando por adoptar acciones tecnológicas ante el cambio climático. Por otro lado, se indicó que el consumidor está interesado en vivir experiencias, así como en consumir productos gourmet y saludables, pero no encuentra la solución porque considera que el AOVE es caro. Para ello, creen que se necesitan políticas de educación, divulgación y puesta en valor del producto con propuestas formativas y de difusión a consumidores a través de radio, televisión, redes sociales y medios de comunicación en general. También apuntaron que existe en el consumidor un mayor interés por la información sobre el origen y la procedencia del producto. A su juicio, los cambios en el comportamiento de los consumidores orientados a alimentos más saludables, naturales, seguros y de alta calidad, otorgan posibilidades de un mayor desarrollo del sector a futuro, a lo que se unen sinergias y complementariedades tanto con otras actividades agropecuarias (fundamentalmente ganadería o forestación) como turísticas y gastronómicas.

Subproductos

La siguiente conferencia abordó la temática relacionada con los subproductos y se tituló “*Compuestos beneficiosos para la salud extraídos del alperujo*”. En ella Blanca Gómez-Guerrero, de LATU (Uruguay) y Ignacio Vieitez, de la Facultad de Química de la Universidad de la República (Uruguay), coincidieron en que “la industria del aceite de oliva es consciente de la necesidad de eliminar los residuos medioambientalmente nocivos y, por tanto, está evolucionando para lograr el aprovechamiento integral de cada uno de ellos. Además, la obtención de compuestos naturales a partir



Exposición y degustación de AOVes de la región.



Homenaje a Mónica Bauzá (Argentina).



Homenaje a José Villamil (Uruguay).

de subproductos de la industria agroalimentaria, como el alperujo, supone una prometedora opción para el consumidor, el sector industrial y el medio ambiente, ya que contiene compuestos antioxidantes y fibra de aplicación e interés para múltiples usos (alimentos enriquecidos, cosméticos, complementos alimenticios, aditivos...). Aún queda por explorar métodos para comercializar este subproducto, como su incorporación en suplementos o productos agrícolas, lo que podría aumentar su valor económico y aplicación”.

Posteriormente, tuvo lugar la conferencia, “*Desarrollo de infusiones con hojas de olivo*”, impartida por la sommelier Natalia Hodos, de la Facultad de Química de la Universidad de la República (Uruguay), quien resaltó que se ha reportado que los beneficios para la salud proporcionados por la infusión de hojas de olivo pueden ser incluso supe-

riores al del aceite de oliva y que, además, presentan mayores efectos beneficiosos a largo plazo que el consumo de té verde. El equipo de investigación trabajó con la variedad arbequina variando el tamaño de partícula, la temperatura y el tiempo de infusión, pero dejando fija la relación peso hoja/agua en 1,5 g. en 100 ml., ya que es importante el tratamiento que se le dé a la hoja para la extracción de los compuestos bioactivos. Como un compromiso entre el perfil sensorial y los beneficios para la salud de las infusiones de hojas de olivo, se sugirió elaborar infusiones con hojas molidas, con agua a 95°C, infusionadas durante 3-5 minutos.

Nutrición y gastronomía

A su vez, Natalia Martínez, de la Facultad de Química de la Universidad de la República (Uruguay), ofreció una conferencia sobre “*Aplicación de oleogel*





de aceite de oliva en panificados”, en la que explicó que, según recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS), los ácidos grasos saturados en la dieta deben de ser sustituidos con ácidos grasos poliinsaturados o monoinsaturados provenientes de fuentes vegetales. Así, los oleogeles de aceites vegetales surgen como una posible alternativa al uso de materiales grasos tradicionales o materiales grasos modificados. La oleogelación no implica ningún efecto significativo en la composición del aceite utilizado. Como una aplicación de oleogeles de AOVE en panificados planteó la elaboración de croissant criollo utilizando oleogeles de aceite de oliva virgen extra estructurados con una mezcla de ceras de abeja/carnauba como sustituto de manteca. Así, resultó que el uso de oleogeles de AOVE estructurados con cera de abeja/carnauba en la relación 90/10 como ingrediente en la elaboración de croissant criollo, generó un producto con propie-

dades sensoriales mejoradas (mayor esponjosidad y menor recubrimiento bucal) respecto a las del producto control (manteca), lo que sugiere su posible utilización como sustituto de la manteca.

Posteriormente, Isabel Kasper Machado, del Departamento de Nutrição de la Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre (UFCSPA, Brasil) presentó “El aceite de oliva en la gastronomía latinoamericana”. Kasper habló sobre el uso del AOVE tanto en la preparación de los platos como en la armonización de los mismos, para lo cual es importante conocer las características sensoriales del virgen extra a utilizar en cada caso. Según estudios publicados, debido a la composición de lípidos y los compuestos bioactivos, al cocinar con AOVE éste tarda más en alcanzar el punto de humo y tiene la posibilidad de producir menos radicales libres, los compuestos bioactivos tenderían a migrar a los alimentos, los alimentos se conservarían mejor y ciertas técnicas

preservan más compuestos bioactivos, lo que derriba un montón de “mitos” establecidos. Respecto a la armonización, ocurre al mismo tiempo en boca, a diferencia del vino, generalmente se hace por concordancia, es decir, el resultado debe ser armonioso, sin predominio de la comida, ni el AOVE en el sabor final del plato y se debe de identificar la intensidad del virgen extra -leve, media e intensa- para saber cuándo aplicarlo. Como ejemplos de armonización sugirió que con tomates confitados utilizar la variedad arbequina; con pollo especiado, picual; y con verduras asadas, un *blend* de arbequina y arbosana.

Oleoturismo

La sesión de clausura fue la cuarta mesa redonda coordinada por Adriana Gámbaro, la cual abordó la temática de “Oleoturismo” y contó con la participación de André Goezler, director operacional y maestro de almazara de la finca Estâncias das Oliveiras (Brasil);



Russo
Tecno
Service

MADE IN ITALY

MICRO INSTALACIONES PARA EMBOTELLAR

CONTÁCTENOS
PARA SABER DÓNDE ENCONTRAR NUESTROS
PRODUCTOS EN ESPAÑA



RUSSO TECNO SERVICE

Via Albare , 99 - 35017 Piombino Dese (PD) ITALY

Tel Fax +39 049 5743011 - Mobile +39 377 1989136 - info@russotecnoservice.com - www.russotecnoservice.com



Galería de expositores



Olivo Noble.



Berlin Packaging.



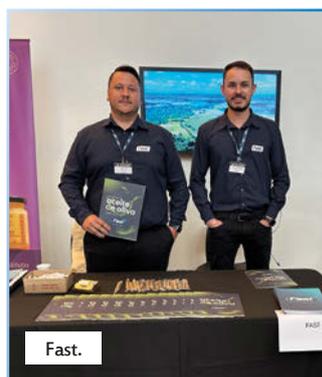
Jomi Representaciones.



Smart Analysis.



Arvipo y Filtrox.



Fast.



Sinfonía.

Alejandra Cabrera, del Ministerio de Turismo (Uruguay); María Isabel Hagg, de la Universidad Nacional del Sur (Argentina); y Jorge Astudillo Gálvez, asesor de Olivicultura & Elaiotecnía en Susttex Consultores (Chile). Los participantes en esta mesa redonda coincidieron en que además de los olivos, el oleoturismo está vinculado a otra serie de recursos como el suelo, el agua, el paisaje y a un estilo de vida, fruto de una determinada cultura y costumbres. A su juicio, los pilares para el oleoturismo deben ser: aceite de calidad con producción de AOVEs premiados, experiencias exclusivas y auténticas, almuerzos y cenas temáticas, picnics con música en vivo al atardecer en un entorno acogedor, rutas en bicicleta, cabalgatas y alojamientos en la propia finca, acompañando al enoturismo que ya está consolidado. En su opinión, las oportunidades que brinda el oleoturismo son fortalecer la imagen del AOVE; sensibilizar o formar al consumidor; aumentar la venta directa en origen; dar a conocer todos los productos que la finca realiza como cremas, jabones, condimentos...; llegar a nuevos clientes

sensibles al valor tangible e intangible; y el posicionamiento de destinos fuertemente articulados por la producción olivícola y en regiones sin desarrollo turístico. El oleoturismo ha surgido como una forma de promocionar el patrimonio oleícola, en un momento en que el turismo tiende a promover servicios cada vez más personalizados y con valor añadido en la experiencia, posee un enorme potencial para establecerse entre las nuevas tendencias turísticas y para aquellos turistas que buscan dar un paso más allá en sus viajes. Y es que los turistas actuales que se desplazan por un interés gastronómico realizando oleoturismo están cada vez más interesados en los recursos y patrimonios que les proporcionan las experiencias, las emociones y el aprendizaje. El oleoturismo va a lograr una mayor fidelización de los consumidores de aceite de oliva y de una marca específica. Para finalizar, el oleoturismo combina las actividades de recreación y formación relacionadas con el AOVE, por lo que los recorridos, el alojamiento, las compras, así como las jornadas deportivas como el senderismo, cabal-

gatas, rutas en bicicletas y montañismo, están orientadas a conocer este producto y difundir su utilidad, motivando el ecoturismo y el disfrute de la naturaleza.

Por otro lado, durante el congreso, se homenajeó a la Dra. Mónica Bauzá (Argentina) y al MSc. Ing. Agr. José Villamil (Uruguay) en reconocimiento por sus valiosas contribuciones a la olivicultura de la región y sus aportaciones al desarrollo de la investigación en el olivar y el AOVE, siendo pioneros en sus respectivos países. A ambos se les entregó una placa conmemorativa que agradecieron al sector.

Actividades paralelas

Además de las conferencias y mesas redondas, se habilitó un área donde se presentaron 38 trabajos científicos en formato de póster y otro espacio donde estuvieron ubicados los patrocinadores y *sponsors* del congreso, al tiempo que se realizó una exposición y degustación de AOVEs de la región.

El tercer Congreso Latinoamericano de Aceite de Oliva (CLAO 2026) tendrá lugar en la ciudad de Porto Alegre (Brasil). Allí les esperamos. 🍷

VIMAR EQUIPOS

SOLUCIONES INTEGRALES PARA CAMPO



Corte topping
Multiposición

Prepodadora
FRUIT MUR PRO

Doble corte / Doble cuchilla



Trituradora
MULCHFRUIT K2

Prepodadora en túnel
Olive SES Intensive



www.vimarequipos.com

@vimarequipos

Pol. Escodinas, 3 · 44621 Mazaleon (Teruel) · España
comercial@vimarequipos.com · (+34) 978 89 88 11



VIMAR
EQUIPOS



Uruguay, sede por primera vez de los Premios a la Calidad Mario Solinas en el Hemisferio Sur

El auditorio del Laboratorio Tecnológico de Uruguay (LATU) en Montevideo acogió el 7 de noviembre la ceremonia de los Premios a la Calidad Mario Solinas, donde se entregaron los premios a los AOVEs ganadores y finalistas de la primera edición del Hemisferio Sur. El CEO de Grupo Editorial Mercacei, Juan A. Peñamil, participó en este evento otorgando los reconocimientos a los finalistas.

En total, participaron en el concurso un total de 26 aceites de oliva vírgenes extra de cuatro países: Argentina, Australia, Brasil y Uruguay. Entre los aceites ganadores, los uruguayos *Colinas de Garzón* y *Pique Roto* obtuvieron el primer premio en las categorías verde intenso y maduro, respectivamente; mientras que el argentino *Isanbaz IVC* (Obra Don Bosco) ganó en la categoría verde medio, y el brasileño *Estância das Oliveiras* se llevó el reconocimiento en la categoría verde ligero.

La ceremonia fue inaugurada por el director ejecutivo del COI, Jaime Lillo; la jefa de la Unidad de Normalización e Investigación de este organismo, Mercedes Fernández; el presidente de ASOLUR, Gonzalo Aguirre; y el director del LATU, Ruperto Long. El COI destacó la importancia de promover la producción de aceites de oliva vírgenes extra de alta calidad y subrayó su compromiso con el fomento de un sector oleícola sostenible a nivel mundial. Por ello, este organismo lanzó los Premios de Calidad Mario Solinas en el Hemisferio Sur, con el objetivo de dar cabida a diferentes períodos de cosecha entre hemisferios.

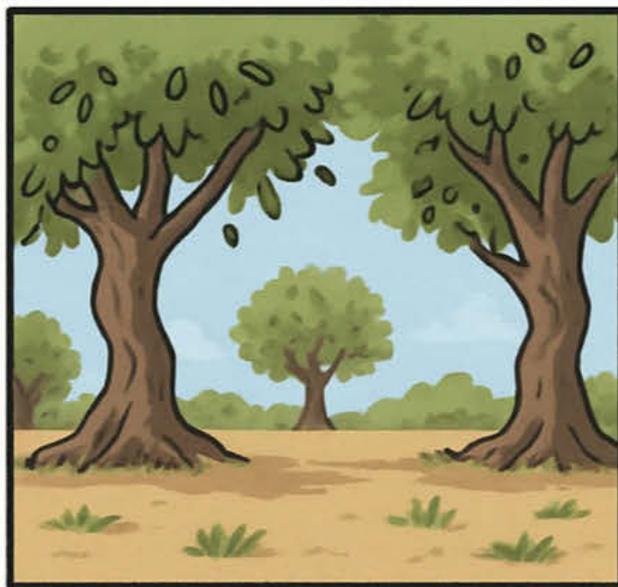


Los representantes del COI aplaudieron la dedicación de Uruguay al desarrollo de su sector oleícola y alentaron a otros países del Hemisferio Sur a adherirse al Convenio Internacional y unirse al organismo para promover la producción de aceite de oliva de alta calidad, proteger a los consumidores y evitar barreras comerciales. Mercedes Fernández también detalló el proceso técnico, las reglas y las categorías del

concurso; y presentó la composición del jurado internacional de esta primera edición del Hemisferio Sur.

La promotora de que Uruguay haya sido el escenario elegido para la primera ceremonia de los Premios a la Calidad Mario Solinas Hemisferio Sur fue ASOLUR a través de su presidente, Gonzalo Aguirre, que contó con la colaboración de la mesa olivícola de Uruguay.

¡LOS HÉROES DE LA COSECHA!





Juan A. Peñamil otorgó los reconocimientos a los finalistas.

En este sentido, Aguirre resaltó en declaraciones a *Mercacei* “el importante apoyo que tuvimos a través de la mesa olivícola, donde participan instituciones y organismos del Estado como los ministerios de Industria, Agricultura y Turismo; Uruguay XXI; así como el LATU, el instituto que se encarga del control de la calidad y que es fundamental para el manejo de las muestras; o la Facultad de Química, que fue donde se realizó el concurso y donde está el único panel sensorial COI de Uruguay”.

Para el presidente de ASOLUR, este premio ha sido un hito en la región y, especialmente, para Uruguay. “Se trata de un evento especial en el Hemisferio Sur y en nuestro país, lo que dimensiona y da notoriedad a la región y a Uruguay en particular, que apunta al aceite de calidad”, subrayó, al tiempo que consideró que la gran ventaja de este evento es que “permite jugar con los aceites nuevos”.

Al respecto, Aguirre valoró la importancia de haber conseguido cuatro AOVEs premiados y algunos finalistas a pesar de haber tenido una cosecha complicada, lo que responde “al gran esfuerzo realizado por los productores”.

También destacó la importante participación tanto de Uruguay, como de



Gonzalo Aguirre, presidente de ASOLUR.

Brasil y Argentina, y apuntó que “la idea es que este concurso permanezca en la región y se vuelva a llevar a cabo en Uruguay o Argentina, lo que enriquece al sector y potencia también el mundo del aceite de oliva con un *terroir* diferente y variedades adaptadas a diversos ambientes y AOVEs con notas sensoriales particulares”.

“El gran desafío es seguir potenciando y haciendo conocer este con-

curso entre los productores. Este año no hubo participación de Chile y Perú, pero la idea es que en la próxima edición lo hagan, y de igual manera apuntar también a Sudáfrica, Nueva Zelanda y Australia, país este último que tuvo un participante. La idea es que haya más participación de estos países y podamos tener un Mario Solinas Hemisferio Sur a la altura y con gran notoriedad y relevancia”, concluyó. 🟡



AGRO-oleum
INGENIERIA S.L.

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



AGRO-oleum
INGENIERIA S.L.



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

www.agrooleum.com



Entrevista a Gonzalo Aguirre, presidente de ASOLUR

“El sector del aceite de oliva en Uruguay ha pasado de ser una industria emergente a una actividad consolidada y reconocida por su calidad”



Las Asociación Olivícola Uruguaya (ASOLUR) fue fundada en el año 2004 para responder a la creciente importancia que empezó a tener el cultivo del olivo en este país del Cono Sur americano. Su creación respondió a la necesidad de compartir experiencias y conocimientos en un sector que, si bien ya existía desde hacía tiempo en Uruguay, resultaba novedoso en cuanto a los conceptos de plantación modernos. Hoy en día, el sector del olivar y del aceite de oliva de Uruguay ha alcanzado un importante desarrollo, convirtiéndose en una actividad consolidada reconocida por su calidad, tal y como destaca Gonzalo Aguirre, presidente de ASOLUR, en esta entrevista con *Mercacei Magazine*, donde aborda su evolución y retos.

¿Ha logrado ASOLUR cumplir los objetivos planteados cuando se constituyó?

ASOLUR tiene como objetivos aumentar la productividad, mejorar la calidad de los aceites, impulsar la competitividad del sector, desarrollar nuevos productos, promocionar el consumo de los aceites de oliva de calidad por la evidencia en los beneficios que brinda para la salud, difundir la producción nacional caracterizada por su alta calidad y la defensa del consumidor mediante la correcta comercialización del mismo.

A estos efectos, desde hace más de 10 años, se formó la Mesa Olivícola, en la que se trabaja en conjunto con el Ministerio de Ganadería Agricultura y Pesca (MGAP), el Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM), el Ministerio de Turismo (MINTUR), el Ministerio de Relaciones Exteriores (MRREE), Uruguay XXI, el Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria (INIA), la Facultad de Agronomía, la Facultad de Química y el Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU), entre otras instituciones oficiales, con las cuales se están

implementando acciones dirigidas a lograr estos objetivos.

¿Quién integra en la actualidad ASOLUR?

Es la única asociación gremial del sector. Sus más de 70 socios representan el 80% de la producción uruguaya y engloban a toda la cadena productiva olivícola: productores, almazaras, viveros, profesionales técnicos y proveedores, demostrando el alto grado de integración existente.

¿Cuál ha sido la evolución del sector del aceite de oliva en Uruguay desde que se creó la asociación?

El sector del aceite de oliva en Uruguay ha mostrado un crecimiento significativo desde el año 2000 hasta 2015 aproximadamente, cuando comenzaron a consolidarse proyectos de inversión y se intensificaron los esfuerzos por desarrollar este sector agrícola.

La producción pasó de ser incipiente a consolidarse, con un enfoque en aceites de oliva vírgenes extra de alta calidad, lo que posicionó a Uruguay en el segmento Premium del mercado.

Uruguay comenzó a ganar reconocimiento en el mercado internacional, participando en concursos y obteniendo premios por la calidad de su aceite; y la industria se benefició de programas de capacitación técnica, tecnologías modernas y la incorporación de prácticas agrícolas sostenibles.

Tras la iniciativa y acciones realizadas por ASOLUR, en el año 2009 Uruguay ingresó como país observador al Consejo Oleícola Internacional (COI), único organismo internacional dedicado al aceite de oliva y a las aceitunas de mesa, y desde agosto del 2013 es miembro efectivo.

A partir del año 2013, el sector olivícola de Uruguay representado por ASOLUR es seleccionado como una de las cadenas productivas para ser apoyadas por el Gobierno. Es ahí cuando se crea la mesa nacional de trabajo olivícola que permitió, no sólo afianzar las relaciones entre el sector público y privado, sino que además generó el “Plan estratégico para el sector olivícola”. Este trabajo fue realizado por el catedrático y experto internacional Manuel Parras



INGENIERÍA AL SERVICIO DEL SECTOR AGROALIMENTARIO DESDE 1.992

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



Edificios Industriales Bioclimáticos



Plantas e Instalaciones Fotovoltaicas



Aprovechamiento de Subproductos



Calderas de Vapor y de Biomasa



Almazaras 4.0.



Reformas Integrales de Procesos



Almazaras de diseño



Bodegas



Balsas de almacenamiento/evaporación



Secaderos de Biomasa



Plantas de Aderezo



Tiendas para Comercialización

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

IngerHidro S.L.

► Urb. Pino Grande nº 100
41.410 Carmona (Sevilla)

☎ 954 68 74 65

☎ 639 30 28 14

✉ ingerhidro@ingerhidro.com

🌐 www.ingerhidro.com





Gonzalo Aguirre en el acto del lanzamiento nacional de la cosecha de aceituna.

“Uruguay ha logrado posicionarse como uno de los productores de aceite de oliva de alta calidad”

Rosa, de la Universidad de Jaén, junto a referentes olivícolas nacionales, permitiendo contar con las acciones en aras de ser implementadas por el sector.

Desde entonces, y dando seguimiento a las líneas del Plan estratégico elaborado, ASOLUR ha realizado múltiples acciones tales como el fortalecimiento institucional; la participación en el COI; el seminario de elaiotecnía; los cursos de poda; el taller y capacitación en Buenas Prácticas Agrícolas; el taller de Manejo Integrado de Plagas (MIP); la elaboración de la primera versión del Manual de Buenas Prácticas Agrícolas y Cuaderno de Campo; la publicación del libro “Olivos y aceites de oliva del

Uruguay”, una herramienta fundamental para la difusión interna e internacional del AOVE uruguayo; la participación en misiones comerciales a diferentes ferias internacionales; impulsar el cumplimiento de una correcta comercialización en defensa del consumidor; y la promoción del sector olivícola y sus productos mediante acciones a nivel escolar, culinario, de la salud y agroturismo.

Uruguay exporta principalmente a Brasil, Estados Unidos y Europa. Además, el sector desarrolló estrategias de diferenciación basadas en la calidad, la trazabilidad y el énfasis en el aceite de oliva extra virgen.

El mercado interno también creció, con un aumento en el consumo per cápita y la mayor disponibilidad de productos locales.

A su vez, Uruguay está dando pasos hacia el desarrollo de un turismo de alto nivel, con un fuerte enfoque en el turismo gastronómico y rural. Estos sectores ofrecen una gran oportunidad para destacar la riqueza cultural y na-

tural del país, potenciando áreas como la olivicultura y el mundo del aceite de oliva, que tienen un gran potencial para convertirse en ejes fundamentales de esta estrategia. La clave para avanzar en esta dirección radica en la complementariedad entre sectores, integrando la olivicultura con el enoturismo, la gastronomía y la hotelería. Estas sinergias permiten crear experiencias turísticas únicas que combinan paisajes, sabores y tradiciones, atrayendo a visitantes interesados en la alta calidad y la autenticidad.

Además, el trabajo conjunto con la Administración pública local en el medio rural, así como la colaboración con cámaras empresariales y organizaciones privadas, es crucial para el desarrollo sostenible de estas iniciativas. Este enfoque colaborativo permite fortalecer las infraestructuras, diversificar la oferta turística y garantizar que los beneficios lleguen a las comunidades locales.

Uruguay tiene la oportunidad de posicionarse como un destino referente en



turismo rural y gastronómico, ofreciendo experiencias auténticas y de alto valor, mientras se impulsa el desarrollo de sectores clave como el aceite de oliva y los vinos de alta calidad.

También se espera que el sector continúe desarrollándose con un enfoque en la sostenibilidad y la calidad. El sector del aceite de oliva en Uruguay ha pasado de ser una industria emergente a una actividad consolidada reconocida por su calidad.

¿Qué destacaría de los aceites de oliva vírgenes extra uruguayos? ¿Cuáles son sus particularidades?

Las condiciones climáticas que se dan en Uruguay nos condicionan a realizar cosechas tempranas, generando AOVEs de alta calidad. Esto nos favorece en varios sentidos, ya que, debido a nuestros volúmenes de producción relativamente pequeños, si nos comparamos con grandes productores como España e Italia, nos hace enfocarnos en

“El gran reto es encontrar estabilidad en la producción y lidiar con el problema del cambio climático”

producir AOVEs de alta gama. La prioridad es la calidad, lo que nos permite posicionarnos en el mundo.

¿Qué requisitos de control y trazabilidad establece ASOLUR para sus asociados?

ASOLUR no tiene requisitos de control y trazabilidad para sus asociados pero sí estimula a que se utilice el “Manual de Buenas Prácticas Agrícolas” y el “Cuaderno de Campo”. Dicho manual tiene como objetivo aunar pautas de manejo y trabajo dentro del sector, alineándose claramente con la trazabilidad y la transparencia del proceso que aseguren un

producto inocuo y con altos estándares de calidad.

¿Cómo cree que han avanzado las almazaras y empresas uruguayas en materia de nuevas tecnologías y optimización de recursos?

Desde el inicio, las almazaras se instalan con tecnología de última generación, siempre apostando por un AOVE de alta calidad para poder ser reconocido tanto en la región como a nivel mundial.

¿A qué retos se enfrenta el sector oleícola uruguayo y qué le distingue de otros países productores del Cono Sur americano?

El gran reto es encontrar estabilidad en la producción y lidiar con el problema del cambio climático. Estamos trabajando hacia una olivicultura sostenible.

Cada región tiene sus particularidades, en cada zona las variedades se comportan de diferentes maneras, y es ahí donde nos diferenciamos.



FILTRO DE PLACAS



FILTRO DE TIERRA

Zona Industriale
05018 ORVIETO - Italy
+39 0763 316181 r.a.
info@spadoni.it
www.spadoni.it



Algunos de los miembros de ASOLUR.

¿Cómo valora la evolución del consumo del aceite de oliva virgen extra en Uruguay? ¿Cuál es la percepción del consumidor sobre este producto?

Estamos convencidos de que hay un crecimiento importante del consumo de los aceites de oliva vírgenes extra. Uruguay se ha situado en un promedio de alrededor de 1.600 toneladas en los últimos tres años, lo que supone algo más de medio litro per cápita debido a una valoración importante de los AOVEs nacionales.

Uruguay ha demostrado su idoneidad para la producción de aceite de oliva. Dadas sus características de país agroindustrial con una fuerte vocación por el respeto a la naturaleza, ha logrado posicionarse tanto a nivel local como a nivel internacional como uno de los productores de aceite de oliva de alta calidad.

¿Qué nuevos objetivos se plantea ASOLUR a corto y medio plazo?

ASOLUR plantea diversos objetivos a corto y medio plazo. En concreto, la alianza estratégica con Brasil, estableciendo acuerdos que beneficien a ambos países, especialmente en investigación y comercialización, aprovechando las fortalezas complementarias de sus sectores olivícolas; la participación en

“Uruguay tiene la oportunidad de posicionarse como un destino referente en turismo rural y gastronómico”

eventos clave tales como asistir en marzo a la inauguración de la cosecha, fortaleciendo la presencia institucional y sectorial; e impulsar iniciativas que integren el turismo con la experiencia de la producción olivícola, promoviendo el AOVE uruguayo como un producto de calidad internacional.

La asociación también apuesta por continuar trabajando en la reducción de la huella de carbono en toda la cadena productiva; en la innovación en el manejo de subproductos, desarrollando investigaciones sobre el manejo y uso del alperujo y otros efluentes, en colaboración con instituciones como INIA, la Facultad de Agronomía y ANII; difundir los beneficios del aceite de oliva virgen extra para la salud, educando al público y fortaleciendo su consumo en el mercado regional; y llevar a cabo proyectos con el Programa

en Alimentos y Salud Humana (PAYS), que surge en el Centro de Investigaciones Biomédicas de la Facultad de Medicina de la Universidad de la República. Nace con la misión clara de desarrollar e incorporar ciencia de carácter interdisciplinario para entender la relación entre los componentes de la alimentación y nuestra salud. El PAYS es un programa académico que combina más de 600 metros cuadrados de laboratorios, tecnología de vanguardia y una treintena de especialistas en diferentes disciplinas. Su objetivo es generar conocimiento científico en el área de los alimentos y su impacto en la salud humana; conocimientos que también atiendan a las necesidades del sector productivo de nuestro país, tanto para la demanda interna como para el exigente mercado exportador.

Las acciones del PAYS buscan la aplicación práctica de los conocimientos junto al sector productivo, colaborando para aprovechar los subproductos industriales, recuperar nutrientes y potenciar cualidades con impacto benéfico en la salud humana.

Estos objetivos reflejan un enfoque integral que combina sostenibilidad, innovación, promoción y alianzas estratégicas para fortalecer el sector olivícola uruguayo. 🍷

STIHL

OFERTAS

**BATERÍA
PROFESIONAL.
PARA LOS MÁS
EXIGENTES.**

COMPRA
TU MÁQUINA
PROFESIONAL CON
UNA BATERÍA AP

¡Y TE REGALAMOS LA 2ª BATERÍA!

INFÓRMATE EN **STIHL.ES**



APIII
SYSTEM



Pique Roto, almazara boutique y oleoturismo cultural

En un contexto donde la olivicultura ha sido introducida a menudo como elemento agregado -y en algunos casos casi decorativo- de otras actividades agrícolas, el ambicioso proyecto olivícola de Pique Roto, a cargo de la empresa Rincón Pandora, en la localidad de Casupá (Departamento de Florida), conjuga productividad, rentabilidad, sostenibilidad, trazabilidad, logística -referida a la conexión con infraestructuras de transporte-, innovación y diversificación.



Sus artífices, Domenico Bruzzone y Maria Vittoria Saccarello, una pareja de genoveses que llegó a Uruguay en 2012, encontraron en Casupá -gracias a Google Earth- todo lo que necesitaban para dedicarse a la producción de aceite de oliva virgen extra de alta calidad, cuya primera y sorprendente cosecha llegó en 2019, apenas cinco años después de la plantación. En Rincón Pandora se han introducido variedades típicas del norte de Italia, más acordes a las condiciones biogeográficas del país, que permiten elaborar productos de alta gama con una fuerte identidad y características distintivas.

La hacienda -40 hectáreas y 9.000 árboles- se ha diseñado con un sistema georreferenciado según un marco de plantación semiintensivo de 7x5 metros que se beneficia de la mejor exposición a la radiación solar y los vientos dominantes, así como del óptimo drenaje de los suelos, con una mecanización parcial de los trabajos de campo que asegura reducir los costes de producción. Las variedades cultivadas -y genéticamente certificadas- son taggiasca, frantoio, leccino, pendolino, coratina y ascolana tenera, de las que se obtienen tres AOVEs: el monovarietal *Taggiasca* -Primer Premio a la Calidad del Concurso Internacional Mario Solinas 2024 Hemisferio Sur en la categoría Frutado Maduro- y los coupages *Tosca* (frantoio, leccino y pendolino) y *Sur* (arbequina y coratina); así como



Maria Vittoria Saccarello y Domenico Bruzzone, propietarios de Rincón Pandora (Pique Roto).

aceitunas en salmuera y AOVE (*Le Olive*), paté de aceitunas (*Il Pate*) y crema gastronómica (*Tocco di Rosso*), elaboradas siguiendo recetas tradicionales italianas.

La gestión del olivar se basa en la tradición almazarera de Liguria, la región de origen de sus propietarios, con viajes cada año para visitar productores Premium, adquirir conocimientos e intercambiar experiencias; además de colaborar con varias universidades y centros de investigación en Italia y Europa, así como de países como Líbano, Túnez y Pakistán, que ha permitido implantar técnicas y métodos innovadores.

La utilización de filas de coratina y pendolino intercaladas en los lotes de otras variedades es una de las innovaciones adoptadas para maximizar la polinización cruzada en el olivar; mientras que la ascolana te-

nera cumple la función de *variedad centinela* ante posibles enfermedades. También existe un pequeño lote de arbequina, variedad muy apreciada por el consumidor sudamericano, plantada con objeto de equilibrar el concepto de la plantación. Todas ellas se molturan en las siguientes 12 horas tras su recogida en la almazara propia con que cuenta la empresa desde 2023 (*MORI-TEM Forma 500*, capaz de procesar 500 kilos/hora), ubicada en la propia hacienda.

La búsqueda de la más alta calidad pasa por prestar la máxima atención al proceso productivo en todas sus fases, comenzando por el campo y acabando en la almazara y el laboratorio. En este sentido, el proyecto de Pique Roto disfruta de un partenariado con el Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM) de Uruguay para cofinanciar tecnología destinada a mejorar la calidad del AOVE y aplicar criterios de economía circular en el sistema productivo.

La variedad taggiasca destaca por su vigorosidad.



UN MUNDO DE POSIBILIDADES



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

LATAS RECTANGULARES

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

OLEOPACK

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

LATAS CILÍNDRICAS

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



GRUPO AUXIMARA

Diseño y fabricación de envases metálicos litografiados



AUXIMARA

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



METALGRÁFICA DEL SUR

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



METAL
se recicla
para siempre

www.grupoauximara.com



El catálogo de productos de Pique Roto incluye, entre otros, el monovarietal *Taggiasca*, el coupage *Tosca* o la crema gastronómica *Tocco di Rosso*.



La cosecha de 2023 se recolectó bajo difíciles condiciones climáticas.



climático. “Rincón Pandora constituye una fuente increíble de secuestro de carbono y de corredor biológico para la preservación de la avifauna y de la biodiversidad. Nos dirigimos a un público interesado en conocer los beneficios de una alimentación basada en la Dieta Mediterránea y una nueva forma de agricultura que conecta con sus profundas raíces europeas”, sostiene Domenico Bruzzone.

¿Y qué posibilidades hay de que Uruguay pueda posicionar su aceite de oliva virgen extra a nivel mundial? Bruzzone lo tiene claro: “Uruguay es un país indicativo de un *melting pot cultural*, que abarca elementos europeos, mediterráneos y continentales, además de otros de la cultura de las Américas. En este sentido, el país podría definir su proceso de recuperación de una gran tradición rural, técnica y culinaria propia de todas las raíces de sus gentes. La orientación a la calidad en Uruguay y su vocación exportadora podrían transformar un

problema en una gran oportunidad, al encontrarse el país próximo a los grandes mercados externos”.

“Para acometer este reto con garantías -concluye- sería necesario fortalecer más las asociaciones profesionales, definir prioridades técnicas importantes, instaurar políticas de educación al consumidor, mejorar la coordinación entre las instituciones, implicar más a los pequeños productores y regular la importación de aceites del exterior que no siempre pertenecen a la gama más alta de calidad”.

Rincón Pandora

piqueroto@rinconpandora.com

www.rinconpandora.com

No sólo marketing

Más allá del marketing, el concepto de almazara boutique del que bebe Pique Roto permite establecer una relación directa y de calidad con el consumidor, que es informado acerca de los beneficios saludables del AOVE, así como de sus orígenes y proceso de elaboración. La idea conecta además con la belleza inherente de la plantación, poniendo de manifiesto la relación entre el olivar (*climate-smart crop*), la protección del medio ambiente y del paisaje rural y la conservación de la biodiversidad, sin olvidar su efecto beneficioso en la reducción del cambio climático gracias a la total trazabilidad de los productos -todos ellos de kilómetro cero- y la economía circular del sistema productivo.

Su oferta de *oleoturismo cultural* para un consumidor informado está enfocada en la dimensión cultural y didáctica de la olivicultura en aras de que el visitante se familiarice con la expansión geográfica de este cultivo, la cultura asociada que ha generado a lo largo de su historia, sus cualidades nutricionales y su efecto beneficioso en el mantenimiento de la biodiversidad y la mitigación del cambio



El oleoturismo cultural de Pique Roto está enfocado en la dimensión cultural y didáctica de la olivicultura.



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



Olivares de Santa Laura, pasión por la excelencia y respeto por la naturaleza

Ubicada en el corazón de la cultura gaucha, en el Departamento de Cerro Largo, en la frontera con Brasil, Olivares de Santa Laura se ha convertido en toda una referencia de la cultura del olivo y del virgen extra de calidad en esta región uruguaya.

Olivares de Santa Laura surgió gracias a un proyecto de diversificación de una empresa familiar agropecuaria con más de medio siglo de historia. En 2012 se plantaron los primeros árboles y cinco años después, en 2017, se inauguraba la almazara y nacía la marca del mismo nombre. Su director, Gonzalo Aguirre - actual presidente de ASO-LUR-, señala que “desde el principio fuimos conscientes de que, para que el proyecto fuera exitoso, debíamos controlar todas las etapas del proceso, desde el cultivo hasta la venta y distribución del AOVE, apostando por una estrategia de diferenciación mediante un AOVE de alta gama procedente de un *terroir* único”.

“A nivel local y regional -añade- el consumidor aprecia y valora cada vez más la calidad de nuestros aceites, podemos marcar la diferencia con nuestros AOVes de cosecha temprana recién elaborados para llegar a mercados más exigentes con un producto de calidad más fresco”.

En su plantación de 100 ha., con un marco de 7x5 metros, conviven diferentes variedades que son recolec-



tadas a comienzos del enero, si bien arbequina, picual, coratina, arbosana y manzanilla ocupan más del 90% del olivar. En 2022 la empresa amplió su almazara para aumentar su capacidad de producción, pasando de 500 a 1.500 kilos/hora.

La empresa elabora dos *blends* de cosecha temprana, el bivarietal *Reserva Familiar* -arbequina y coratina- y el trivarietal *Selección Limitada* -arbequina, coratina y hojiblanca-, de mayor complejidad. Ambos se presentan en botella de vidrio de 250 y 500 ml., así como en *bag in box* de 3 l. (*Reserva Familiar*); además de envasar en *bag in box* de 5 l. otro *coupage* de arbequina y coratina más delicado y menos intenso. Asimismo, cada año selecciona los tres principales monovarietales que comercializa en un estuche de tres botellas de 250 ml. denominado *Colección Varietal*.

Experiencias Santa Laura

Las actividades de oleoturismo organizadas por Olivares de Santa Laura persiguen compartir la cultura del olivo y del virgen extra con el entorno, la comunidad y el consumidor. Las jornadas denominadas *Experiencias Santa*



Gama de AOVes Olivares de Santa Laura.

Laura incluyen la visita a la almazara y una cata de sus AOVes, al tiempo que la empresa está trabajando para potenciar las visitas en coordinación con agencias y agentes turísticos de la región sur de Brasil, el país vecino.

Para ello, recientemente se ha construido un salón que se adapta tanto a eventos sociales como corporativos “donde buscamos desarrollar nuestra presencia de marca y potenciar la belleza natural del lugar. Queremos seguir apostando fuerte por el oleoturismo mediante acuerdos con otros operadores locales y regionales, y estamos abiertos a complementar nuestra oferta con hoteles y empresas de la zona para generar experiencias atractivas”, apunta Gonzalo Aguirre. 🟡

Olivares de Santa Laura
aove@santalaura.uy
www.santalaura.uy





**Indea
Technologies**

Automatización Avanzada de Procesos



DIGITALIZACIÓN COMPLETA ALMAZARA 4.0

Tome Control de su Proceso
con la solución tecnológica
más AVANZADA

Nuestros Servicios:

- ✓ Soluciones de Automatización "Llave en Mano"
- ✓ La más avanzada Tecnología e I.A.
- ✓ Soporte y Entrenamiento
- ✓ Integración CRM



CONTROL DE PRODUCCIÓN

LISTADO DE PRODUCCIÓN:
AGRUPAMIENTO DE DATOS:
PERIODO REFLAJADO:
DECANTER:

Producción correspondiente

HORA	MASA (Kg)	ACEITE (Kg)	R.IND (%)	ORUJO (Kg)	HUESO (Kg)
0:00	4.485	858	19,1 %	3.673	330
2:00	4.461	868	19,5 %	3.638	327
3:00	4.467	854	19,1 %	3.667	329
4:00	4.465	844	18,9 %	3.671	330
5:00	4.438	863	19,4 %	3.621	325
6:00	4.463	856	19,2 %	3.652	328
7:00	4.448	879	19,8 %	3.623	326
8:00	4.459	963	21,6 %	3.572	321
9:00	4.468	875	19,6 %	3.640	327
10:00	4.490	958	21,3 %	3.627	326
11:00	4.511				
12:00	4.480				
1:00	4.458				
2:00	4.418				
3:00	4.342				
4:00	4.338				
5:00	4.284				
6:00	4.317				
7:00	4.224				
8:00	4.046				
9:00	4.208				
10:00	1.890				
11:00	4.249				
12:00	4.346				

254.403 16,5 % 1.332.366 140.745



Llámenos:
+34-913980071



oleicola@indeatech.com
www.indeatech.com



Olivos de las Ánimas, cosecha temprana y olivar sostenible



Los Tocayos S.R.L. es una empresa agroindustrial ubicada en la región suroeste de Uruguay, en el Departamento de Maldonado, cerca de Pan de Azúcar y al pie del Cerro de las Ánimas -el segundo más alto del país-, a 100 km. de Montevideo y a 35 de Punta del Este, el principal balneario de Sudamérica. Su finca de 110 hectáreas alberga 24 ha. de olivar de regadío, con alrededor de 10.000 árboles de las variedades picual, arbequina y coratina -las que mejor se han adaptado a los suelos franco-arcillosos del predio- plantados en 2012 en marco de plantación intensivo de 6x4 metros.

La empresa comercializa su aceite de oliva virgen extra bajo la marca *Olivos de las Ánimas* y dispone de almazara propia con dos líneas de extracción, una muy pequeña de 100 kg./hora destinada a la producción ecológica y otra de 500 kg./hora para el resto. La gama de AOVEs comprende sendos trivarietales de arbequina, coratina y picual, *Blend Intenso* y *Orgánico* -el único virgen extra ecológico certificado de Uruguay-; un bivariedad de coratina y arbequina, *Blend Suave*; y un monovarietal de picual. Todos ellos se envasan bajo demanda y se presentan en botella de vidrio de 250, 500 ml. y 1 l., y garrafa PET de 3 y 5 l.

“Por sus condiciones climáticas -afirma Marcelo Ortega, socio fundador y director de Olivos de las Ánimas-, Uruguay está obligado a hacer un fuerte énfasis en la calidad; nunca seremos productores de volúmenes muy importantes, nosotros procesamos 600.000 kilos en los años de

buena cosecha, pero sí de aceites de muy buena calidad, como lo demuestra la gran cantidad de premios obtenidos por los aceites uruguayos en las más importantes competiciones a nivel mundial, caso de la última edición del concurso Mario Solinas del COI, que por primera vez se realizó en el exterior y en Uruguay, donde nuestros aceites recibieron una mención especial”.

Apuesta por la calidad y el oleoturismo

Olivos de las Ánimas apuesta por la calidad, la trazabilidad y la recolección temprana de los frutos -que son rápidamente trasladados a la almazara y molidos en las siguientes horas-, aplicando siempre criterios de sostenibilidad y economía circular respetuosos con el medio ambiente: aprovechamiento de los residuos de poda como abono orgánico, mantenimiento de la cubierta vegetal, reduciendo así la erosión y facilitando la permeabilidad de la tierra, además de evitar el uso irracional de herbicidas... Asimismo, en la actualidad la empresa participa en varios proyectos de



Gama de AOVEs *Olivos de las Ánimas*.

I+D+i en colaboración con la Universidad de la República y los principales centros de investigación agropecuaria del país, como los referidos a la utilización del alperujo y los efluentes como abono, sustituyendo de esa forma la utilización de fertilizantes químicos; el estudio del comportamiento de los olivos con cobertura vegetal mediante la implantación de praderas de gramíneas y leguminosas, y el efecto en el control del exceso de humedad de los suelos; o la utilización de talcos y enzimas en el proceso productivo.

Su privilegiada situación geográfica facilita el desarrollo de actividades de oleoturismo, iniciadas hace tres años y dirigidas sobre todo a los turistas extranjeros que llegan a la finca en visitas privadas o de grupo (turismo de cruceros, principalmente desde primavera y hasta comienzos del otoño) interesados en conocer de primera mano cómo se elabora el aceite de oliva. Las actividades incluyen una visita guiada al campo y a la almazara, así como una cata de sus AOVEs donde los participantes aprenden acerca de los atributos y bondades del virgen extra, las diferentes calidades o sugerencias de maridaje. 🍷

Olivos de las Ánimas
(Los Tocayos S.R.L.)

contacto@olivodelasanimas.com.uy
www.olivodelasanimas.com.uy



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



Ultramarinos Octavio, el valor de la excelencia



Del productor al mostrador. Es la filosofía de Ultramarinos Octavio, un establecimiento de singular encanto con sabor tradicional y familiar ubicado en el corazón del barrio madrileño de Chamberí que se esfuerza a diario por ofrecer a sus clientes la mejor selección de productos gourmet artesanos en una apuesta por la máxima calidad.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

En el número 54 de la calle Cea Bermúdez, en pleno barrio madrileño de Chamberí, existe un establecimiento lleno de encanto que te atrapa irremediabilmente en cuanto traspasas la puerta de entrada. La Charcutería de Octavio, que lleva atendiendo a sus clientes desde 1970 en la planta baja del céntrico y emblemático Mercado de San Antón en Chueca -y cuenta con otro es-

tablecimiento en el Mercado de Barceló, en Tribunal- ha evolucionado hacia un nuevo concepto, el que representa Ultramarinos Octavio, una renovada tienda delicatessen con zona de restauración y terraza repleta de deliciosas viandas que es un auténtico paraíso para paladares gourmet: jamones ibéricos de Huelva, Salamanca y Extremadura con Denominación de Origen, más de 300 referencias de quesos proceden-

tes de siete países -incluido el queso de cabra ecológico con jamón, elaborado en exclusiva para La Charcutería de Octavio-, salazones y ahumados, conservas y encurtidos, panes, legumbres, chacinas leonesas, embutidos y fiambres, mortadela trufada, foie de pato, salmón salvaje de Noruega, pastas, salsas y mermeladas, repostería... además de una exquisita selección de vinos y AOVes.



Lo que diferencia a Ultramarinos Octavio es su amplia oferta de productos artesanos de calidad que no se hallan en las grandes superficies. La idea principal es trabajar con pequeños productores

“En Ultramarinos Octavio nuestra meta es recuperar el comercio de barrio y lograr la plena satisfacción del cliente -afirma su gerente, Álvaro Gómez (Madrid, 1990), arquitecto de formación-. Para

ello trabajamos a diario con ganaderos y pequeños productores artesanos, nuestro día a día es un continuo aprendizaje para ofrecer a nuestros clientes el mejor producto y la mejor calidad, del productor

al mostrador. Y continuamente estamos viajando y buscando pequeños productores para traer nuevas referencias, todos los meses tenemos productos nuevos”.

Pero comencemos por el principio. Álvaro recuerda los orígenes de este colmado, allá por 1970. “La historia comienza cuando Octavio Rodríguez, mi suegro, empezó a trabajar como char-

JAENCOOP
grupo

THE LARGEST

PRODUCER OF OLIVE OIL FROM THE ORIGIN IN JAEN

DIVERSITY *of* VARIETIES



ES-ECO-001-AN
Agricultura UE



www.jaencoop.com





“Para vender un producto tienes que conocerlo, saber de dónde procede. En el caso del aceite, hemos llevado a nuestros empleados a visitar almazaras para que puedan vender todo lo que han visto”, sostiene Álvaro Gómez, su gerente

cutero con su tío Valentín, que tenía una carnicería en el Mercado de San Antón, introduciendo productos delicatessen. La asociación de comerciantes decide renovar por completo el mercado y, tras cuatro años de obras, en 2011 se inaugura el nuevo y cosmopolita Mercado de San Antón, donde Octavio tiene su propio puesto de charcutería. En 2015 empiezo a trabajar con él y, tras darnos cuenta de que compartíamos el mismo recuerdo de la infancia, el de aquellas tiendas de barrio a las que yo iba con mi abuelo y donde nos daban de comer en la trastienda, optamos por abrir una tienda de ultramarinos que nos permitiera vender todo tipo de productos de máxima calidad. Así, en 2017 adquirimos un

local totalmente diáfano en la calle Cea Bermúdez y un año más tarde, en octubre de 2018, nace Ultramarinos Octavio. Nos dimos cuenta de que el local tenía al fondo una doble altura y un lucernario con luz natural, por lo que se nos ocurrió la idea de montar un espacio donde los clientes pudiesen también degustar nuestros productos”.

Y es que, en opinión de Álvaro, la tienda tradicional de toda la vida tiene los días contados, “a no ser que te especialices mucho y hagas cosas diferentes que te permitan luchar contra las grandes plataformas. Por eso pensamos en ofrecer también una experiencia gastronómica. La idea es que sea una especie de tren con diferentes vagones: uno que es la charcutería, otro con los ahumados, otro la quesería, la vinoteca... y el último, que es la trastienda donde puedes sentarte a probar todos los productos”.

Respirar barrio

La elección del emplazamiento no fue fácil. “Cada dos días nos sentábamos en bancos de diferentes barrios de Madrid para comprobar el tránsito de gente. Cuando llegamos a la calle Cea Bermúdez nos sorprendió no sólo la afluencia tan brutal que tenía, sino que se trataba de una zona residencial donde se respira barrio por los cuatro costados”.

Una vez elegida la zona y el local, había que formar un equipo. “Al principio solíamos coger a gente que tuviese experiencia y viniese formada -apunta Álvaro-. Pero una vez que comprobamos que no había donde elegir ni relevo generacional, optamos por contratar a gente con ganas de trabajar y de aprender, a la que le guste la gastronomía y el trato con el público. Yo siempre digo que para vender un producto tienes que conocerlo, saber de dónde procede. Es algo muy importante, no sólo para el propio trabajador, sino para el cliente final. En el caso del aceite, por ejemplo, hemos llevado a nuestros empleados a visitar almazaras para que puedan vender todo lo que han visto”.

El equipo humano de Ultramarinos Octavio destaca por su afabilidad, cercanía e insultante juventud. “Intento que exista buen ambiente y la gente esté a gusto trabajando. El hecho de que casi todos tengamos la misma edad influye



Álvaro Gómez, gerente de Ultramarinos Octavio.

para que el cliente que dedica un rato de su tiempo a visitarnos se encuentre a gusto y viva una experiencia diferente”.

En cuanto al diseño y decoración del establecimiento, tanto Octavio como Álvaro tuvieron clara la idea desde el principio. En su ejecución contaron con los servicios del estudio de arquitectura, decoración y diseño de mobiliario Sierra de la Higuera (S+DLH), “unas chicas espectaculares que nos ayudaron mucho en la elección final de materiales, que transmiten sobre todo naturalidad: madera, suelo hecho de barro, ladrillo cocido en todos los estantes...”. Los colores varían en los distintos vagones del *tren*: madera y azulejos rojos para la charcutería, azules para los ahumados, blanco para la quesería... ¿Y el aceite? “Quisimos poner una pequeña barrica de aceite a granel para que la gente pudiese venir con su botella y rellenarla, pero no nos dejaron hacerlo, por lo que tuvimos que conformarnos con poner una estantería con el letrero de aceites y vinagres”.

positivamente a la hora de trabajar. No me considero un jefe muy estricto, sino todo lo contrario”.

Álvaro Gómez tiene claro que conseguir un cliente es muy difícil, pero perderlo es sumamente fácil. “Cuando llamas a un cliente por su nombre es

porque le consideras parte de la familia de Ultramarinos Octavio. Siempre le digo a mi equipo que debemos tratar a todos los clientes que acuden a nuestra tienda como a nosotros nos gustaría que nos trataran. Intentamos fomentar esa cercanía, ese ambiente familiar,



LABORATORIO CENTRO ASESORAMIENTO TÉCNICO AGRARIO

ANÁLISIS ACEITUNA

Único laboratorio acreditado por ENAC para la técnica NIR en pasta aceituna, aceituna entera y por Soxhlet

ANÁLISIS ACEITE DE OLIVA

Acreditación ENAC

ANÁLISIS AGRONÓMICOS

Suelos
Hojas
Aguas

ASESORÍA PAC

Tramitación y gestión integral de ayudas

MENGÍBAR (JAÉN)
953 30 32 63
olivarum@fundacioncrj.es



Calidad y variedad, las claves del éxito

El perfil de clientes que acuden a Ultramarinos Octavio es muy heterogéneo. Desde quienes acuden a adquirir un producto concreto que no encuentran en otros establecimientos hasta los que realizan allí la compra diaria, pasando por aquellos que llegan ávidos de novedades. “Pero si tuviera que definir el perfil de nuestra clientela, diría que es público que viene buscando calidad”, asegura Álvaro. “Eso es lo que nos diferencia, contar con productos artesanos de calidad que no se hallan en las grandes superficies. Nuestra idea principal es trabajar con pequeños productores”. Aunque la clientela se nutre del barrio, alrededor del 30-40% procede de fuera. En este sentido, el boca a boca funciona a la perfección. “En Ultramarinos Octavio no nos hemos gastado ni un euro en publicidad. El éxito ha residido en el boca a boca, en hacer las cosas bien y en diferenciarnos de los demás”.

En lo relativo al aceite de oliva -“el mejor producto que tenemos en España”, sostiene Álvaro Gómez-, el gerente de Ultramarinos Octavio indica que “un 20% del público sí conoce el producto y busca aceites concretos, pero el 80% restante pregunta por aceite de oliva virgen, sin especificar ninguna variedad. Cuando informas a la gente sobre el mundo del aceite le encanta, pero la



El equipo humano de Ultramarinos Octavio destaca por su afabilidad, cercanía y juventud.



gran mayoría desconoce casi todo sobre el producto y se deja asesorar, no hay cultura del virgen extra”.

En el capítulo de AOVEs, Ultramarinos Octavio cuenta con alrededor de 30 ó 40 referencias. “Intentamos tener un virgen extra de cada variedad -señala Álvaro-, AOVEs con diferentes DOPs, ecológicos, aromatizados con albahaca, guindilla, trufa e incluso oro comestible...”. Variedades tradicionales y extendidas como picual, hojiblanca o arbequina son las más conocidas y demandadas, pero otras minoritarias como la royal o la arró-

niz también tienen su espacio en la tienda. *Oro de Cánava* -en formato de 250 y 500 ml., 1 y 5 l.- y *Rincón de la Subbética* -en botella de 250 y 500 ml.- son los grandes *bestsellers*, compartiendo protagonismo en las estanterías con otras marcas de productores y cooperativas como *Castillo de Monteagudo*, *Campos de Biatia*, *De las Hoyas*, *Vieiru*, *Palacio de los Olivos*, *Oro Bailén*, *Castillo de Canena*, *Nobleza del Sur*, *Artajo*, *Supremo*, *Verde Ibero*, *Verde Esmeralda*, *Valdenvero*, *Mas Montseny*, *Al Alma del Olivo*, *Alevoo*, *Elixir* o *Llàgrimes del Canigó*.

FILTROX Southern Europe The best filtration



En el capítulo de AOVEs, Ultramarinos Octavio dispone de alrededor de 30 ó 40 referencias, además de contar con su propia marca, un virgen extra elaborado y envasado por Almazaras de la Subbética

Ultramarinos Octavio cuenta también con su propia marca, un virgen extra elaborado y envasado por Almazaras de la Subbética -en total, 1.000 botellas al año de 250 ml.- que, además de comercializar, sirve en los desayunos, almuerzos y meriendas del restaurante escondido al fondo de la tienda, en un acogedor e íntimo patio interior de inspiración mediterránea, uno de los secretos mejor guardados de los vecinos del barrio. Aceitunas y *tapenades* completan la oferta de productos relacionados con el olivo, sin olvidar la *Guía EVOOLEUM*, de la que se nutre casi en su totalidad la oleoteca de Ultramarinos Octavio, seleccionando AOVEs que forman parte del TOP100 en cada edición del concurso más influyente del mundo del virgen extra.

Jamones, quesos... y AOVE

A pesar de las fluctuaciones al alza de los precios que se han vivido en los últimos tiempos, la demanda de AOVE no se ha visto afectada. "El público ha permanecido fiel al producto y ha seguido consumiendo aceite de oliva, nuestro oro líquido", confirma Álvaro. El virgen extra también es protagonista en las cestas gourmet totalmente personalizadas de Ultramarinos Octavio, que combinan productos de primera calidad seleccionados con mimo para crear una experiencia única. "Las cestas y estuches que hacemos, y son miles a lo largo del año, son siempre a gusto del cliente, todas ellas diferen-

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





Además de 30 ó 40 referencias de AOVEs, Ultramarinos Octavio dispone también de su propia marca de virgen extra, elaborada y envasada por Almazaras de la Subbética.



Ultramarinos Octavio cuenta con más de 300 referencias de quesos procedentes de siete países y una cuidada selección de vinos.



Ultramarinos Octavio, todo un paraíso para los *cheese lovers*.

tes entre sí. Y hacemos muchas cestas sólo con AOVE, con diferentes formatos y variedades”.

¿Los productos más vendidos? Los jamones y los quesos. “Tenemos un queso *brie* que traemos de la ciudad francesa de Meaux y elaboramos nosotros, que abrimos por la mitad y rellenamos de una crema de trufa, y por encima lleva caviar de chocolate y pétalos de rosa, que es uno de los productos más vendidos -afirma Álvaro-. Tenemos muchas elaboraciones propias -al margen del queso trufado también está el *brie du mendiant* (el *brie* del mendigo), el gorgonzola con champagne o la aceituna gordal aliñada con AOVE- que nos permiten diferenciarnos, ofrecer productos que no se encuentran en ningún otro lugar”.

Al margen de gestionar y servir pedidos de toda España -sobre todo Comunidad Valenciana y Andalucía- y del extranjero -Reino Unido e Italia, básica-



mente de jamón y AOVE-, a comienzos de 2025 se inauguró la tienda *on line*, que cuenta con parte de las referencias de la tienda física. Las redes sociales -Instagram y Facebook- se emplean sobre todo para anunciar novedades y

eventos de catering tales como mesas de quesos y cortadores de jamón, una línea de negocio de creciente importancia que se pretende potenciar. Entre las actividades que Ultramarinos Octavio lleva a cabo en sus instalaciones se encuentran las catas de vino, cerveza, café, queso o chocolate, a las que próximamente se incorporará el aceite de oliva virgen extra; además de presentaciones de marcas y pequeños productores. Otro de los proyectos que contempla la empresa a medio plazo es la creación de un club de fidelización mediante el que los socios que se suscriban recibirán un pack sorpresa de productos especialmente seleccionados cuya composición varía cada mes. 💧

www.ultramarinosoctavio.com



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



AOVELand, una experiencia inmersiva en la cuna del aceite de oliva



Una experiencia sensorial única, de Baeza al mundo, que aúna cultura, historia, arte y gastronomía. Y una puerta abierta al maravilloso mundo del virgen extra que reivindica el milenario sabor de la tierra. Así podría definirse AOVELand, el mundo del olivar *by* Oleícola Jaén.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

a OVELand, la última y exitosa iniciativa de Grupo Oleícola Jaén, está ubicada en la histórica ciudad de Baeza, cuyo conjunto monumental fue declarado por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad en 2003. Esta encantadora joya renacentista, con sus estrechas calles empedradas, impresionantes edificios históricos y paisajes olivareros que se extienden hasta donde alcanza la vista, se antoja el escenario ideal para sumergirse en la cultura del virgen extra. Porque AOVELand es mucho más que una simple almazara: es un viaje inmersivo al mundo del aceite de oliva

virgen extra y un homenaje al arte de producir oro líquido. Es una experiencia educativa y sensorial que conecta a los visitantes con la esencia de Andalucía y su cultura.

Oleícola Jaén, una empresa con una larga tradición en la elaboración de AOVE de alta calidad, ha transformado su almazara en un destino turístico de primer nivel, atrayendo a amantes del aceite de oliva y visitantes de todo el mundo. La historia de la compañía -hoy convertida en un potente grupo empresarial que, a través de sus distintas filiales, cubre el ciclo completo del olivar- se remonta a varias generaciones, reflejando el profundo arraigo de la familia

Morillo en la producción de aceite de oliva, con una sabia combinación entre tradición e innovación.

AOVELand ofrece una experiencia única que educa, deleita y asombra. El tour por la almazara conduce al visitante a través de la historia y las distintas etapas del proceso de producción, desde la recolección de la aceituna hasta la extracción de su preciado zumo. Las instalaciones de última generación de Oleícola Jaén permiten disfrutar de una fusión única entre el arte contemporáneo y la cultura oleícola. El visitante puede contemplar piezas que integran elementos naturales y agrícolas, representando la conexión profunda entre la


ALMAZARA VISITABLE

by oleícola **jaén** *Oleoturismo
inmersivo*



RESERVA ONLINE

AOVELand by Oleícola Jaén | Camino Viejo de Jaén s/n. BAEZA
Teléfono +34 669 680 123 | www.aoveland.com



[Oleícola Jaén, una empresa con una larga tradición en la elaboración de AOVE de alta calidad, ha transformado su almazara en un destino turístico de primer nivel]

tierra, la naturaleza y el arte. La instalación al aire libre incluye esculturas y pinturas que resaltan la belleza del entorno olivarero y la importancia del aceite de oliva en la cultura andaluza. El recorrido está acompañado por una sinfonía de aromas mediterráneos que aportan plantas como el tomillo, el romero y la lavanda, cuyas fragancias se mezclan de forma armoniosa con el virgen extra.

Durante la visita es posible maravillarse con dos olivos singulares que son auténticos monumentos naturales. Por una parte, *El Abuelo*, un majestuoso ejemplar milenario que preside la entrada, simbolizando la fortaleza y longevidad del cultivo en la región. Junto a él, *Mauchi*, uno de los olivos más altos del mundo (17 metros), nos da la bienvenida antes de descubrir “El Templo”,



Luis Carlos Morillo (a la izqda. de la imagen, acompañado de sus hijos Remigio, Carmen y Joaquín), presidente de Grupo Oleícola Jaén.

una espectacular bodega diseñada por Alfonso Mollinedo donde disfrutar de las obras de arte contemporáneo de artistas como José Ríos e Isabel Cabello. Un espacio vanguardista que alberga los mejores AOVEs de Oleícola Jaén y es un verdadero santuario para los amantes del virgen extra.

Un festín para los sentidos y una experiencia inmersiva de última generación

Uno de los puntos culminantes de la visita a AOVEland es la cata guiada de tres AOVEs tempranos de Oleícola Jaén -reconocidos con diversos premios

internacionales- en “El Templo”, donde los visitantes tienen la oportunidad de aprender a identificar las sutiles diferencias entre exquisitos zumos de diversas variedades de aceituna, apreciando sus matices de sabor, aroma y textura. Toda una fiesta para los sentidos. Los participantes también pueden degustar una selección de productos locales de la provincia de Jaén, todos ellos con el aceite de oliva como protagonista, mostrando la rica gastronomía de la región.

Sin duda, otro de los grandes atractivos de AOVEland es “La Cripta”, una experiencia sensorial que emplea tecnología de última generación. Se trata de una



SISTEMAS DE PESAJE

METROLOGÍA LEGAL



DESARROLLO SOFTWARE

INSTALACIONES ELÉCTRICAS DE BAJA TENSIÓN



AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS



ASESORAMIENTO TÉCNICO, ESTUDIO DE INGENIERÍA



TRAZABILIDAD

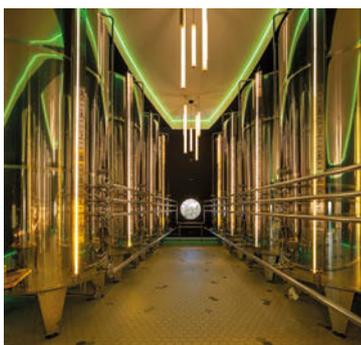


- Polígono Industrial "Los Olivares"
C/ Huesa, 4, 23009 Jaén
- info@imatec31.es
- www.imatec31.es
- 953 284 697



El Abuelo (izqda.) y Mauchi (dcha.), dos olivos singulares que son auténticos monumentos naturales.

[Uno de los grandes atractivos de AOVEland es “La Cripta”, una experiencia sensorial inigualable en una sala inmersiva 360° que emplea tecnología de última generación]



Diseñada por Alfonso Mollinedo, “El Templo” es una espectacular bodega que alberga los mejores AOVes de Oleícola Jaén.



Uno de los grandes atractivos de AOVEland es “La Cripta”, una experiencia sensorial que emplea tecnología de última generación.



La premiada oleoteca de AOVEland ofrece una selección de los mejores AOVes de Oleícola Jaén y otros productos gourmet elaborados con virgen extra.



pasado y el presente, desde las antiguas civilizaciones hasta la actualidad, envolviendo al público en una narrativa cautivadora y añadiendo un toque místico y cultural a la visita.

El recorrido concluye en la oleoteca de AOVEland, que ha sido recientemente galardonada con el prestigioso Premio Internacional Arte & Arquitectura: Luxury Lifestyle Awards. Una tienda gourmet que es un perfecto escaparate de la mejor artesanía contemporánea y productos de kilómetro 0 de la provincia -aceitunas, patés, miel o pimentón, además de chocolate, crema de cacao y gominolas con AOVE-; así como de los AOVes más exclusivos de Oleícola Jaén.

sala inmersiva 360° -también disponible para eventos corporativos- donde se proyecta ARJÉ: El origen del aceite -arjé es un término griego que significa “principio”

u “origen”. A través de la invocación de los dioses tartesos, la película nos transporta a los primeros momentos de la historia del aceite de oliva en un viaje por el





Construcciones Romero Vico S.L.

ESPECIALISTAS EN ALMAZARAS



30 AÑOS CUMPLIENDO LOS PLAZOS DE EJECUCIÓN Y ENTREGA CON UNA PERFECTA COORDINACIÓN ENTRE PROPIEDAD-INGENIERÍA Y CONSTRUCTORA





Una oleoteca con personalidad propia inspirada en la ciudad de Baeza



El diseño integral de la oleoteca de AOVEland ha corrido a cargo de More & More Design, mientras que del equipamiento se ha encargado Interiorismo Trinidad, de Úbeda. Especializado en crear espacios con una fuerte personalidad, integrando producción de arte y artesanía contemporánea en cada proyecto, el enfoque de More & More Design se refleja en la elección de materiales, formas y elementos decorativos que combinan tradición y modernidad para ofrecer un ambiente único y auténtico. Todas las empresas constructoras y talleres involucrados en la realización de sus diseños son locales y proceden del territorio, promoviendo así el concepto de kilómetro cero y apoyando la economía local.

El diseño de este espacio y sus elementos decorativos, así como el mobiliario expositivo, han sido cuidadosamente concebidos para reflejar la rica herencia cultural de Baeza, declarada Patrimonio

de la Humanidad, integrando la esencia de sus monumentos renacentistas y los majestuosos campos de olivares en cada detalle del diseño siguiendo un enfoque ecosostenible.

Y es que la ciudad de Baeza, con su legado histórico y sus paisajes de olivares ondulantes, ha servido como fuente de inspiración primordial para este proyecto. En la construcción de los elementos clave, como la mesa central y el mobiliario expositivo, se han empleado materiales ecosostenibles como la madera de olivo centenario y la piedra arenisca del terreno, resaltando así la belleza natural de la región. La pintura a base de arcilla utilizada en las paredes conecta el diseño con la tierra y la tradición del campo. Además, el material *Dekton by Cosentino* utilizado en el espacio está compuesto en un 80% por material reciclado, reforzando el firme compromiso con la sostenibilidad.

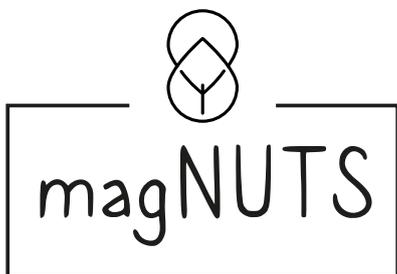
El eje central del diseño es una imponente mesa escultórica elaborada a partir de una singular pieza de un olivo centenario de 3 metros de altura y sustentada por bloques de piedra arenisca del terreno. A los lados, el mobiliario expositivo adopta formas que recuerdan la artesanía local. La iluminación es igualmente sostenible, con proyectores y lámpara central LED que combinan eficiencia energética con un diseño moderno y elegante.



El recorrido completo de la visita dura aproximadamente dos horas, siendo recomendable reservar con antelación.

El recorrido completo de la visita, incluyendo la cata y las actividades, dura aproximadamente dos horas. Es recomendable reservar con antelación, especialmente durante la temporada alta, y las visitas están disponibles en español e inglés. Cabe recordar que todo el dinero recaudado con las entradas es destinado a la Fundación Grupo Oleícola Jaén, como parte de su política de responsabilidad social corporativa, reflejando su compromiso con la promoción y el apoyo a la industria del aceite de oliva de Jaén y a la comunidad local. Y es que la pasión y el conocimiento de Oleícola Jaén se manifiestan en cada aspecto de la visita, haciendo de AOVEland un destino imperdible para cualquier amante del aceite de oliva y la buena vida. 🍷

www.aveland.com



PLANTAS RECEPTORAS DE FRUTOS SECOS

TRANSPORTADORES / DESPALILLADORAS

LIMPIADORAS / DESCAPOTADORAS

DESCHINADORAS



ALMENDRAS - PISTACHOS - NUECES



DISTRIBUCIÓN OFICIAL:



INGENIERÍA Y MONTAJE

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



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

La hoja de olivo: un tesoro por descubrir

Las hojas de olivo, un subproducto del laboreo del olivo y la elaboración del aceite de oliva y las aceitunas de mesa, pueden albergar numerosos compuestos beneficiosos para la salud humana que merecen ser explotados. En un mundo cada vez más enfocado en la sostenibilidad y la salud, estas hojas han permanecido en la sombra, esperando ser descubiertas como un tesoro de compuestos bioactivos con propiedades saludables que pueden tener un impacto positivo en nuestro bienestar. ¿Qué tienen estas modestas hojas que las hace tan especiales? ¿Cómo podemos aprovechar al máximo su potencial?

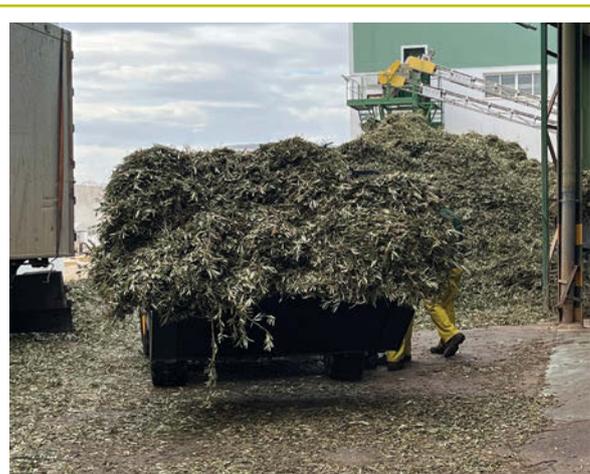


Por Eduardo Medina Pradas, Eva María Ramírez Castro, Concepción Romero Barranco, Mercedes Brenes Álvarez y Manuel Brenes Balbuena
Instituto de la Grasa-CSIC

Durante siglos, las hojas de olivo han sido utilizadas tanto en la medicina tradicional por sus beneficios para la salud como en alimentación por sus excelentes propiedades antioxidantes. Poseen un alto contenido en compuestos bioactivos, aunque destacan dos grupos de sustancias por su importancia para la salud humana: los polifenoles y los ácidos triterpénicos (Medina et al., 2019). Estos compuestos han demostrado tener una amplia gama de propiedades beneficiosas, incluyendo efectos antioxidantes, antiinflamatorios, antimicrobianos, antitumorales, antihipertensivos e hipoglucémicos, entre otros (Rufino-Palomares et al., 2022), lo que los convierte en un objetivo de interés para la prevención y el tratamiento de diversas enfermedades. En el proyecto BIOLEAVES, liderado por el doctor Eduardo Medina del Departamento de Biotecnología de Alimentos del Instituto de la Grasa-CSIC en Sevilla, se han estudiado en profundidad estos compuestos bioactivos presentes en las hojas de olivo, así como el empleo de las mismas para la preparación de infusiones saludables.

En un estudio inicial se analizó la presencia de compuestos bioactivos en muestras comerciales de hojas de olivo secas, hallando una notable variabilidad entre ellas. El principal compuesto fenólico identificado en las hojas de olivo es la sustancia amarga oleuropeína, que puede constituir entre el 6% y el 9% del peso seco de la hoja, aunque también destacan otros compuestos en cantidades menores como el hidroxitirosol, tirosol y ácido cafeico, entre otros (Medina et al., 2019). Por otro lado, los ácidos triterpénicos también son muy abundantes, en particular el ácido oleolánico y el ácido maslínico (1,5-3%).

Asimismo, a pesar de la elevada concentración de polifenoles en las hojas, sólo una pequeña fracción (alrededor del 20%) de estos compuestos se transfieren al agua durante la preparación de infusiones con hoja de olivo, siendo prácticamente nula la transferencia de los



Trasiego de hojas de olivo, subproducto de una industria de aceituna de mesa.

ácidos triterpénicos. Por consiguiente, este trabajo sentó las bases para las investigaciones posteriores encaminadas a comprender mejor la composición de las hojas de olivo, así como los factores que influyen en su degradación, todo ello con el fin de mejorar la calidad de las hojas y su potencial para la salud humana.

Posteriormente, en un segundo estudio se caracterizaron ocho variedades españolas de hojas de olivo: aloreña, cacereña, empeltre, hojiblanca, manza-



Hojas de olivo acumuladas como subproducto para su quema en una industria de aceituna de mesa.

A pesar del prometedor potencial de las hojas de olivo, su integración en productos para el consumidor, especialmente en infusiones herbales, sigue siendo limitada

Estos hallazgos no sólo proporcionan una visión más completa de la composición de las hojas de olivo, sino que también abren la puerta a nuevas posibilidades en términos de selección de variedades y aprovechamiento de subproductos en la industria oleícola. El estudio exploró asimismo las diferentes actividades enzimáticas presentes en las hojas de olivo: polifenol oxidasa, peroxidasa, β -glucosidasa y esterasa. Estas enzimas pueden influir en la com-

nilla, verdial, gordal y morona (Ramírez *et al.*, 2022). Lo más destacable es la variabilidad de estos compuestos según el cultivar y la temporada de cosecha. Por ejemplo, se encontró que las hojas

de la variedad manzanilla presentaban la concentración más alta de oleuropeína, mientras que las hojas de la variedad gordal tenían el contenido más elevado de ácidos triterpénicos.

Olivérica

ASOCIACIÓN IBÉRICA
DE OLIVAR EN SETO

www.oliverica.com

+34 604 949 584



BOTANIC

Elige la pausa que renueva, la calma que cuida.

*El ritual botánico que depura, equilibra
y fortalece desde dentro.
La salud empieza cuando elegimos ir más lento.*



*infusiones de
hoja de olivo
Olive leaf infusion*



WWW.CIELOYTIERRAOLIVE.COM



Hojas de olivo secas enteras y trituradas para la elaboración de infusiones.



Infusión de hojas de olivo.

posición y concentración de los compuestos bioactivos, lo que implica una interacción compleja entre los factores biológicos y químicos en las hojas.

A pesar del prometedor potencial de las hojas de olivo, su integración en productos para el consumidor, especialmente en infusiones herbales, sigue siendo limitada. Varios pueden ser los desafíos, entre los que se incluyen la falta de métodos de procesamiento estandarizados y la variabilidad en la calidad del producto.

Desbloqueando el potencial de las hojas de olivo: procesamiento y preparación

El proceso de deshidratación de las hojas de olivo es crucial para conservar sus compuestos bioactivos. Durante esta etapa de secado, las hojas pierden humedad y se produce una concentración de los compuestos bioactivos presentes en ellas. Sin embargo, es fundamental controlar cuidadosamente el proceso, ya que las altas temperaturas pueden provocar la degradación de los compuestos fenólicos, afectando negativamente a la calidad de las hojas secas.

Para abordar estos desafíos, los investigadores han profundizado en la optimización del procesamiento de las



IMPRIMIMOS ACTITUD



Cabina utilizada para el análisis sensorial de infusiones de hojas de olivo.



Cata de consumidores en el análisis sensorial de infusiones de hojas de olivo.

hojas de olivo, incluyendo secado al aire, secado con estufas de aire forzado y secado por infrarrojos (*Ramírez et al., 2023*). La investigación señala que las temperaturas de secado por encima de 50° C conducen a una disminución en la concentración de fenoles. Sin embargo, se ha descubierto que un breve almacenamiento previo de las hojas a temperatura ambiente puede mitigar la pérdida de fenoles durante el proceso de secado. En este estudio, el tratamiento más efectivo fue el realizado con hojas que permanecieron 24 horas a temperatura ambiente y se secaron en estufa a una temperatura de 40° C durante 15 horas, recuperando el 85% de los polifenoles iniciales. Sin embargo, el tiempo de deshidratación se puede reducir a la mitad cuando se emplea tecnología de infrarrojos, suponiendo un ahorro energético y un sistema continuo, aunque aumenta ligeramente la pérdida de fenoles.

**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 1 3, 50410, Cuarte de Huerva
Zaragoza

Las hojas de olivo ofrecen una amplia gama de oportunidades para la innovación y la creación de productos que promueven la salud y el bienestar, extendiéndose su interés no sólo a la industria alimentaria, sino también a la farmacéutica y nutracéutica

Además del secado, el grado de molienda influye significativamente en la transferencia de compuestos y en el color de la infusión. Se ha observado que molidos más finos aumentan la liberación de compuestos bioactivos y aportan mayor color. Al refinar las técnicas de deshidratación y molienda, los investigadores tienen como objetivo producir hojas de olivo secas ricas en compuestos fenólicos y ácidos triterpénicos, ofreciendo a los consumidores una opción de infusión sabrosa y nutritiva.

Recientemente, se propuso un estudio para investigar la evolución de los compuestos fenólicos en hojas secas enteras o trituradas durante un año de almacenamiento, constatándose que éstos permanecieron estables independientemente del formato, por lo que las hojas mantienen sus propiedades beneficiosas durante su conservación. Además, se evaluó la influencia del tiempo y la temperatura de infusión en la extracción de polifenoles, observándose que, para la preparación de infusiones, las condiciones óptimas de 100° C durante 15 minutos maximizan la extracción de compuestos fenólicos.

Uno de los inconvenientes asociados a la infusión de hojas de olivo es su sa-



Los compuestos bioactivos de la hoja de olivo y sus infusiones mejoran nuestra salud y bienestar.

bor amargo, relacionado con la elevada concentración del polifenol oleuropeína, por lo que se llevó a cabo una evaluación de la aceptabilidad de las infusiones mediante una cata de panel de consumidores. El panel sensorial detectó mayores notas de amargor en aquellas infusiones que contenían niveles más altos de oleuropeína, como era de esperar, alcanzando un umbral de aceptabilidad de 144 mg./l. Sin embargo, la aceptabilidad mejoró significativamente cuando las infusiones fueron azucaradas, tolerando concentraciones más altas de oleuropeína, hasta 212 mg./l.

Con todos los resultados obtenidos del proyecto BIOLEAVES, podemos concluir que las infusiones de hojas de olivo están preparadas para tener un impacto significativo en el mercado de bebidas, ya sean por sí solas o en combinación con otras hierbas. Además, junto con futuras evaluaciones sensoriales, contribuirán a determinar mejor las preferencias del consumidor, facilitando el camino para el desarrollo de infusiones de hojas de olivo de alta calidad.

El futuro de las hojas de olivo

A medida que la conciencia sobre los beneficios para la salud de los productos naturales continúa creciendo, el interés en las hojas de olivo y sus aplicaciones está experimentando un resurgimiento significativo. Desde infusiones saludables hasta suplementos dietéticos y productos de cuidado personal, las hojas de olivo ofrecen una amplia gama de oportunidades para la innovación y la creación de productos que promueven la salud y el bienestar, extendiéndose su interés no sólo a la industria alimentaria, sino también a la farmacéutica y nutracéutica.

En resumen, las humildes hojas de olivo son mucho más que un simple subproducto agrícola. Representan un verdadero tesoro de compuestos bioactivos con un gran potencial para mejorar nuestra salud y bienestar. Con una investigación continua y un enfoque centrado en la sostenibilidad y la calidad, las hojas de olivo pueden convertirse en un ingrediente valioso en nuestra búsqueda colectiva de un estilo de vida más saludable y equilibrado. 🍵

Agradecimientos

Esta publicación es parte del proyecto de I+D+i con referencia RTI2018-093994-J-I00 y la ayuda RYC2018-024752-I, financiados por MICIU/AEI/10.13039/501100011033/ y por la UE NextGenerationEU/PRTR.

Referencias

- Medina, E.; Romero, C.; García, P.; Brenes, M. Characterization of bioactive compounds in commercial olive leaf extracts, and olive leaves and their infusions. *Food & Function*, 2019, 10, 4716.
- Ramírez, E.M.; Brenes, M.; Romero, C.; Medina, E. Chemical and enzymatic characterization of leaves from Spanish table olive cultivars. *Foods*, 2022, 11, 3879.
- Ramírez, E.M.; Brenes, M.; Romero, C.; Medina, E. Olive leaf processing for infusion purposes. *Foods*, 2023, 12, 591.
- Rufino-Palomares, E.E.; Pérez-Jiménez, A.; García-Salguero, L.; Mokhtari, K.; Reyes-Zurita, F.J.; Peragón-Sánchez, J.; Lupiáñez, J.A. Nutraceutical role of polyphenols and triterpenes present in the extracts of fruits and leaves of *Olea europaea* as antioxidants, anti-infectives and anticancer agents on healthy growth. *Molecules*, 2022, 27, 2341.

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

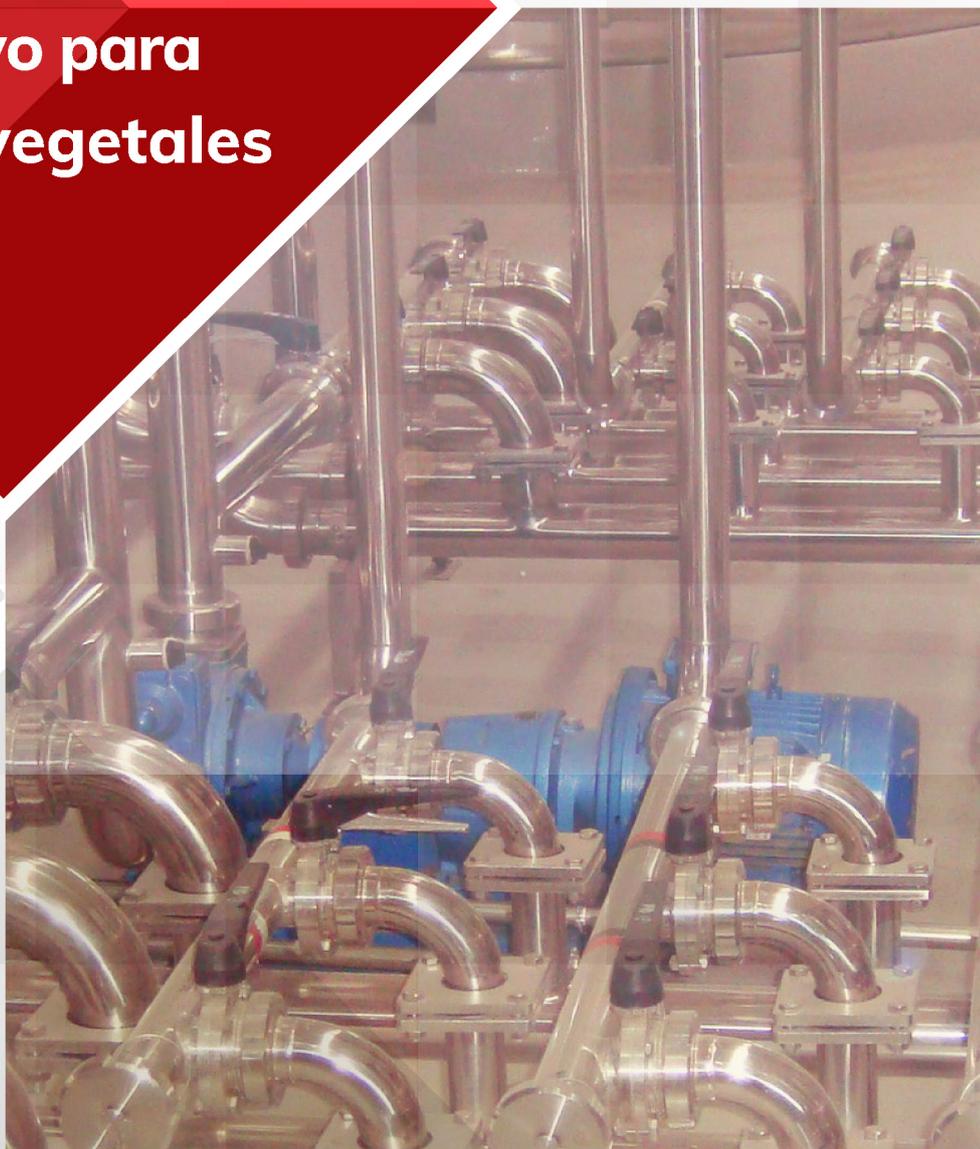


bombas

TRIEF

desde 1967

DESDE 1967



DISEÑO Y FABRICACIÓN DE BOMBAS



ventas@bombastrief.es
bombastrief.es



(+34) 944 416 238



Lutxana Asua Errepeidea, 26
48950 Erandio, Bizkaia

Puerta de las Villas apuesta por la sostenibilidad real como elemento diferenciador y de valorización de su AOVE de olivar tradicional



Contribuir de una forma más decidida a cumplir la triple sostenibilidad real para reforzar la calidad del AOVE *Puerta de las Villas*. Una sostenibilidad social, medioambiental y económica como elemento de diferenciación y puesta en valor del olivar tradicional, pero también como dinamizador del mundo rural. El plan de sostenibilidad de la SCA San Vicente de Mogón contempla actuaciones transversales que implicarán a toda la cooperativa, desde el campo hasta la mesa. Y es que el futuro de Puerta de las Villas pasa por hacer más rentable su olivar tradicional reduciendo costes y generando mayor valor con el aprovechamiento de los subproductos.

El plan de sostenibilidad de Puerta de las Villas contempla varias fases de ejecución a lo largo de los próximos años. Según explica su presidente, José Gilabert, en la primera, que ya está en marcha, se quiere aprovechar todos los subproductos del olivar para ser un referente en economía circular. En este ambicioso proyecto destaca la puesta en marcha de una planta de compostaje para generar fertilizante. Un compost que procede del aprovechamiento del alpeorujo y con el que la cooperativa de San Vicente de Mogón sigue apostando de

forma decidida por la sostenibilidad. “En Puerta de las Villas creemos firmemente que del olivo se puede aprovechar todo y por eso construimos una planta con la idea de producir compost. Pero para facilitar estos pasos encaminados al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, es necesario que las administraciones agilicen los proyectos y desarrollen, de forma decidida, la Ley de Economía Circular”, explica Gilabert.

La planta de compostaje es la primera iniciativa puesta en marcha por la cooperativa, incluso mucho antes de aprobar su Plan Estratégico de Sostenibilidad, en abril de 2022. Ya en poste-

riores fases, el Plan contempla diversas medidas para la generación de energía. Por lo pronto, la planta está plenamente activa cuatro años después de que comenzasen los trámites para su construcción. “Es en los plazos donde encontramos el mayor obstáculo para el futuro sostenible del sector olivarero -indica Gilabert-, puesto que tres años de burocracia y uno de ensayos no parece normal para construir una planta de compost destinada al aprovechamiento del alpeorujo. En general, las administraciones tienen que facilitar cosas que sean positivas para el sector y para el medio ambiente. Tenemos una Ley de



El plan de sostenibilidad de Puerta de las Villas incluye medidas transversales consistentes en que todas las acciones de cualquier socio y trabajador se encaminen a ser sostenibles

Economía Circular que ahora necesita ser desarrollada mediante sus respectivos reglamentos y, sobre todo, requiere disponer de funcionarios para agilizar todos los trámites. Los agricultores nos vemos frenados en nuestra evolución porque encontramos más trabas de las deseables para aplicar innovaciones

que mejoren nuestro futuro. Por eso hay que exigir al Gobierno central y a la Junta de Andalucía que pongan medios suficientes para que las leyes tengan una aplicación real y sean ágiles”.

El plan de sostenibilidad de Puerta de las Villas incluye medidas transversales que consistirán en que todas las

acciones de cualquier socio y trabajador se encaminen a ser sostenibles. José Gilabert señala que “queremos mejorar en esa línea y ahondar en la Producción Integrada y ecológica con el objetivo de generar mayor valor y ahorro de costes, que son valores tangibles; e, igualmente, que el aceite de oliva virgen extra Puerta



Travel to the world of passionate and respectful EVOO

www.puertadelasvillas.com



En este ambicioso proyecto destaca la puesta en marcha de una planta de compostaje para generar fertilizante y la construcción de una planta fotovoltaica

de las Villas se posiciona todavía mejor en el mercado, sobre todo en el ámbito internacional, con un envase y una etiqueta más sostenibles para dar respuesta a las exigencias de calidad de los consumidores europeos”.

Construcción de una planta fotovoltaica y créditos de carbono

Otra de las medidas que incluye el plan es la construcción de una planta fotovoltaica de 600 kW/hora en las cubiertas para la generación de energía. Electricidad de la que se aprovechará la propia cooperativa en todos sus procesos y que se gestionará bajo la fórmula de comunidad energética local para que repercuta en el consumo propio de la SCA San Vicente, pero también en el pueblo de Mogón, con la participación de otras entidades. Después, en una siguiente fase, se pasaría a gestionar todos los subproductos del olivar para generar energía eléctrica, térmica e incluso biocombustible.

Pero también existen otros valores intangibles que Puerta de las Villas ha tenido en cuenta a la hora de ejecutar este plan de sostenibilidad. Hablamos de los créditos de carbono. Su presidente asegura que “somos conscientes de que el olivar tradicional, más que ningún otro, es un sumidero de CO₂, especialmente uno como el nuestro, de más de 100 años y con cubierta vegetal. Este tipo de olivar genera unos créditos de carbono positivos y hay mercados que pagan por estos créditos. Existen empresas deficitarias, con balance negativo, que tienen que comprar bonos



José Gilabert, presidente de la SCA San Vicente de Mogón.

o créditos de carbono. En definitiva, se trata de otra forma de generar ingresos para la cooperativa. Con la generación de energía limpia, sustituyendo los contaminantes, al final tendremos un balance positivo de carbono, tal y como establece la Agenda 2030. Y nosotros, con este plan, cumpliremos de sobra. No sólo seremos neutros, sino que conseguiremos un balance positivo para acceder a ese mercado”.

Junto a ello, la cooperativa está firmemente comprometida con el trabajo digno y el crecimiento económico, asegurando condiciones laborales justas y fomentando el desarrollo económico de Mogón; además de posicionarse con firmeza en la producción y en el consumo responsables gracias a la adopción de prácticas sostenibles. “Más allá de

nuestra contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, hemos hecho un esfuerzo para medir nuestra huella social, que abarca el impacto que generamos en las comunidades, en nuestros empleados y en el entorno; una medición necesaria para comprender mejor nuestro impacto actual y prepararnos para implementar mejoras en nuestras prácticas”, añade Gilabert.

Un aspecto, el de la huella social, que se antoja fundamental para optar al sello Compromiso Huella Social y Sostenibilidad, un reconocimiento que distingue a aquellas empresas que demuestran un compromiso continuo con la sostenibilidad. Para empresas como la SCA San Vicente de Mogón, su obtención significaría consolidar un modelo de negocio que prioriza la sostenibilidad, la ética y la responsabilidad social.

Apuesta por el bag in box

Otra línea de actuación se refiere a los envases de sus AOVes, que no sólo





deben ser adecuados para la conservación del producto, sino también lo más sostenibles posible. En su apuesta por la calidad y la sostenibilidad, la cooperativa se encuentra actualmente en el proceso de eliminar de forma definitiva el plástico de sus envases. De ahí que disponga ya de un formato al-

ternativo al PET y 100% sostenible, el *bag in box* (2,5 y 5 l.). Al respecto, el presidente de Puerta de las Villas indica que “buscamos envases que muestren el espíritu y filosofía de la cooperativa, su *know how*, sin dejar nunca de lado valores como la sencillez, la sostenibilidad, la naturalidad o la ele-

gancia. Con ello, también pretendemos transmitir la importancia del entorno. Por ejemplo, en los diseños de la edición especial de nuestro AOVE podemos apreciar la simbología del agua del río, de los colores del entorno en el que nos hallamos. El envase tiene que buscar ese equilibrio entre lo funcional y lo estético, entre lo cómodo y lo bonito”.

En definitiva, un ambicioso plan de sostenibilidad del que la cooperativa de

Mogón afirma sentirse muy orgullosa y con el que “nos comprometemos a seguir trabajando en la mejora continua de nuestras prácticas para generar un impacto positivo en la sociedad y en el medio ambiente”. 

www.puertadelasvillas.com

ACOS
LAB3

LABORATÓRIO DE QUÍMICA DA ACOS

ANÁLISIS DE ACEITUNAS, ACEITE Y BAGAZO

EL LABORATORIO QUÍMICO ACOS RECIBE MUESTRAS DE PRODUCTORES, ALMAZARAS, COOPERATIVAS Y EMPRESAS PARA:



DETERMINAR EL MOMENTO ÓPTIMO PARA RECOLECTAR LAS ACEITUNAS



EVALUAR Y CONTROLAR EL RENDIMIENTO Y LA CALIDAD (ACIDEZ) DE LAS ACEITUNAS DURANTE TODA LA CAMPAÑA



DETERMINAR LA ACIDEZ DEL ACEITE EXTRAÍDO PARA LA ELABORACIÓN DE LOS LOTES - MÉTODOS RÁPIDOS



DETERMINAR LA CALIDAD Y PUREZA DEL ACEITE PRODUCIDO



DETERMINAR LAS PÉRDIDAS DE ACEITE EN EL ORUJO Y SU CONTENIDO EN LAS SEMILLAS



REALIZAR ANÁLISIS PARA LA CALIBRAR LOS EQUIPOS DE MÉTODOS RÁPIDOS (NIR)



Gastronomía y biodiversidad: la receta para cuidar la naturaleza

La comida es mucho más que lo que se ve en un plato. Detrás de cada ingrediente hay una historia que atraviesa campos, cultivos y paisajes, y que deja huella en nuestra salud... y en la de la naturaleza. ¿Es posible entonces que lo que comemos ayude a conservar nuestra flora, nuestra fauna y los paisajes que las sostienen? La respuesta está más cerca de lo que pensamos, y algunos de los grandes nombres de la gastronomía ya lo están demostrando: cocinar con biodiversidad es posible, necesario... y delicioso.

La gastronomía que apuesta por nuestro patrimonio natural lleva a la cocina ingredientes cultivados en fincas agrícolas que cuidan la naturaleza. Son productos de temporada, obtenidos mediante prácticas que recuperan la flora, la fauna y el paisaje que nunca debieron perderse. Esta forma de producir alimentos convierte al campo en un aliado de la conservación y nos invita a reflexionar sobre cómo nuestras decisiones al cocinar y al comprar pueden ayudar a frenar una de las mayores amenazas de nuestro tiempo: la pérdida de biodiversidad.

Y es que, como afirma José Eugenio Gutiérrez, director del proyecto LIFE Olivares Vivos +, “son platos que inspiran el cambio, que nos invitan a mirar los alimentos y la cocina desde otra perspectiva”. En su opinión, con esta iniciativa los chefs “se convierten en aliados de un modelo de consumo que cuida y protege nuestro patrimonio natural. A través de sus recetas pueden sumar a los comensales a este compromiso colectivo por transformar el sistema agroalimentario en algo más justo, más vivo... y más conectado con la naturaleza”.

Siguiendo los pasos de Claus Meyer, cocinero, presentador y cofundador de



Preparación de una de las recetas degustadas durante el evento “El Gusto por la Biodiversidad” celebrado en Madrid.



Finca de olivar perteneciente al proyecto LIFE Olivares Vivos +.

uno de los mejores restaurantes del mundo, Noma, Olivares Vivos busca convertir a los chefs en protectores de la naturaleza. El propio Meyer defendía cómo, a través de la alta cocina, se puede contribuir a que las personas tomen decisiones alimenticias que no sólo sean beneficiosas para sí mismas, sino también para el conjunto de la sociedad y el planeta.

Desde 2015, y bajo la coordinación de SEO/BirdLife, Olivares Vivos ha demostrado que es posible producir alimentos mientras se recupera biodiversidad. Su modelo convierte la agricultura en una aliada de la naturaleza, mejorando la rentabilidad de los agricultores gracias a los servicios ecosistémicos que ésta aporta y al valor añadido que genera



Etiqueta que diferencia a los AOVEs Olivares Vivos en el mercado.

en el mercado gracias a la certificación Olivares Vivos. Un innovador modelo de agricultura que, además, se está transfiriendo a otros cultivos como los cereales y el viñedo a través de Secanos Vivos.

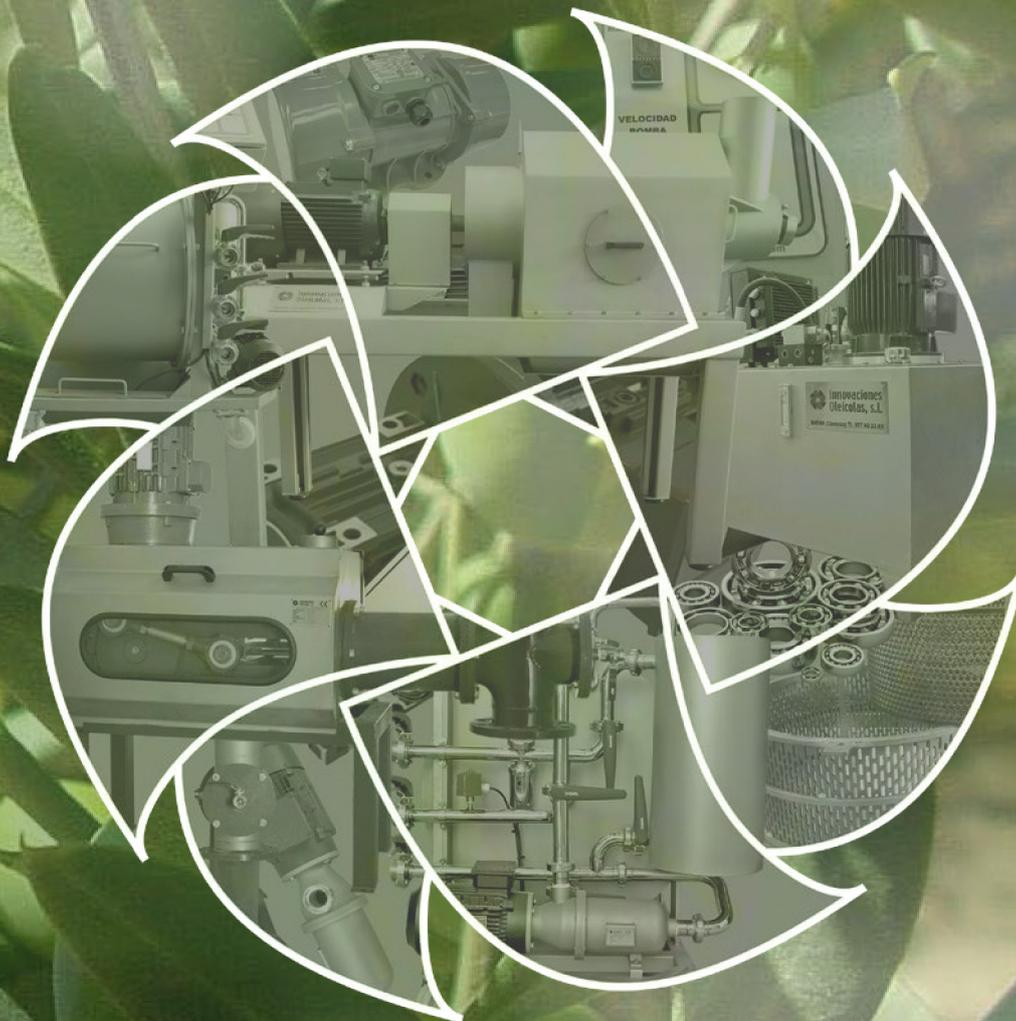
El Gusto por la Biodiversidad

En este contexto se ha diseñado el programa “El Gusto por la Biodiversidad”, donde destaca el papel clave de los chefs para convertirse en -como el propio Meyer definiendo- protectores de la flora y la fauna. La principal herramienta para su desarrollo es la creación de sinergias que sirven como puntos de



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



Eventos "El Gusto por la Biodiversidad" desarrollados en Sevilla (izqda.) y Florencia (dcha.).



AOVEs Olivares Vivos, recuperando biodiversidad.

Olivares Vivos ha demostrado que es posible producir alimentos mientras se recupera biodiversidad y busca convertir a los chefs en protectores de la naturaleza

encuentro entre agricultores, cocineros, consultores gastronómicos y medios de comunicación con un fuerte compromiso con la sostenibilidad.

Así, y con los únicos aceites de oliva vírgenes extra, harinas, pastas, cervezas y vinos que recuperan biodiversidad como protagonistas, en estas actividades se pone en valor cómo la gastronomía pro-ambiental tiene la receta perfecta para combinar sabor, compromiso y salud. Asimismo, se destaca la importante diversidad de ingredientes y el rico patrimonio gastronómico al que se puede acceder a través de los campos reconciliados con la naturaleza, proponiendo composiciones culinarias que innovan desde la tradición.

Entre estas propuestas resalta la gran contribución gastronómica de las plantas silvestres que crecen espontáneamente en los olivares, ofreciendo a los cocineros profesionales un amplio surtido de ingredientes excepcionales. Ingredientes que se han empleado en los guisos más tradicionales de la cocina mediterránea y que la vanguardia gastronómica está recuperando para llevarlos a sus creaciones más gourmet.

Marcos Reguera Jaque, asesor gastronómico para la industria alimentaria

"Hay que conectar la oferta al entorno para expresar en la alta cocina nuestra herencia cultural"



¿Cómo observas la tendencia en el uso de ingredientes sostenibles en la alta cocina?

Cada vez es más frecuente advertir que la imagen corporativa de los restaurantes esté ligada a la sostenibilidad, lo que sin duda es una magnífica noticia. Otra cuestión es que eso realmente ocurra. Sería maravilloso que los buenos establecimientos pensarán en utilizar productos que apenas viajaran o que lo hicieran lo mínimo indispensable; y que sus cartas tuvieran un reflejo de los productos de temporada.

¿Y cómo encajan las hierbas silvestres en la gastronomía actual?

Pienso que es una buena oportunidad para conectar la oferta al entorno y poder expresar algo esencial en la cocina como es nuestra herencia cultural. Cada planta comestible posee una historia detrás que la hace única.

¿Crees que apostar por alimentos reconciliados con la biodiversidad y con su territorio puede ayudar a los restaurantes a diferenciarse?

Si todos los chefs conocieran la maravilla que supone para el medio ambiente un olivar, o cualquier otro cultivo, en el que la biodiversidad es prioritaria, su comportamiento de compra se inclinaría sin duda hacia los productos que crecen en ese entorno. Igualmente, creo que la salud de nuestros campos se traduce en una materia prima de unas características sensoriales espléndidas.

Alcauciles o collejas, como eligió el chef de En Bruto (Madrid), Lucca Simonin, para su menú inspirado en los AOVEs y en algunas de las regiones en las que se encuentra ya implantado el modelo Olivares Vivos: Andalucía, Extremadura o la Comunidad Valenciana. Por su parte, Andrea Perini, popularmente conocido como "el chef del AOVE" en Italia, eligió hierbas silvestres como el hinojo para hacer originales ensaladas en

"El Gusto por la Biodiversidad" que tuvo lugar en Florencia. O los espárragos trigueros y las tagarninas, que fueron la apuesta del chef de Abades Triana, Elías del Toro, cuando este programa de Olivares Vivos mostró en Sevilla cómo la alimentación sostenible es la forma más deliciosa para conservar el medio ambiente. 🍯

www.olivaresvivos.com

Conectados a ti



ACEITES DE OLIVA



Reconocidos por el COI

Reconocidos como Laboratorio para Análisis Físico-Químicos y Contaminantes para el período actual.

Laboratorio Acreditado por ENAC

Acreditación N° 749/LE 1295
Alcance Técnico completo en
www.enac.es

En la actualidad ofrecemos todas las determinaciones incluidas en el Regl Delg (UE) 2022/2104 (anterior Regl 2568/91 y todas sus enmiendas), base para la correcta clasificación de nuestros AOs en sus respectivas categorías, bajo Acreditación ENAC, incluido también el Panel Test. Destacamos también una serie de análisis que ponen en valor nuestros aceites de oliva, tales como biofenoles, polifenoles, tocoferoles, vitaminas, escualeno, rancimat, etc.

Tanto en aceites vegetales comestibles, así como en semillas, harinas de semillas y lecitinas, disponemos de una amplia oferta analítica, con un también extenso Alcance Técnico acreditado. Consúltenos sus necesidades.

OTROS ACEITES VEGETALES



ANÁLISIS DE CONTAMINANTES



Desde nuestro laboratorio, y también a través del Grupo Tentamus, ofrecemos bajo el paraguas de la acreditación, prácticamente todos los contaminantes actualmente incluidos en el Reglamento (UE) 2023/915 (antes 1881/2006), destacando entre otros los plaguicidas tanto por GC-MS-MS como por HPLC-MS-MS, HAPS (Benzopirenos), Metales Pesados, MCPDs, Dioxinas y PCBS similares, MOHS y MOAS (también con la posibilidad de la acreditación por DAKKS-Alemania), etc.t

No dude en consultarnos cualquier 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.



A Tentamus Company

+34 953 281 116

+34 953 281 250

+34 623 235 065

www.laboratoriotello.com

laboratorio@laboratoriotello.com



Entrevista con Juan Antonio Tello,
director gerente de Laboratorio Tello

“La acreditación es la mejor forma que tiene un laboratorio de demostrar su competencia técnica”

Con más de 30 años de experiencia en el sector, en Laboratorio Tello, expertos en análisis de aceites de oliva y sus derivados, siguen apostando por ampliar su cartera de servicios incorporando técnicas analíticas cada vez más avanzadas y ofreciendo asesoramiento técnico y control integral del proceso -campo, almazara, envasadora y punto de venta-, para lo que cuenta con un equipo humano altamente cualificado y en constante formación.



Laboratorio Tello ha ido ampliando a lo largo de los años su alcance técnico acreditado por ENAC en diferentes ensayos con el fin de ofrecer cada vez más servicios analíticos amparados por dicha acreditación. ¿Es la acreditación la mejor manera de transmitir la competencia técnica y fiabilidad de los ensayos ofertados?

Sin lugar a dudas la acreditación es la mejor forma que tiene un laboratorio de demostrar su competencia técnica respecto a las determinaciones acreditadas. En nuestro caso, es un proyecto que iniciamos en 2009 y en la actualidad la gran mayoría de las determinaciones las ofrecemos acreditadas, lo que sin duda ha constituido el motor de nuestro fuerte crecimiento desde entonces.

Soy productor de aceite de oliva virgen extra Premium y quiero realizar una analítica completa de mi AOVE. ¿Por qué debo elegir a Laboratorio Tello?

En primer lugar, por nuestro amplio alcance técnico acreditado, por la fiabilidad de nuestros resultados, pero también por

[Texto: Alfredo Briega Martín]

“Laboratorio Tello se diferencia por su amplio alcance técnico acreditado y por la fiabilidad, seguridad y rapidez de sus resultados; sin olvidar nuestro servicio de formación, asesoramiento y seguimiento”

la gran rapidez en la obtención de los mismos, todo a un precio muy ajustado. Y no quiero dejar pasar la ocasión para referirme a nuestro servicio de formación, asesoramiento y seguimiento.

Supongo que el hecho de ser uno de los laboratorios de análisis físico-químico reconocidos por el COI en su máxima categoría, renovando año tras año dicho reconocimiento, equivale a la mejor campaña de publicidad para la empresa...

En efecto, este reconocimiento del COI

constituye otro pilar fundamental que aporta mayor solidez a la fiabilidad y seguridad en nuestros resultados analíticos. Dicho reconocimiento abarca los apartados de Calidad, Pureza y Contaminantes, y siempre albergamos la esperanza de que nuestra Comunidad Autónoma facilite a los laboratorios privados el acceso al reconocimiento COI también de nuestro Panel Test, aspecto éste que supone un importante agravio comparativo en relación a otras Comunidades Autónomas que sí posibilitan este acceso a laboratorios privados. Al final, este agravio comparativo se traduce en un perjuicio económico por el simple hecho de estar ubicados en la comunidad andaluza.

Si nos centramos en el aceite de oliva, ¿cuáles son las principales necesidades analíticas de las empresas que se dirigen a su laboratorio y, por ende, los servicios más demandados?

Los servicios más demandados, tanto por entidades grandes como pequeñas, son los relacionados con el conocimiento de la correcta clasificación de sus aceites de oliva producidos, que son las determinaciones que vienen descritas en el actual



“Sin innovación el futuro se hace más incierto, de ahí que, desde nuestra integración en Grupo Tentamus, la actividad de I+D+i haya adquirido una importancia muy relevante en nuestra empresa”

Reglamento Delegado (UE) 2022/2104 -antes 2568/91-, en el que se incluye también el Panel Test. Además, también es importante garantizar la ausencia de posibles contaminantes, que tienen su reglamento propio, el 2023/915 (antes 1881/2016). Tomando como referencia ambos reglamentos, la gama y número de solicitudes de análisis también dependen del tipo de gestión que en ese momento le interese al operador, sea productor y/o envasador, a saber: graneles, envasados, refinados, etc. Como complemento a lo dicho, y dada la complejidad que el correcto entendimiento de esta amplísima gama analítica conlleva en función del objetivo que se persiga, nuestra labor de asesoramiento y formación se ha convertido en una actividad que nos permite una alta diferenciación. Tenemos a disposición de quien nos lo solicite un dossier gratuito en el que, con un lenguaje llano, intentamos explicar cada una de las determinaciones reguladas, así como de los contaminantes más comunes, ya que sólo un claro conocimiento de sus fuentes y consecuencias permite implementar adecuadas políticas preventivas que minimicen su aparición en nuestra industria.

Uno de los aspectos más destacados de la empresa es su actividad en materia de I+D+i. Hábleme brevemente de los proyectos más importantes en los que ha participado y en los que participa actualmente Laboratorio Tello.

Sin innovación el futuro se hace más incierto, de ahí que, desde nuestra integración en Grupo Tentamus, esta actividad haya adquirido una importancia muy relevante en nuestra em-

ABORRELL®

FIABILIDAD TECNOLÓGICA
Ahorro en mantenimiento y averías.

ALTA VELOCIDAD
Reducción de tiempos de espera y de descarga.

AHORRO ENERGÉTICO
Más producción y mejor limpieza con menos CV de potencia.

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

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

www.aborrell.es 965 780 781



presa. Hemos finalizado ya dos proyectos en los que se intentaba profundizar en los parámetros más relevantes a la hora de estimar la vida útil de los aceites, así como el estudio de la mejor metodología para detectar ciertos grupos de contaminantes; incluso en uno se intentaba averiguar de qué forma podría inducirse una mayor cantidad de biofenoles en nuestros aceites. En la actualidad, estamos inmersos en un interesante proyecto, en colaboración con las Universidades de Almería y Granada, así como de otro laboratorio de Tentamus, que pretende investigar la utilidad de la aplicación de la RMN de media y alta resolución tanto en la identificación y/o cuantificación de distintos principios activos como en el estudio de la huella espectral por quimiometría para estudiar la evolución de los aceites, la presencia de determinadas sustancias y/o procesos no deseables y, en su fase final, su uso como herramienta complementaria al Panel Test. Y ya tenemos en cartera algunos más para lograr que esta actividad de I+D+i tenga continuidad en el tiempo.

Laboratorio Tello subrayó en su momento la importancia de analizar los ftalatos, unos compuestos potencialmente tóxicos, en los aceites de oliva. Ahora se habla mucho del control de los temibles MOSH-MOAH en el proceso de producción de aceite de oliva. En la II Jornada Perialisi celebrada el pasado 11 de septiembre se abordó este tema en una mesa redonda y se les consideró una gran amenaza para el sector. ¿Cuál es su opinión al respecto?

“Existe una gran preocupación ante la aplicación de la técnica analítica y la normativa que regule los niveles máximos de MOSH-MOAH, de los que aún no se sabe cuáles son realmente tóxicos”

Los plastificantes en general, y los ftalatos en particular, no deseables en ningún alimento, constituyen una lista ya muy definida y normalizada, tanto en sus niveles permitidos como en la técnica analítica más adecuada, y nosotros llevamos tiempo ofreciéndolos acreditados también. La migración al alimento de estas sustancias, contenidas en envases de plástico, obliga a un control de su presencia y de sus posibles fuentes contaminantes.

Otra cuestión es la que se refiere a los MOSH-MOAH, de los que, de entrada, no se conoce con precisión cuáles son realmente tóxicos, a pesar de lo cual se insiste en prohibir su presencia, lo que afectará a la casi totalidad de los productos alimenticios. Si a esto añadimos que la técnica analítica recomendada en la norma ISO 20122/2024 está en continua revisión, se introduce un alto grado de incertidumbre en su aplicación. Apenas hay intercomparativos de MOSH-MOAH y, entre los escasos que son aceptables, no con los requisitos de la norma ISO 20122/2024 que

incluye la saponificación. Por el momento no existe normativa que defina los niveles permitidos, aunque se habla de unas concentraciones máximas de 2 ppm para los aromáticos (MOAH), que no dejan de ser unas intenciones auspiciadas por ciertos países. No existen, de momento, interlaboratorios ni procesos de aseguramiento que avalen estos niveles. Por todo ello, y considerando las múltiples fuentes de contaminación que no salvarían del riesgo de su presencia a casi ningún alimento procesado, existe una gran preocupación ante la aplicación de esta técnica analítica y la normativa que regule sus niveles máximos.

Así, parece que se va a conceder una nueva demora en el plazo de su regulación que entraría en vigor de una forma progresiva, contemplando niveles superiores a los mencionados hasta 2028, lo que permitiría definir con más claridad sus efectos nocivos, conocer dónde se originan y poder adaptar nuestros procesos; además de perfeccionar la técnica analítica para poder ofrecer la suficiente seguridad y fiabilidad en los resultados.

Desde agosto de 2017, Laboratorio Tello pertenece al Grupo Tentamus, líder en calidad y seguridad agroalimentaria y medioambiental, que cuenta con más de un centenar de laboratorios distribuidos por todo el mundo. ¿Qué ha supuesto la incorporación a la red de laboratorios de Tentamus?

La incorporación al Grupo Tentamus, en el que Laboratorio Tello es el especialista en aceites de oliva y otros aceites vegetales comestibles en la Península Ibérica, tuvo como primer objetivo garan-



María Dolores Liébana, cofundadora de Laboratorio Tello.



tizar el futuro del laboratorio más allá de la vida profesional de sus fundadores, mi mujer María Dolores Liébana y yo. El segundo objetivo fue facilitar la continuidad y labor de nuestra hija María Tello en el proyecto, en un mercado cada vez más complejo y exigente. Sin duda, el hecho de pertenecer a un grupo como Tentamus, por la diversidad de los laboratorios que lo componen, permite aprovechar sinergias en muchos campos, así como el contacto con profesionales altamente especializados en diferentes áreas, el acceso a proyectos con universidades de reconocido prestigio y, algo fundamental, el conocimiento global con información de casi cualquier parte del mundo.

La presencia de su hija como Adjunta a Dirección asegura el relevo generacional y el futuro de la empresa...

En su amplio recorrido, María Tello ha pasado por casi todas las áreas posibles dentro del laboratorio, habiendo sido responsable del Departamento de Calidad, y en la actualidad está muy enfocada hacia las actividades gerenciales, en las que la gestión de la cartera de clientes ocupa un lugar primordial. En el resto de actividades -financieras, económicas, de marketing, formativas, etc.-, el aporte de la experiencia y *know-how* de Grupo Tentamus es vital.

Por último, ¿cuáles son los nuevos ensayos y servicios analíticos con los que prevé contar la empresa a corto, medio y largo plazo?

A través de la red de Tentamus intentamos anticiparnos a todas aquellas determinaciones analíticas que estén siendo objeto de atención en el resto de países, fundamentalmente en un capítulo tan amplio como son los posibles contaminantes. 🍯

Canals

EXPERIENCIA E INNOVACIÓN



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



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

Tel. +34 93 775 04 62

ventas@mmcanals.com

Fax: +34 93 775 55 54

www.mmcanals.com



Amenduni, innovación tecnológica y experiencia al servicio de los sectores del aceite de oliva y el aguacate

Amenduni ha logrado consolidarse como un referente en la innovación y desarrollo de tecnologías aplicadas al procesamiento de aceites. Con una trayectoria destacada en la ingeniería y un enfoque en la sostenibilidad, la compañía cuenta con un potencial significativo para influir en la industria del aceite y el aguacate, sectores en constante crecimiento debido al incremento en la demanda de productos saludables y sostenibles a nivel global.



El Grupo Amenduni está especializado en el diseño y fabricación de maquinaria avanzada para la extracción de aceites vegetales. Este *know-how* técnico le permite ser líder en eficiencia y calidad en el procesamiento de aceites de oliva, un mercado que experimenta un crecimiento constante debido a la popularidad de la Dieta Mediterránea. Su capacidad para innovar, adaptarse a las necesidades específicas de los productores y optimizar los recursos durante el proceso de extracción le otorga una importante ventaja competitiva en el sector.

Por su parte, el Grupo Valbruna, reconocido por su *expertise* en acero inoxidable y componentes industriales, proporciona soluciones clave para equipos de procesamiento que requieren materiales resistentes a la corrosión y con altos estándares higiénicos. Algo fundamental en el sector oleícola, donde las normativas de calidad y seguridad alimentaria son cada vez más estrictas.

La maquinaria de Amenduni para el aceite de oliva es sinónimo de precisión y calidad. Los sistemas de extracción de última generación permiten obtener aceites de alta pureza y mantener intactas las propiedades organolépticas



del producto. Ello es posible gracias a tecnologías avanzadas como los decánters de alta capacidad, termobatidoras de última generación, sistemas de decantación automática y centrífugas optimizadas que aseguran un rendimiento máximo en cada cosecha.

Factores estratégicos para el éxito: demanda de productos saludables, innovación sostenible y expansión internacional

Amenduni está bien posicionado para liderar la transformación de los sectores del aceite de oliva y el aguacate, com-

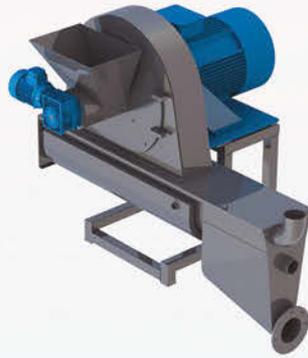


binando innovación tecnológica, sostenibilidad y experiencia industrial. Su capacidad para adaptarse a las tendencias del mercado y ofrecer soluciones de alta calidad le coloca en una posición estratégica para capitalizar las oportunidades emergentes en ambos sectores. El éxito en uno y otro depende de la capacidad

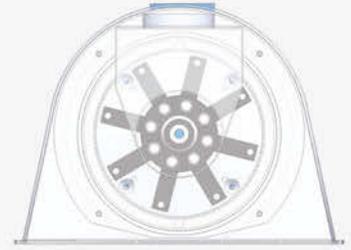
AMENDUNI



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

📘 amenduninicolasa • amenduniberica



[Amenduni está bien posicionado para liderar la transformación de los sectores del aceite de oliva y el aguacate, combinando innovación tecnológica, sostenibilidad y experiencia industrial]

de aprovechar tendencias globales tales como la demanda creciente de productos saludables, puesto que tanto el aceite de oliva como el aguacate son percibidos como opciones nutritivas y beneficiosas para la salud, lo que respalda su adopción en mercados emergentes. Por otra parte, los consumidores y reguladores valoran cada vez más las prácticas sostenibles en la producción, donde la eficiencia energética y la reducción de desechos se antojan claves. Finalmente, los mercados internacionales ofrecen oportunidades de crecimiento y la capacidad de Amenduni para ofrecer soluciones personalizadas y escalables le sitúa como socio estratégico para productores de diversas regiones.

I+D+I, realidad aumentada y formación avanzada

Un aspecto diferenciador de Amenduni es su apuesta por la formación continua y la integración de tecnologías emergentes como la realidad aumentada (AR), proyecto que se lleva desarrollando en

los últimos dos años con el grupo INGDISIG JAEN de la Universidad de Jaén. Este enfoque garantiza que los operadores y técnicos puedan aprovechar al máximo el potencial de las máquinas.

La realidad aumentada se está incorporando en los programas de mantenimiento y formación, permitiendo a los usuarios acceder a guías interactivas en tiempo real para solucionar problemas, realizar mantenimientos preventivos y ajustar parámetros de las máquinas. A través de estos dispositivos, los operarios podrán visualizar modelos tridimensionales de los equipos, identificar componentes internos y seguir instrucciones paso a paso de manera intuitiva.

Esta tecnología no sólo reduce tiempos de inactividad, sino que también minimiza los errores humanos y eleva la eficiencia operativa. Además, el programa de formación continua asegura que los equipos de trabajo estén siempre actualizados en el uso de las últimas innovaciones implementadas en la maquinaria.

OLIVENar y Almazara Óptima 4.0

Amenduni colabora en los proyectos OLIVENar y Almazara Óptima 4.0 por su amplia experiencia en tecnología para la extracción de aceite de oliva. Su participación se centra en la implementación y conocimiento de una serie de factores, ayudando a integrar tecnologías avanzadas para optimizar la producción y eficiencia, y mejorando la calidad y estabilidad del aceite. En ambos proyectos refuerza su compromiso con la innovación y sostenibilidad en la industria oleícola.

Liderado por INOLEO y con la participación de empresas y centros tecnológicos como Amenduni Ibérica, IMS Pesaje, Specialized Security Hub S.L., Oleocampo SCA, Norlean M&P S.L. y el Centro Tecnológico Metalmecánico y del Transporte (CETEMET), el proyecto Almazara Óptima 4.0 busca modernizar la producción de aceite de oliva mediante la digitalización y el uso de Inteligencia Artificial. Su herramienta clave es un Gemelo Digital, que permite simular y optimizar los procesos en tiempo real, mejorando la eficiencia y la calidad del aceite.

Por su parte, el proyecto OLIVENar busca mejorar la calidad del aceite de oliva virgen extra mediante la inertización con gases como nitrógeno y argón, reduciendo la oxidación y preservando sus propiedades sensoriales y nutricionales. Liderado por la Universidad de Jaén, Citoliva, Oleocampo y Amenduni Ibérica, y financiado por el FEADER y la Junta de Andalucía, su aplicación en almazaras permitirá la obtención de aceites más estables y saludables, marcando un nuevo estándar en la producción oleícola. 🍯

Amenduni Ibérica, S.A.
amenduni@amenduni.es
www.amenduni.com



**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



IMS Control Industrial impulsa la innovación con la apertura de una nueva sede en Geolit

Referente en innovación para el sector oleícola con una trayectoria consolidada, IMS Control Industrial continúa su expansión con la inauguración de su nueva sede en el Parque Científico Tecnológico Geolit y el desarrollo del ambicioso proyecto TEDAES (Tecnologías Digitales Aplicadas a la Eficiencia y Sostenibilidad), avalado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades a través del Centro para el Desarrollo Tecnológico y la Innovación (CDTI). Una expansión que refuerza su compromiso con la digitalización, la automatización y la sostenibilidad en la producción de aceite de oliva.



Como resultado de su firme compromiso con la innovación y el desarrollo tecnológico, IMS ha sido galardonada con seis premios en innovación y tecnología entre los que destaca el premio a la Innovación en la Feria del Olivo de Montoro por su sistema *Digitalization & Management 5.0* para optimizar el proceso productivo. Además, ha sido reconocida como Empresa del Año de Jaén en la categoría de Industria en la XXV edición de los Premios Emprende e Innova en Desarrollo Sostenible, un prestigioso galardón patrocinado por la Diputación de Jaén. También recibió el reconocimiento Premios Oliva 360- Cope Jaén en 2024 gracias a su avance y aportación al sector oleícola. En 2025, la empresa ha inaugurado su nueva sede en el Parque Científico Tecnológico de Jaén, Geolit, donde desarrollará un proyecto que pretende revolucionar el sector oleícola.



Pedro Martínez, CEO de IMS Control Industrial.

La nueva sede en Geolit representa un paso estratégico en su evolución al formar parte de la Incubadora de Alta Tecnología (IAT Matriz), un entorno que impulsa la innovación y el desarrollo sostenible en Jaén.

Durante el acto de inauguración celebrado el pasado 3 de marzo -que contó con la presencia del presidente de la Diputación de Jaén, autoridades locales y representantes del Parque Tecnológico-, IMS anunció el lanzamiento de TEDAES (Tecnologías Digitales Aplicadas a la Eficiencia y Sostenibilidad), un ambicioso proyecto de investigación que marcará un antes y un después en la industria, llevando la producción oleícola a una nueva era de digitalización y eficiencia. Este espacio permite a IMS fortalecer su colaboración con empresas y emprendedores, así como el acceso a tecnologías avanzadas, generando sinergias clave para seguir creciendo. IMS Control Industrial ha expresado su satisfacción por esta nueva etapa, destacando que este Parque Tecnológico es un entorno idóneo para impulsar la digitalización y eficiencia en la producción. “Este proyecto ha sido posible gracias a la sinergia entre diversas empresas que confluyen en Geolit, un entorno donde la innovación es el motor de desarrollo. Dentro de los numerosos y variados encuentros que se organizan se gestó el desarrollo de TEDAES, “un proyecto que nace del



El CEO de IMS Control Industrial, Pedro Martínez (dcha.), recibe las llaves de la nueva oficina de la empresa en Geolit de manos del presidente de la Diputación de Jaén, Francisco Reyes.

intercambio de conocimientos y la colaboración entre distintos actores allí presentes” -explica Pedro Martínez, CEO de IMS-. Nuestro objetivo es integrar Inteligencia Artificial, automatización en tiempo real y digitalización para optimizar todos los procesos productivos, desde la entrada de aceituna hasta su envasado, consiguiendo que el sistema tome decisiones de forma totalmente autónoma. Y qué mejor lugar para desarrollarlo que Geolit, un entorno al que podríamos denominar la NASA del sector oleícola”.

El proyecto TEDAES -que cuenta

La combinación perfecta para su olivar



Kubota



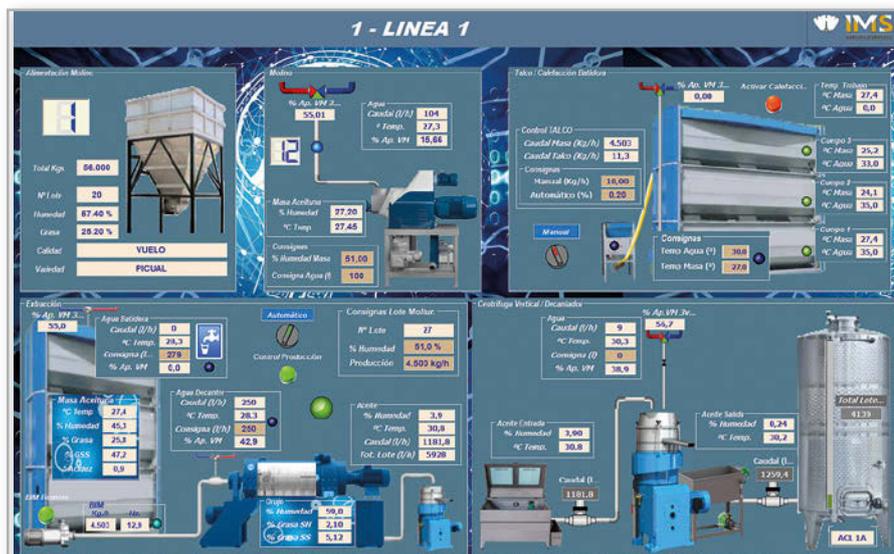
Kubota **M5002 Narrow** y pulverizador **XTA33**

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



con el respaldo del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) y la cofinanciación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)- es una iniciativa que supone un importante impulso para la generación de empleo y el crecimiento económico en la región. Su desarrollo no sólo contribuirá a la modernización del sector oleícola, sino que también favorecerá la creación de un ecosistema tecnológico en Jaén, atrayendo inversión y talento especializado. Además, permitirá a las empresas del sector acceder a herramientas avanzadas que mejorarán su competitividad y sostenibilidad a largo plazo. Su desarrollo, previsto hasta 2027, conlleva la contratación por parte de IMS de personal cualificado y una gran inversión, fortaleciendo el tejido empresarial y consolidando a la empresa como líder en digitalización oleícola a nivel global.

Protagonista en las ferias más importantes del sector

Además, IMS participa activamente en las ferias más importantes del sector oleícola. La más reciente ha sido la World Olive Oil Exhibition (WOOE), donde Pedro Martínez presentó el libro "Consideraciones sobre la búsqueda de ventajas competitivas en olivicultura: el caso particular de la provincia de Jaén", en el que ha sido autor del capítulo

[TEDAES es un ambicioso proyecto de investigación que marcará un antes y un después en la industria, llevando la producción oleícola a una nueva era de digitalización y eficiencia]

"Sistemas de control como garantía de eficiencia". Asimismo, el CEO de IMS recibió uno de los premios otorgados al Galardón WOOE al Mejor TFM del Máster en Administración de Empresas Oleícolas de la UJA, un reconocimiento a su compromiso con la formación y la excelencia en el sector. "La formación continua es clave para la evolución del sector -afirma Martínez-. Gracias a este Máster he adquirido conocimientos que aplico en mi empresa a diario para su crecimiento y desarrollo". Otra prueba de su firme apuesta por la formación continua como motor de crecimiento es la reciente firma de un acuerdo de colaboración con el Centro de Interpretación Olivar y Aceite de Úbeda, con el objetivo de formar a los mejores maestros de



Pedro Martínez, CEO de IMS Control Industrial (a la dcha. de la imagen), junto con Ramón Jiménez, responsable comercial de IMS (izqda.), y Javier Gámez, presidente de la Asociación Olivar y Aceite (centro).



almazaras y garantizar el relevo generacional en la industria oleícola creando futuros talentos.

Otra de las ferias del sector donde IMS estará presente es Expoliva 2025, con un stand propio en el Pabellón Olivo Arena. Un espacio en el que los asistentes podrán conocer de primera mano las últimas soluciones tecnológicas desarrolladas por la compañía, de la mano del proyecto TEDAES, explorando sus innovaciones en automatización, digitalización y eficiencia productiva. Asimismo, tendrán la oportunidad de interactuar con su equipo de expertos, quienes ofrecerán asesoramiento técnico especializado y atenderán consultas sobre la implementación y optimización de sus sistemas en el ámbito industrial oleícola.

Con estos hitos, IMS Control Industrial sigue reafirmando su papel como referente en innovación aplicada a la producción de aceite de oliva, impulsando la eficiencia y sostenibilidad en un sector clave para la economía. 🍷

Instalación, Mantenimiento y Sistemas de Pesaje, S.L.
info@imscontrolindustrial.com
www.imscontrolindustrial.com



olivares vivos

EL SELLO QUE DA VIDA A TU AOVE

OLIVAIS
RECONCILIADOS
COM A VIDA
ULIVETI
RECONCILIATI
CON LA VITA
ΕΛΑΙΩΝΕΣ
ΠΟΥ ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΟΥΝ
ΤΗ ΒΙΟΠΟΙΚΙΛΟΤΗΤΑ
AT ONE WITH
NATURE

www.olivaresvivos.com

inete

CON LA FINANCIACIÓN DE
LA COMISIÓN EUROPEA



SOCIOS:



COFINANCIADORES:





Treico inicia una nueva etapa marcada por la excelencia en el servicio y la atención al cliente

Con más de 60 años de experiencia en el diseño y fabricación de maquinaria industrial, Treico ha destacado desde sus inicios por su firme compromiso con la innovación y la mejora continua en el tratamiento y procesado de la aceituna, desarrollando maquinaria cada vez más eficiente y adaptada a las necesidades del mercado. Ahora la compañía estrena nuevo equipo directivo e imagen corporativa manteniendo la misma filosofía orientada a la búsqueda de la excelencia en el servicio y la atención al cliente.



a lo largo de estas seis décadas, Treico ha consolidado progresivamente su posición como líder en la fabricación de equipos para almazaras. Su enfoque en I+D ha permitido la creación de soluciones tecnológicas avanzadas que optimizan cada etapa del proceso de producción. La empresa ha sabido combinar tradición y modernidad, respetando los métodos tradicionales mientras incorpora innovaciones que mejoran la eficiencia y calidad del producto final.

Uno de los aspectos clave en el proceso de elaboración del aceite de oliva es la limpieza de las aceitunas. Treico ha desarrollado líneas de limpieza que garantizan la eliminación efectiva de impurezas, asegurando que sólo las mejores aceitunas lleguen a la fase de molienda. Estas líneas incorporan tecnologías de vanguardia que permiten un tratamiento delicado del fruto, preservando sus cualidades organolépticas y contribuyendo a la obtención de aceites de alta calidad.



Además, Treico ha implementado mejoras significativas en sus equipos de limpieza, enfocándose en la eficiencia energética, la sostenibilidad y el estricto cumplimiento de la normativa vigente. La incorporación de sistemas automatizados y controles precisos ha reducido

el consumo de recursos y minimizado el impacto ambiental, alineándose con las demandas actuales de producción responsable.

Nuevo equipo directivo e identidad corporativa

En 2024 un nuevo grupo inversor se ha puesto al frente de las operaciones de Treico para llevar a la compañía a nuevas cotas de excelencia. Un proceso en el que se ha renovado el equipo directivo e incorporado nuevos profesionales con una visión clara hacia la excelencia en el servicio y la atención al cliente. Este nuevo liderazgo se traduce en una mayor cercanía con los clientes, comprendiendo sus necesidades específicas y ofreciendo, a través de las divisiones *Treico Services*, *Treico Environmental* y *Treico Arids*, soluciones personalizadas de maquinaria y servicios que se adaptan a cada proyecto.

Conscientes de que el capital humano es esencial para el éxito, Treico ha



adnagro.es
plataformatierra.es



La entidad financiera con experiencia de décadas en nuestro campo, del conocimiento compartido y de los productos especializados en la cadena alimentaria...

 **cajamar**
CAJA RURAL



Este es nuestro **ADNAgro**. Estos son nuestros **especialistas agro**.
Y lo llevan muy dentro. **Contacta con nosotros.**



[A través de sus divisiones *Treico Services*, *Treico Environmental* y *Treico Arids*, la compañía ofrece soluciones personalizadas de maquinaria y servicios adaptadas a cada proyecto]

... y gestión responsable del agua en los procesos de lavado

La sostenibilidad ambiental representa una prioridad para toda la compañía, y en especial para la división *Treico Environmental*. En los procesos de lavado de aceitunas, la empresa ha implementado sistemas que optimizan el uso del agua, reduciendo su consumo y garantizando una gestión responsable de este recurso vital. Las tecnologías desarrolladas permiten la reutilización y el tratamiento eficiente del agua, minimizando el desperdicio y contribuyendo a la conservación del medio ambiente.

Este enfoque ecológico no sólo responde a criterios de responsabilidad corporativa, sino que también ofrece beneficios económicos a las almazaras, al disminuir los costes asociados al consumo de agua y tratamiento de residuos. Treico demuestra así que es posible combinar rentabilidad y respeto por el entorno.

Respalda por más de 60 años de experiencia y un firme compromiso con la innovación, la calidad y la sostenibilidad, Treico se erige como un referente en la fabricación de maquinaria industrial para el sector oleícola y continúa adaptándose a los desafíos del mercado, ofreciendo soluciones que satisfacen las necesidades de sus clientes y contribuyen al desarrollo sostenible de la industria del aceite de oliva. 🍷

Grupo Treico
welcome@treico.com
www.treico.com

la sociedad y el medio ambiente (RSC). Todo ello se ve reflejado en la nueva identidad corporativa de la empresa presentada en 2025, acompañada de una nueva línea de diseño y sitio web.

Inversión en I+D...

La inversión en investigación y desarrollo es una constante en la filosofía de Treico. La empresa destina recursos significativos a la creación de nuevos productos y a la mejora de los existentes, siempre con el objetivo de ofrecer soluciones más eficientes y duraderas. Este compromiso con la innovación ha permitido a Treico mantenerse a la vanguardia del sector, anticipándose a las tendencias y necesidades del mercado.

El Departamento de I+D trabaja en estrecha colaboración con universidades y centros de investigación, fomentando la transferencia de conocimiento y la aplicación de tecnologías emergentes en sus productos. Esta sinergia ha dado lugar a desarrollos pioneros que han revolucionado el procesamiento de la aceituna y la producción de aceite de oliva.

realizado un esfuerzo significativo en reforzar su personal de taller. La contratación de técnicos especializados y la formación continua del equipo existente aseguran que la fabricación y mantenimiento de las máquinas se realicen con los más altos estándares de calidad. Este enfoque garantiza que los productos de Treico cumplan con las expectativas de rendimiento y durabilidad que exige el mercado.

Esta revolución en la estructura, infraestructuras y medios de la empresa trae consigo una nueva organización administrativa y la adopción de nuevos valores y estándares de calidad como la sostenibilidad y el compromiso con



INOELEC

automatización industrial



Avd. Malaga nº37 bis
Montilla (Córdoba), España

+ 34.957664334 Oficinas

www.inoelec.com
info@inoelec.com

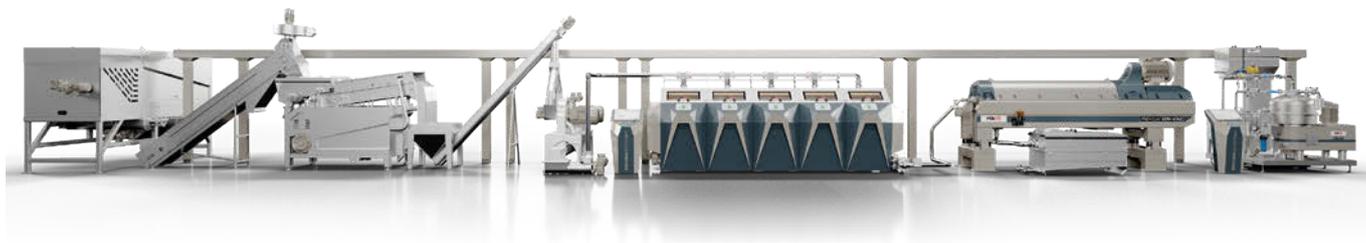
AUTOMATIZACION INDUSTRIAL - SOLUCIONES A SU ALCANCE



 **INDUSTRIA CONECTADA 4.0**
PIDE INFORMACION SIN COMPROMISO 



Almazara Premium de HAUS, eficiencia y calidad superiores con tecnologías innovadoras



En su firme objetivo de satisfacer la creciente demanda de aceite de oliva de alta calidad en todo el mundo, HAUS ha combinado un diseño llamativo con equipos de última generación en su nueva línea de producción Premium, que adopta los principios de la Industria 4.0. Con la innovación como bandera, esta instalación no sólo aumenta la eficiencia productiva, sino que también establece un nuevo estándar en el sector oleícola al facilitar la obtención de aceite de oliva de calidad aplicando mejoras sencillas de implementar.

Con un perfil de consumidor cada vez más sofisticado y un público cada vez más preocupado por la calidad, los productores de aceite de oliva están priorizando la obtención de zumos de alta calidad, que requiere equipos que proporcionen los parámetros precisos para lograr resultados óptimos. Olive Premium 55, la nueva almazara Premium de HAUS, satisface estas necesidades con características innovadoras diseñadas para agilizar las operaciones y optimizar la calidad del producto.

Con una potencia de motor instalada de 141 kW, Olive Premium 55 cuenta con banda separadora de hojas (modelos BKP-321 y BKP-821), lavadora (modelo YE-50), doble trituradora (KS-22), batidora (MS-5X1000), decánter (DDV 4742) y centrífuga vertical (VBA 5433-P40).

Principales innovaciones

Entre sus principales innovaciones figuran sus avanzados sistemas de lavado y de trituración. En el primero, las aceitunas son transportadas sobre una cinta transportadora de calidad alimentaria y pasan por el sistema de lavado, que además cuenta con un eficiente



Banda separadora de hojas
Premium BKP-821.

ventilador. Los frutos se limpian bien antes de entrar en el molino y se mejora la calidad general del aceite, minimizando la cantidad de agua que se aporta a la masa.

En cuanto al sistema de trituración de nueva generación, utilizando un molino de cuchillas especialmente desarrollado en lugar del tradicional es posible extraer AOVE rico en sabor y componentes fenólicos aplicando fuerza de corte en lugar de trituración. Además, con el sistema de lavado con boquillas en la

tapa frontal se proporciona un lavado del molino fácil y eficaz.

A ello hay que sumar un proceso de batido mejorado, ya que la nueva batidora cuenta con un sistema de lavado por boquillas, ventanas de acceso más grandes para facilitar la limpieza y un panel táctil frontal fácil de usar que muestra datos cruciales como la temperatura de la masa, la temperatura del agua y el tiempo de batido.

El decánter de la nueva almazara Premium de HAUS, por su parte, incorpora un sistema centrífugo que permite ajustes del nivel de aceite sin detener la máquina, reduciendo el contacto con el aire y preservando la calidad del producto. Además, el sistema también minimiza el aceite residual que queda al final de la jornada.

Y no hay que olvidar las soluciones de limpieza automatizadas: con el sistema CIP (limpieza *in situ*) automático con el que está dotada la centrífuga se garantiza una higiene máxima en el separador, reduciendo significativamente el tiempo necesario para las operaciones de limpieza.

En definitiva, la almazara HAUS Premium es mucho más que una línea de producción: representa una solución



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

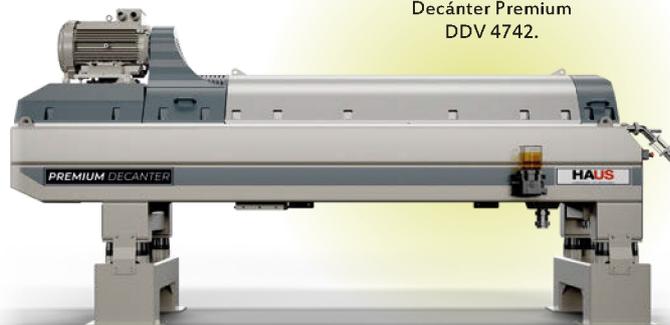
hausiberia.com     HAUSiberia



Molino de cuchillas
Premium KS-22.



Decánter Premium
DDV 4742.



Centrífuga vertical
Premium VBA
5433-P40.



Lavadora Premium
YE-50.



Batidora Premium
MS-5X1000.



integral para los productores de aceite de oliva que buscan mejorar la calidad y maximizar la eficiencia, preservando las excepcionales cualidades del aceite de oliva gracias a un tiempo de inactividad mínimo y un mantenimiento sencillo.

HAUS, sinónimo de excelencia desde 1954

Durante más de 65 años, HAUS ha sido sinónimo de excelencia en la producción de alta calidad, respaldada por la más avanzada tecnología y un firme compromiso con la máxima satisfacción del cliente.

En 1962, HAUS fabricó su primera prensa para la extracción de aceite de oliva. La primera planta de aceite de oliva de sistema continuo llegó en 1989. Hoy en día, la compañía turca con sede en Aydın fabrica aproximadamente 650 centrífugas al año y opera con un equipo de alrededor de 750 empleados en una fábrica integrada de última tecnología

[La almazara HAUS Premium es mucho más que una línea de producción: representa una solución integral para los productores de aceite de oliva que buscan mejorar la calidad y maximizar la eficiencia]

con una extensión de 100.000 m². Gracias a su avanzada gestión de calidad y equipamiento de vanguardia, la empresa exporta sus productos -una de cada dos máquinas- a más de 70 países. Sin olvidar su excelente servicio postventa, ininterrumpido y de total confianza.

En todo este tiempo, la compañía ha logrado construir y consolidar una marca global mundialmente conocida que cuenta con una extensa y sólida red de agentes y distribuidores, inmersa en un proceso de expansión internacional y que aspira a convertirse en uno de los tres proveedores líderes a nivel mundial de tecnologías de centrifugación.

Como indica Alberto Bueno, Sales Director de HAUS Iberia, "en HAUS nos enorgullecemos de escuchar a nuestros clientes, que nos han acompañado en todo el proceso de desarrollo. Nuestro equipo de ingenieros y sus exhaustivos estudios e investigaciones son garantía de éxito, ahora y en el futuro".

HAUS Iberia Tecnologías de Centrifuga, S.L.
alberto.bueno@hausiberia.com
www.hausworld.com



LECCIANA®

— LA VARIEDAD ITALIANA DE LOS —
GRANDES ACEITES

La variedad Lecciana, es una variedad “made in Italy” propiedad de la Universidad de Bari. Plenamente adaptada al olivar en seto. Se caracteriza por su resistencia al frío, su vigor medio, su precocidad productiva, y la indiscutible calidad organoléptica de sus aceites. **Una variedad de premio.**



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI BARI
ALDO MORO



Envases y Botellas Ayrtaac: crecimiento, innovación y compromiso con el sector oleícola

Tras una importante reestructuración, Envases y Botellas Ayrtaac ha iniciado una nueva e ilusionante etapa marcada por la innovación con la que pretende revolucionar el sector mediante nuevos productos, más y mejor servicio y una firme apuesta por el sector oleícola que se reflejará en la apertura a lo largo de 2025 de un nuevo almacén en Andalucía y la puesta en marcha de un equipo comercial propio para la zona Sur.

En los últimos años, Envases y Botellas Ayrtaac ha experimentado un crecimiento sólido y constante dentro del mercado de los envases, consolidándose como un referente tanto en España como en otros países. Con oficinas centrales en Utebo (Zaragoza), desde sus inicios Ayrtaac apostó por un modelo de empresa familiar cercano y con vocación de servicio, convencidos de que la cercanía y la confianza son pilares fundamentales en el sector del packaging. Hoy, la compañía ha dado un paso más en su afán por mejorar la experiencia de sus clientes con una apuesta firme por la expansión en el sector oleícola.

Tal y como afirma su CEO, José Manuel Tornos, "uno de nuestros principales objetivos es recuperar la figura del distribuidor de envases con una visión 360°, capaz de responder con rapidez y eficacia a las necesidades de productores y cooperativas. La experiencia nos ha demostrado que muchas almazaras y envasadoras requieren un proveedor que entienda sus desafíos, que sea flexible y que ofrezca soluciones específicas para cada tipo de producto". Por ello, en Envases y Botellas Ayrtaac, además de disponer de una amplia gama de botellas y tarros, brindan un servicio de asesoría técnica y comercial que va más allá de la mera distribución.



Así, y con el propósito de estar más cerca de sus clientes, la empresa está poniendo en marcha a partir de este año un importante proyecto de ampliación territorial e inaugurará un nuevo almacén en Andalucía -región estratégica para el sector del aceite de oliva-, donde dispondrá de stock de botellas y envases especializados para aceite, licor y otros productos afines, como la aceituna de mesa. Esta iniciativa le permitirá ofrecer un servicio de mayor inmediatez, reduciendo plazos de entrega y mejorando la disponibilidad de referencias que demandan los clientes. Además, para reforzar esta presencia local, en mayo contará con un equipo comercial propio que operará por toda la zona Sur, formado por especialistas en producto capaces de asesorar de manera personalizada y ágil.

Presencia en Expoliva 2025

Esta fuerte apuesta de Envases y Botellas Ayrtaac por el sector oleícola se verá refrendada con su participación en Expoliva, la Feria Internacional del Aceite de Oliva e Industrias Afines, la más importante del mundo. En su stand,



la empresa aragonesa presentará toda su gama de productos, desde botellas y tarros hasta cierres y accesorios de diferentes capacidades y diseños. Asimismo, será el escenario perfecto para dar a conocer sus proyectos actualmente en marcha, como la línea de personalización de botellas para clientes con necesidades específicas o propuestas más innovadoras. "Nos entusiasma poder mostrar en directo nuestra visión de futuro -asegura José Manuel Tornos-, intercambiar impresiones y, sobre todo, escuchar de primera mano las inquietudes de productores, cooperativas y profesionales del sector".

¿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



[Entre los proyectos de I+D destaca el desarrollo de la primera botella de aceite diseñada por Ayrtaç, que verá la luz a finales de este año]



Estand de Envases y Botellas Ayrtaç en la feria ENOMAQ 2025.

forma de conectar con sus clientes y aliados. Un espacio concebido para dar voz a las historias y desafíos reales de quienes forman parte de esta gran industria: conserveros, almazaras de aceite, fabricantes de licor o bodegas de vino. Cada episodio de *DESTAPADOS* explorará experiencias de éxito, fracasos, innovaciones y aprendizajes que inspiran y unen a los profesionales del sector, compartiendo vivencias y conocimientos en aras de fortalecer las relaciones y generar sinergias, alineadas con su filosofía de cercanía y cooperación. Este *podcast*, unido a la apuesta por el diseño de nuevas botellas, la apertura de un almacén en Andalucía y la participación en ferias como Expoliva reafirma el compromiso de Envases y Botellas Ayrtaç por impulsar el crecimiento colectivo en la industria de alimentación y bebidas. 💧

Envases y Botellas Ayrtaç, S.L.
ayrtac@ayrtac.com
www.envasesybotellasayrtac.com

La búsqueda de la excelencia y la diferenciación es una constante en el trabajo diario de Envases y Botellas Ayrtaç. Por ello, la compañía ha forjado alianzas con *partners* de gran solvencia como Reis Packaging, con quien comparte valores de calidad, versatilidad y servicio al cliente, para desarrollar conjuntamente nuevos modelos de botellas que combinen un cuidado diseño con las prestaciones técnicas más exigentes. El objetivo es brindar soluciones capaces de realzar el producto, protegerlo y, al mismo tiempo, reforzar la imagen de marca de sus clientes.

Pero la innovación no se limita únicamente a la ampliación de su gama de envases. En la actualidad, Envases y

Botellas Ayrtaç está llevando a cabo proyectos de I+D que pronto se traducirán en lanzamientos concretos. Entre ellos, destaca el desarrollo de la primera botella de aceite diseñada por Ayrtaç, que verá la luz a finales de este año. Como reconoce su CEO, este hito supone un paso decisivo en la evolución de la compañía, "ya que seremos capaces de ofrecer un producto propio y diferenciado, concebido al detalle para las exigencias del mercado actual y con posibilidad de personalización para grandes y pequeños productores".

Mención aparte merece *DESTAPADOS*, su nuevo proyecto de *podcast* para el sector de alimentación y bebidas, que supone un paso más en la



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



FOSS y la importancia de la gestión inteligente de datos en el sector oleícola

El compromiso de FOSS, una empresa de vanguardia en soluciones analíticas para el sector oleícola, va mucho más allá de proporcionar meras cifras. Su objetivo es transformar los datos en inteligencia que permita una toma de decisiones informada y efectiva, promoviendo la optimización de la producción de AOVE de manera eficiente y sostenible.



La industria oleícola se encuentra en constante evolución, con un enfoque creciente en la mejora de la eficiencia, la sostenibilidad y la rentabilidad. En este contexto, la capacidad de gestionar y analizar correctamente los datos generados durante el proceso de producción se ha convertido en una herramienta fundamental. La cita de William Thomson, conocido como Lord Kelvin, “si puedes medirlo o expresarlo con números, entonces puedes pensar que sabes algo sobre eso”, resume la relevancia de los datos en cualquier ámbito. Sin embargo, se antoja crucial recordar que los números por sí solos no ofrecen una comprensión completa del proceso; es necesario transformarlos en información útil a través de un análisis inteligente.

La clave para alcanzar la máxima eficiencia en la producción oleícola radica en la capacidad de interpretar y utilizar correctamente los datos generados en cada fase del proceso. FOSS ha desarrollado soluciones innovadoras que permiten el análisis rápido y preciso de una amplia gama de parámetros relacionados con la aceituna y el aceite, desde la entrada del fruto hasta la producción final. Este enfoque no sólo mejora la calidad del producto, sino que también asegura la rentabilidad y la sostenibilidad de la actividad productiva.



La tecnología de espectroscopia NIR (Infrarrojo Cercano) utilizada por FOSS permite realizar un control exhaustivo de calidad en las fases iniciales del proceso, desde la recolección de la aceituna hasta su segregación y pago por calidad. Esta tecnología ha permitido analizar más de dos millones de muestras de aceitunas en la presente campaña, generando más de 20 millones de análisis de parámetros de control. Gracias a este enfoque se ha logrado clasificar el fruto con precisión, asegurando la producción de los aceites de mayor calidad y garantizando un pago justo a los agricultores por sus productos.

Innovación y colaboración

FOSS no sólo ofrece soluciones tecnológicas, sino que también se compromete a seguir innovando junto con el sector oleícola. A través de la organización de reuniones, jornadas y foros anuales, la empresa fomenta el intercambio de conocimientos y la actualización constante sobre los avances en el campo de la analítica y la gestión de datos. De esta forma, contribuye a la creación de un entorno colaborativo que impulsa la innovación y mejora la competitividad del sector.

La colaboración entre FOSS y el sector oleícola ha sido clave para el avance hacia un modelo de producción más



*Unidos por la tradición,
alimentados por la pasión.*

migasa.com



[FOSS ha sido pionera en la implementación de nuevas soluciones analíticas que no sólo controlan los parámetros de calidad y pureza del aceite, sino que también evalúan nuevos índices cruciales para la producción oleícola]

eficiente y sostenible. Mediante la creación de grupos de trabajo en los que participan expertos de empresas, laboratorios, cooperativas, universidades y centros de investigación como el CSIC se ha logrado una transición fundamental en la industria: de la era del rendimiento a la era de la calidad eficiente, rentable y sostenible.

En este sentido, FOSS ha sido pionera en la implementación de nuevas soluciones analíticas que no sólo controlan los parámetros de calidad y pureza del aceite, sino que también evalúan nuevos índices cruciales para la producción oleícola, como el índice de maduración de la aceituna, el índice de sanidad, el contenido en biofenoles y la evaluación del riesgo de contaminación por MOSH-MOAH. Estos avances son



posibles gracias al uso de sensores NIR que permiten obtener información precisa y en tiempo real, lo que facilita la toma de decisiones estratégicas y mejora la calidad global del producto.

El valor de la gestión inteligente de los datos en la producción oleícola

La integración de los datos y la gestión inteligente de los mismos son esenciales para la automatización de los procesos en la producción oleícola. FOSS ha desarrollado un software de integración de datos que actúa como interfaz entre los distintos sistemas de control, permitiendo la automatización de las operaciones y la optimización de la producción. Además, la robustez de las calibraciones y el soporte técnico profesional garantizan la fiabilidad y

exactitud de los resultados, lo que a su vez contribuye a la mejora continua del proceso de producción.

La fiabilidad de los datos obtenidos mediante las soluciones de FOSS se ve respaldada por una extensa base de datos de más de 55.000 muestras recogidas durante más de cinco campañas. Esta base de datos, junto con los ejercicios intercomparativos "Ring Test" realizados anualmente, asegura la consistencia y precisión de los análisis, lo que a su vez refuerza la confianza de los laboratorios y productores en los resultados obtenidos.

En conclusión, la gestión de los datos y su análisis inteligente son factores cruciales para el futuro del sector oleícola. Las soluciones de FOSS, basadas en la tecnología de espectroscopia NIR y el software de integración de datos, permiten una optimización de la producción que, además de mejorar la calidad del AOVE, también contribuye a la sostenibilidad y rentabilidad de las empresas del sector. Y es que, en un entorno cada vez más competitivo, el uso inteligente de los datos es la clave para tomar decisiones acertadas y alcanzar el éxito en la industria oleícola. 🍯

FOSS IBERIA, S.A.U.
infofoss@foss.es
www.fossanalytics.com/es-es/

weberfloor PAICRETE 3C

Suelos que pisan fuerte

Poliuretano-cemento para pavimentos de alta exigencia en industria agroalimentaria



Máximas resistencias mecánicas y químicas



Propiedad antimicrobiana



Para aplicaciones de máxima exigencia higiénica



Resistencia choques térmicos



Nos comprometemos a construir mejor para las personas y el planeta





IFC Agrícola refuerza su compromiso con el sector participando en la creación de la almazara Molino de las Vegas Altas



Expertos en ejecución de plantaciones y gestión de fincas de olivar y almendro, IFC Agrícola trabaja siempre buscando la mayor calidad de la forma más eficiente y sostenible, ayudando a los agricultores a conseguir la mayor rentabilidad y productividad en sus cultivos.

Los orígenes de IFC Agrícola, una singular y vibrante empresa con sede en Don Benito (Badajoz) especializada en el cultivo de olivar y almendro, se remontan a 2021, cuando Francisco Delgado, reconocido profesional con más de 20 años de experiencia en la gestión de fincas, decide fundar la sociedad. Su increíble expansión ha hecho que en apenas cuatro años IFC se haya posicionado como uno de los actores principales en lo que se refiere a la transformación y gestión integral de olivar y almendro en Extremadura, contando en la actualidad con más de 2.500 hectáreas a su cargo, si bien su gestión se extiende también a áreas de Portugal, Andalucía y Castilla-La Mancha.

El proceso integral de transformación de fincas rústicas a plantaciones de olivos y almendros -o lo que es lo mismo, el servicio "llave en mano"- incluye el estudio previo de viabilidad, el diseño de plantación, el movimiento de tierra



y preparación del terreno, la elección del sistema de riego más eficiente y sostenible y la dirección y ejecución del proyecto, así como la asistencia técnica. Asimismo, IFC Agrícola proporciona servicios de asesoramiento y gestión de cultivos (gestión de riego, planes de abonado específico, estrategias de control de arvenses, control de plagas y enfermedades, formación y mantenimiento del árbol mediante podas), servicio técnico y optimización de recursos.

Apoyada en tres sólidos pilares -excelencia, sostenibilidad y rentabilidad-, sin duda una de las claves del éxito de esta joven y ya consolidada compañía es su potente equipo técnico, capacitado para operar y gestionar grandes proyectos que aúnan el trato personal con el cuidado artesanal y la tecnología más puntera, siempre en aras de maximizar el rendimiento y garantizar los mejores resultados en las fincas que gestionan. Un equipo multidisciplinar, comprometido y con

GLASS
MADE
GOOD



vidrala



gran experiencia en el sector que realiza estudios exhaustivos y personalizados teniendo en cuenta todos los factores que determinarán el éxito agronómico y económico de la explotación.

IFC Agrícola también destaca por su versatilidad y capacidad innovadora, parámetros que han aplicado en la explotación de sus propias fincas, implementando puntos de desarrollo I+D a través de alianzas de cooperación con algunas de las entidades públicas y privadas más prestigiosas del sector.

Molino de las Vegas Altas: sostenibilidad, tradición y AOVE de alta calidad

Pero su apuesta por generar valor al conjunto del sector agrícola va más allá, ya que, observando el elevado crecimiento de la superficie de olivar en Vegas Altas (Badajoz) -la comarca extremeña de regadío por excelencia-, IFC ha optado por la fórmula de la co-participación en la creación de la que se espera sea una de las centrales de producción de AOVE de referencia en la región: la almazara de nueva creación Molino de las Vegas Altas (www.

molinovegasaltas.com), que entrará en funcionamiento en la próxima campaña 2025/26.

Un ambicioso proyecto que pone el foco en la sostenibilidad, la tradición y la obtención de aceite de oliva virgen extra de alta calidad con el que IFC Agrícola amplía su oferta de servicios, simplificando y facilitando el ciclo de producción a todos los clientes y agricultores de la comarca, y garantizando un futuro próspero para la comunidad local.

La almazara cuenta con tecnología de última generación y un sistema de gestión que le permite posicionarse a la vanguardia del sector, con dos líneas de recepción de 200.000 kilos/hora y una capacidad de molturación de 1.000.000 kg. de aceituna al día. La bodega, por su parte, es capaz de almacenar más de 500.000 kg. de aceituna y más de 6.000.000 kg. de aceite.

La puesta en marcha de esta industria agroalimentaria generará más de 30 empleos directos e indirectos cuando alcance la plena producción, impulsando el desarrollo económico de Gargáligas y la comarca de Vegas Altas. Un proyecto que se presenta al mercado como un

[La almazara de nueva creación Molino de las Vegas Altas se espera que sea una de las centrales de producción de AOVE de referencia en la región]

modelo empresarial sostenible -también prestará especial atención al aprovechamiento de los residuos-, con una visión de economía circular y de proximidad, y cuyo objetivo es prestar servicios que permitan incrementar el valor de la producción de los agricultores, que se beneficiarán de un mercado más accesible y justo, ayudándoles a prosperar en un entorno cada día más competitivo. 💧

IFC AGRÍCOLA, S.L.U.
info@ifcagricola.com
www.ifcagricola.com

Alta eficacia contra la mosca del olivo

Con la mayor naturalidad

Spintor[®] CEBO

Qalcova[™] active

INSECTICIDA

Certificado para ECOLÓGICO





Entrevista con Álvaro Labella, CEO de Olibest y OlivoGestão

“Lo que nos diferencia es nuestra visión y gestión integral, que nos ha permitido consolidarnos como un referente en la olivicultura en Portugal”



Fundada en 2014 por el empresario cordobés Álvaro Labella en la localidad portuguesa de Beja, OlivoGestão es una consultora especializada en el estudio, diseño, plantación y gestión integral de fincas de olivar que puede presumir de haber plantado más de 20.000 hectáreas en el Alentejo portugués en la última década. Innovación, sostenibilidad y eficiencia al servicio de la nueva olivicultura.

OlivoGestão es una empresa de referencia en el sector de la olivicultura en Portugal. ¿Qué servicios ofrece y qué le diferencia de otras empresas del mercado?

En OlivoGestão estamos especializados en la gestión integral de explotaciones, y eso es precisamente lo que nos diferencia de otras empresas del sector. Nuestra labor abarca desde la gestión agrícola hasta la fase de transformación en la almazara y la comercialización del aceite. Estamos presentes en el día a día de las fincas, lo que nos permite abordar no sólo la parte técnica, como pueden ser las recomendaciones de riego, fertilización, tratamientos, podas, etc.; sino también garantizar que todas las operaciones se realicen correctamente. Nos responsabilizamos de la contratación de la mano de obra y de la maquinaria necesaria para cada trabajo, incluyendo la cosecha, lo que nos permite garantizar buenos resultados y eficiencia en la producción.

Además, disponemos de un departamento administrativo que se encarga de tramitar toda la documentación con instituciones, licencias, solicitudes de ayudas... así como un departamento financiero especializado en la elaboración de



planes de negocio, análisis de inversiones y tramitación de financiaciones para nuestros clientes. Esta visión integral nos ha permitido consolidarnos como una referencia en la olivicultura en Portugal.

¿Cuál es la capacidad actual de vuestra joven almazara Olibest y qué destacarías de sus instalaciones?

En efecto, Olibest es un proyecto relativamente joven, ya que iniciamos nuestra actividad en 2021, pero se ha convertido en una de las almazaras de referencia en el sector gracias a su dimensionamiento y modernidad. Desde el principio hemos apostado por la automatización total de los procesos, lo que permite una gestión eficiente y un control riguroso en cada etapa. Contamos con un software de gestión que nos proporciona datos pre-

cisos en tiempo real, asegurando una trazabilidad total del producto.

En cuanto a las instalaciones, el patio de recepción dispone de seis líneas de descarga y tolvas con capacidad para 2.000 toneladas de aceituna, mientras que la sala de extracción está dotada con 13 líneas que nos permiten transformar más de 3.500 toneladas de aceituna diarias. Finalmente, nuestras bodegas tienen una capacidad total de 20.000 t.

Cabe destacar que en la campaña 2024/25 Olibest se ha consolidado como la almazara de mayor volumen de Portugal, molturando más de 100.000 t. de aceituna y produciendo aproximadamente 14.000 t. de aceite de oliva, lo que nos posiciona probablemente entre las tres primeras almazaras del mundo en esta campaña.



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.



Álvaro Labella, CEO de OlivoGestão, en la bodega y en la sala de extracción de la almazara Olibest, donde en la última campaña se produjo el 8% del aceite de oliva de Portugal.

“En la campaña 2024/25 Olibest se ha consolidado como la almazara de mayor volumen de Portugal, molturando más de 100.000 t. de aceituna y produciendo aproximadamente el 8% del aceite de oliva del país”

En Portugal sigue avanzando la plantación de nuevos olivares. ¿Cómo enfocáis la colaboración con vuestros clientes a la hora de acometer los diferentes proyectos?

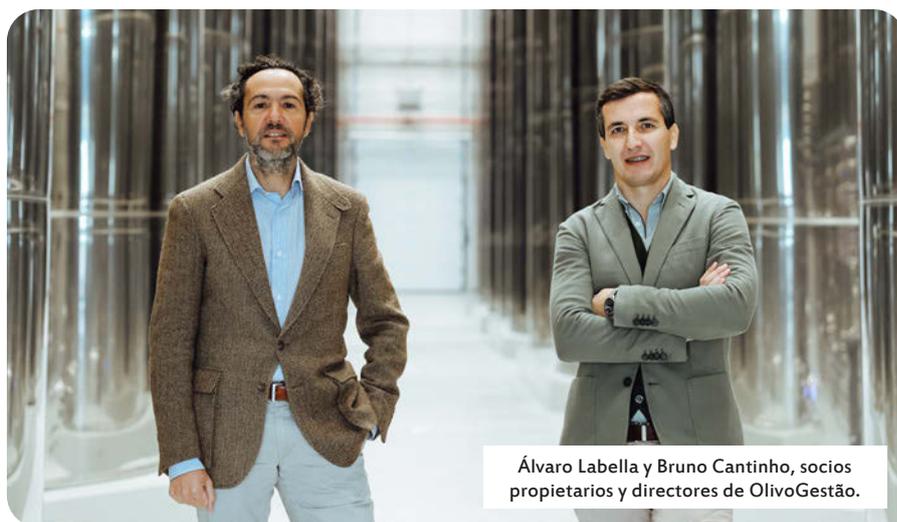
Nuestro compromiso con nuestros clientes es total desde el inicio del proyecto. Les ofrecemos asesoramiento en la búsqueda y análisis de fincas, diseño y ejecución del proyecto de transformación, análisis financiero de la inversión y tramitación de ayudas para la misma. Además, facilitamos la intermediación con bancos para obtener la financiación necesaria.

El Departamento de Plantaciones de OlivoGestão ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, con más de 5.000 hectáreas transformadas en los últimos tres años. Esto es el resultado de la calidad de nuestras obras y de los servicios de gestión de proyectos y financieros que ofrecemos a nuestros clientes.

¿Cómo definirías esta campaña en términos de producción y calidad?

Ha sido un año complicado, especialmente en cuanto a calidad y mercado. Si bien las producciones en el campo han sido muy altas, los índices de grasa han sido bajos. La aceituna ha mantenido humedades elevadas, lo que ha generado aceites de menor intensidad. Además, las condiciones climáticas han favorecido la aparición de la antracnosis, provocando un aumento significativo de la acidez en la fase final de la cosecha.

Desde el punto de vista del mercado, el inicio de la campaña estuvo marcado por una fuerte bajada de precios y una



Álvaro Labella y Bruno Cantinho, socios propietarios y directores de OlivoGestão.

paralización de las operaciones comerciales, lo que generó tensiones en la gestión de las expectativas de venta de nuestros clientes, pero ya sabemos que cada año es un desafío diferente.

¿Qué superficie gestiona actualmente OlivoGestão y qué crecimiento esperáis en los próximos años, tanto en campo como en almazara?

Actualmente gestionamos unas 12.000 hectáreas de olivar. La proyección de crecimiento estará influenciada en gran medida por la evolución del precio del aceite en los próximos años. Dependiendo de esta variable, podríamos mantener la actual dinámica de nuevas plantaciones o sufrir una desaceleración.

A cinco años vista, esperamos un crecimiento aproximado del 40% en nuestra superficie gestionada, lo que nos consolidará como uno de los mayores grupos productores. En cuanto

a Olibest, en la última campaña hemos producido aproximadamente un 8% del aceite de oliva de Portugal y nuestro objetivo es seguir acompañando el crecimiento del país y poder alcanzar el 10% de la producción nacional.

Por último, ¿cuál es vuestra previsión en cuanto a la producción de aceite de oliva en Portugal para el año 2035?

Consideramos que en la próxima década Portugal podrá alcanzar una producción nacional de entre 300.000 y 350.000 t. de aceite de oliva. Unas cifras que consolidarán al país como uno de los cuatro mayores productores mundiales, reflejando el esfuerzo y la inversión continua en el sector olivícola portugués. 🍷

OlivoGestão Alq., Lda.
geral@olivogestao.com
www.olivogestao.com

Adaptación y comportamiento agronómico de la variedad Lecciana cultivada en seto en seco en Extremadura

Xavier Rius Garcia
Francisco Fernández Barroso
Jose Manuel Lacarte Peña
Anna Nin Lluçà



Descarga
el ebook
escaneando
este QR





Técnicas de poda para mejorar la rentabilidad del olivar

En el contexto actual, donde los costes de mano de obra representan una parte significativa de los gastos en la gestión de un olivar, la mecanización de la poda se presenta como una solución eficiente y rentable. Las explotaciones de olivar enfrentan el desafío de equilibrar los altos costes laborales con la necesidad de mantener una producción de calidad y rentable. En este escenario, la introducción de maquinaria especializada no sólo reduce significativamente el tiempo invertido en labores de poda, sino que también minimiza el desgaste de los trabajadores y optimiza el rendimiento del cultivo.



ID David dispone de una extensa gama de maquinaria para poda, recorte y eliminación de hojas que mejora la ventilación y la salud vegetal. Sus podadoras PRUNEX, ID-REX y OLIX están presentes en cada fase del ciclo de vida del olivo, desde los primeros años hasta la madurez, garantizando una mayor rentabilidad.

PRUNEX es una podadora de precisión tipo túnel para cortes laterales y de copas, ideal para árboles jóvenes -o plantaciones más avanzadas en secano- gracias a su sistema de corte tipo tijera, que permite realizar podas precisas sin dañar la planta. Su objetivo es formar una estructura equilibrada y facilitar labores mecanizadas, y entre sus principales características figuran el corte lateral y en altura, los movimientos hidráulicos y su velocidad y eficiencia. Sus brazos verticales con cuchillas tipo

tijera realizan cortes laterales con un ángulo ajustable hidráulicamente, mientras que el brazo horizontal con discos intercambiables facilita el *topping*; mientras su corte perfecto reduce el riesgo de infecciones por hongos y bacterias.

Por otra parte, el operario puede ajustar desde la cabina los cortes verticales, horizontales u oblicuos para adaptarse a la estructura del olivo, lo que permite manejar plantaciones con diferentes marcos de plantación y variaciones en la altura de los árboles. PRUNEX trabaja a velocidades de hasta 12 km./hora en condiciones normales, garantizando un alto rendimiento en menor tiempo. Además, su sistema hidráulico está optimizado para minimizar el consumo energético. Por último, permite cortar ramas gruesas sin afectar las ramas más jóvenes, preservando la savia y garantizando el desarrollo de la producción.

ID-REX: formación y mantenimiento con prepodadora de discos

La prepodadora polivalente alta de discos ID-REX facilita la poda de copas y laterales mediante corte por disco, adaptándose tanto a períodos de crecimiento activo como de reposo vegetativo, gracias a su variedad de discos intercambiables diseñados para cada fase de la planta. Aplicable durante toda la vida útil del árbol, su objetivo es favorecer la aireación, optimizar la entrada de luz y obtener una producción equilibrada.

Sus discos están fabricados en acero al boro tratado térmicamente, lo que les confiere una durabilidad excepcional y un menor desgaste. Su diseño permite realizar cortes limpios, reduciendo la posibilidad de necrosis en las ramas. Además, permite la posibilidad de incluir el kit de desinfección para mayor prevención de enfermedades y plagas.



Podadora de precisión tipo túnel PRUNEX de ID David.



Prepodadora polivalente alta de discos ID-REX de ID David.



Podadora de bajos de olivar en seto OLIX de ID David.

[Las podadoras PRUNEX, ID-REX y OLIX de ID David están presentes en cada fase del ciclo de vida del olivo, desde los primeros años hasta la madurez, garantizando una mayor rentabilidad]

Los movimientos hidráulicos permiten ajustar el corte tanto en altura como en los laterales, ajustando los ángulos de los discos hasta 250°, una característica especialmente útil para adaptarse a diferentes estilos de poda según el tipo de cultivo. Asimismo, ofrece la posibilidad de equiparlo con un evacuador de ramas, asegurando que los restos sean arrojados hacia la calle contraria y evitando que el tractor pase sobre ellos. Esto no sólo mejora la seguridad, sino que permite trabajar con mayor comodidad y visibilidad. A destacar su compatibilidad y rendimiento, ya que se puede acoplar a tractores con una potencia mínima de 60 CV y trabaja a velocidades de hasta 12 km./hora, ofreciendo un rendimiento óptimo incluso en terrenos desafiantes.

OLIX: poda de bajos

La podadora de bajos de olivar en seto OLIX, recomendada a partir de la pri-

mera cosecha, está diseñada para la poda de los bajos de olivar en superintensivo, evitando la pérdida de aceituna, facilitando la recolección y favoreciendo la aireación del seto. Equipada con cuchillas de acero al boro de 60 cm. de diámetro y una turbina de aspiración, realiza cortes precisos mientras elimina ramas y hojas residuales, lo que mejora la aireación y reduce la acumulación de humedad que favorece enfermedades.

OLIX permite activar un solo cabezal para olivos jóvenes o utilizar ambos cabezales en olivares adultos, adaptándose a diferentes anchos de plantación desde 2,5 metros y alcanzando velocidades de trabajo de 3 a 6 km./hora. Esta podadora automática por absorción es compatible con tractores pequeños gracias a su central hidráulica PRO optimizada, que requiere sólo 22 litros de capacidad, permitiendo trabajar en campos con limitaciones de espacio.

Para un manejo óptimo del olivar, es

fundamental elegir el momento adecuado para la poda, preferiblemente en invierno o tras la cosecha, evitando periodos de altas temperaturas y reduciendo así el estrés del árbol, en combinación con el uso de poda mecanizada. Sin olvidar la importancia del mantenimiento regular de las cuchillas, discos y sistemas hidráulicos, incluyendo la lubricación de componentes móviles y la revisión de la presión hidráulica, para un correcto funcionamiento.

Durante más de 50 años, los equipos de poda han formado parte de la maquinaria fabricada en ID David, añadiendo durante todo este periodo nuevos elementos de corte y desarrollando productos orientados hacia una agricultura de precisión, ecológica y respetuosa con el medio ambiente. 💧

Industrias David, S.L.U.
info@id-david.com
www.id-david.com



EnergyPulse Systems PEF EVOOolution: innovación en la industria olivícola a través de tecnología de Campos Eléctricos Pulsados

ENERGY PULSE SYSTEMS DESIGNING ENERGY FOR LIFE

EPS PEF SOLUTIONS

EVOOolution

Mejore la Extracción en Frío con EPS PEF Systems

Incremento AOVE hasta*

+ Polifenoles +20% + Calidad

*Los resultados pueden variar debido a las características de la matriz, como el nivel de madurez, la variedad y la ubicación de la producción.

EnergyPulse Systems contribuye desde hace más de una década a la investigación, el desarrollo y la producción de tecnología punta en Potencia Pulsada, abarcando múltiples sectores como la biomedicina, la agricultura y la tecnología alimentaria. Con sede en Lisboa, la empresa cuenta con clientes en todo el mundo, ofreciendo soluciones innovadoras y eficientes y apoyo 24h. Su tecnología basada en Campos Eléctricos Pulsados (PEF, por sus siglas en inglés) se antoja especialmente relevante para las industrias del aceite de oliva y el vino, aportando mejoras significativas en términos de rendimiento, eficiencia energética y sostenibilidad económica y medioambiental.

El PEF utiliza pulsos eléctricos de alta intensidad para inducir electroporación en las células, lo que provoca la formación de poros en las membranas celulares, permitiendo un acceso más fácil a los contenidos celulares, como el aceite presente en el interior de los vacuolos.

El generador EPULSUS® está compuesto por dos módulos principales: un generador de pulsos eléctricos y una cámara de tratamiento colinear. La cámara de tratamiento puede ser integrada o externa, según las necesidades del cliente, gracias a la versatilidad y modu-

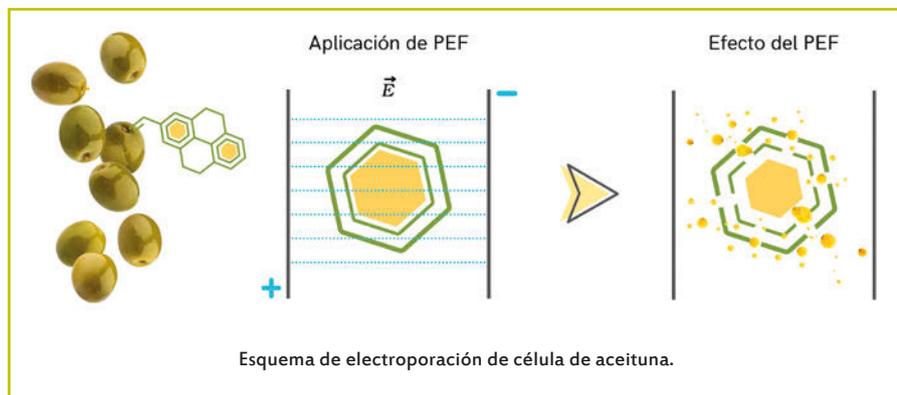
lación de los equipos, que se adaptan a las necesidades específicas de cada planta. El mismo equipo puede servir también a la industria enológica.

Beneficios de la tecnología PEF en la industria olivícola

La implementación de PEF en la industria olivícola representa una ventaja competitiva clara: permite incrementar el rendimiento de la primera extracción en hasta un 15% y/o optimizar los protocolos de malaxación. Estudios recientes, algunos de ellos realizados en el marco de proyectos europeos como PHENOILS, en el que ha colaborado EnergyPulse Sys-

tems, muestran que, al incorporar PEF antes del proceso de batido, es posible no sólo reducir la temperatura y el tiempo de procesamiento, sino también mejorar el rendimiento del AOVE hasta un 20% en extracciones a bajas temperaturas. EnergyPulse Systems suministró la maquinaria clave para las pruebas realizadas en dicho proyecto, demostrando su capacidad tecnológica y compromiso con la innovación.

Otro aspecto destacable de la aplicación de PEF es su capacidad para reducir el consumo energético durante el proceso de extracción. Al disminuir los requisitos de temperatura y tiempo se optimiza el uso de energía, lo que se



[La implementación de PEF en la industria olivícola representa una ventaja competitiva clara: permite incrementar el rendimiento de la primera extracción en hasta un 15% y/o optimizar los protocolos de malaxación]



EPULSUS® está compuesto por dos módulos principales: un generador de pulsos eléctricos y una cámara de tratamiento colinear.

La sostenibilidad económica y ambiental al reducir el consumo de energía y disminuir la generación de residuos y, por ende, a lograr un modelo más sostenible y competitivo. Esta combinación de innovación y compromiso con el medio ambiente posiciona a EnergyPulse Systems como un socio estratégico que aporta soluciones tecnológicas relevantes para la evolución de la industria del aceite de oliva.

Y es que con EnergyPulse Systems la evolución tecnológica y la sostenibilidad van de la mano, ofreciendo soluciones de vanguardia para un futuro más verde y eficiente. 💧

EnergyPulse Systems, Lda.
geral@energypulsesystems.com
www.energypulsesystems.pt

puede traducir en menores costes operativos y un menor impacto ambiental. Esta eficiencia energética afecta directamente a los objetivos de sostenibilidad, ayudando a las empresas a cumplir con regulaciones ambientales más estrictas.

Además de los beneficios en términos de rendimiento, la tecnología PEF también puede mejorar la calidad del producto final: diversos estudios han demostrado que el uso de PEF puede preservar mejor los antioxidantes naturales, polifenoles y otros compuestos bioactivos responsables del sabor y las propiedades saludables del aceite de oliva virgen extra. Esto no sólo aumenta el valor nutricional del aceite, sino que también mejora su perfil organoléptico, ofreciendo un producto más atractivo para los consumidores.

Por otra parte, un factor clave para la adopción de PEF es su compatibilidad con los equipos existentes en las plantas

de producción. Los sistemas PEF pueden integrarse fácilmente en las líneas de procesamiento tradicionales -bajo estudio previo- sin necesidad de realizar modificaciones importantes, minimizando los costes de implementación y facilitando una transición sin problemas hacia procesos más eficientes y modernos.

Transformando el futuro de la industria olivícola

La tecnología de Campos Eléctricos Pulsados no solo representa una solución para las demandas actuales de la industria, sino que también abre puertas para futuras innovaciones y aplicaciones, mejorando otros aspectos del proceso productivo y explorando nuevas oportunidades en mercados internacionales.

La tecnología PEF de EnergyPulse Systems es, además, altamente adaptable a las necesidades de cada productor, contribuyendo de manera directa a



Corteva Agriscience presenta su nuevo herbicida *Quelex*[®], ahora también disponible para olivo y cítricos



Tras tres campañas en las que los agricultores han empleado con éxito *Quelex*[®] para resolver sus problemas de hierbas de hoja ancha en los cereales, Corteva Agriscience, empresa de investigación 100% agrícola, vuelve a innovar y amplía el registro de este polivalente herbicida a cultivos tan importantes en nuestro país como el olivar y los cítricos.

Quelex[®], el herbicida que ofrece el control más rentable de coniza y otras hierbas de hoja ancha, ayudará a partir de ahora a los técnicos y agricultores a diseñar una estrategia profesional en el control de malas hierbas en olivo y cítricos, consiguiendo un control más rentable de la coniza y otras hierbas difíciles, ya que ofrece cualidades únicas en el mercado en comparación con otras soluciones herbicidas.

Se trata de un herbicida de post-emergencia temprana diseñado para controlar la coniza cuando ya está nacida y antes de que se haga demasiado grande. Aplicando *Quelex*[®] con las hierbas desde dos hojas hasta el estado de roseta (antes de la elongación del tallo), se consigue una alta eficacia y se evita desde el principio la competencia con el



cultivo. Además, como se puede utilizar con frío, permite su aplicación durante todo el ciclo del cultivo y tiene un plazo de seguridad de tan sólo siete días, per-

mitiendo tratar en post-emergencia temprana de las hierbas incluso en otoño e invierno.

Por otra parte, los profesionales del sector siempre demandan herbicidas con el mayor espectro posible de control de hierbas. *Quelex*[®] no sólo es un especialista en el control de coniza, sino que también resulta eficaz en hierbas tan importantes para el olivar y los cítricos como los jaramagos, malvas, ortigas, cenizas, margaritas y *sonchus*, entre otras. En definitiva, los profesionales tienen con *Quelex*[®] un herbicida más sencillo, eficiente y cómodo de usar en un solo producto.

Dos modos de acción y efecto STOP

Quelex[®] combina dos modos de acción distintos (*Arylex*[™] HRAC 2 y *Florasulam* HRAC 4), aportando no sólo efica-



Quelex® permite acabar con la coniza (dcha.) antes de que sea demasiado grande.



cia por contacto con las malas hierbas de hoja ancha ya nacidas, sino también una persistencia o efecto STOP a las nuevas nascencias de entre cuatro y seis semanas. Gracias al efecto STOP, los profesionales podrán dedicar más tiempo a otras labores, pudiendo incluso ahorrarse algún tratamiento posterior de repaso, reduciendo el coste de la estrategia herbicida y, por tanto, aumentando el beneficio de la explotación.

En ocasiones, el profesional agrícola encuentra en el frío y las bajas temperaturas un factor limitante para conseguir aplicaciones eficaces en algunos herbicidas. Sin embargo, *Quelex*® también resulta eficaz con frío y permite adelantar los tratamientos al otoño, al invierno o al inicio de la primavera, cuando las conizas están todavía pequeñas. Ello representa una importante ventaja si lo comparamos con otros herbicidas hor-

[Los profesionales tienen con *Quelex*® un herbicida más sencillo, eficiente y cómodo de usar en un solo producto]



monales a base de MCPA o fluroxipir, con los que es necesario esperar a que suban las temperaturas para asegurar una adecuada eficacia.

Además, *Quelex*® se puede mezclar y es compatible con la mayoría de las soluciones herbicidas usadas actualmente en olivar y cítricos -glifosato, otros herbicidas de hoja ancha de contacto o residuales, anti-gramíneos y mojantes-, evitando tener que aplicarlo varias veces, con el consecuente ahorro en el coste total de la estrategia herbicida.

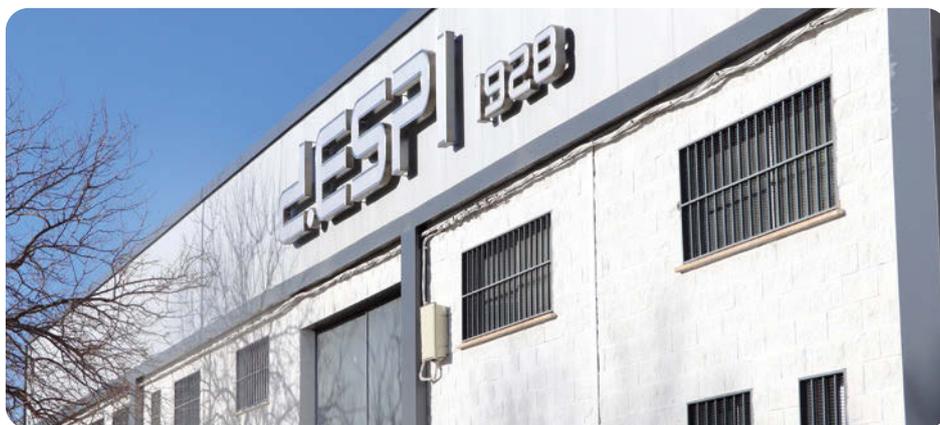
En su firme apuesta por la I+D+i, el nuevo herbicida desarrollado por Corteva Agriscience permitirá a los profesionales del olivar y de los cítricos disponer en un solo producto del tratamiento más rentable para el control de coniza en post-emergencia temprana, con comprobada eficacia en numerosas hierbas (malvas, ortigas, jaramagos, margaritas, *sonchus*, cenizos...); al tiempo que evita las nascencias de nuevas hierbas hasta seis semanas desde la aplicación y ofrece más libertad en la elección del momento del tratamiento (época del año, temperaturas, mezclas y plazo de seguridad, etc.). Un acierto seguro. 💧

Corteva Agriscience Spain, S.L.U.
info.spain@corteva.com
www.corteva.es



Talleres Espí, innovación y experiencia al servicio del sector oleícola

Desde su fundación en 1928, Talleres Espí ha sido un referente en la fabricación de maquinaria industrial, evolucionando a lo largo del tiempo para ofrecer soluciones eficientes y de alta calidad en el sector oleícola. Con casi un siglo de experiencia, la empresa se ha consolidado como un actor clave en el desarrollo de tecnologías avanzadas para la industria del aceite de oliva.

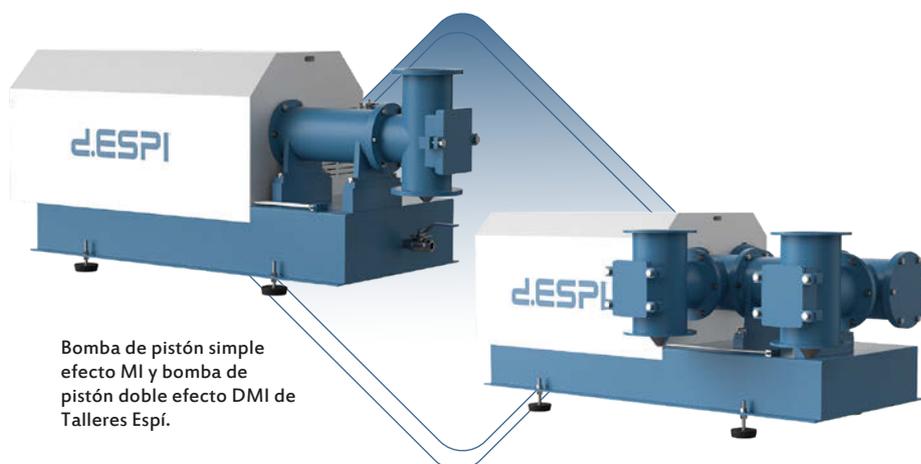
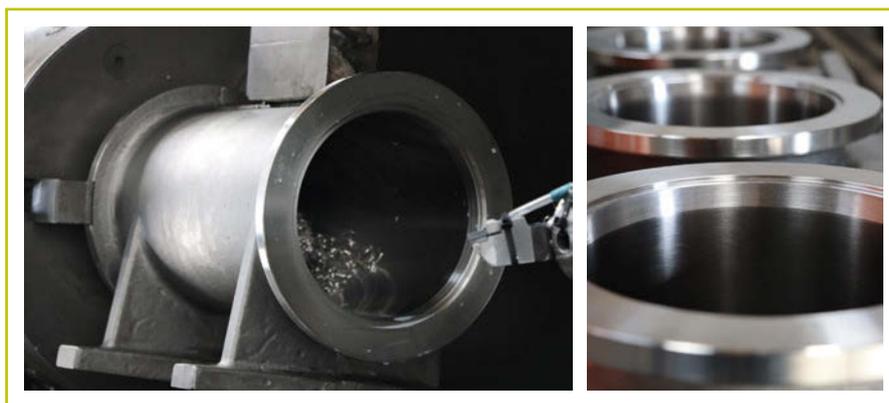


Desde Tomelloso (Ciudad Real), Talleres Espí lleva tres generaciones -la actual está liderada por Desiderio Espí Martínez- haciendo de la innovación, la calidad y la especialización sus señas de identidad. Introducida en el sector oleícola hace más de 30 años, su maquinaria se caracteriza por la sencillez y eficiencia, desarrollando equipos con acabados de calidad en acero inoxidable, siempre utilizando los mejores materiales y las primeras marcas del mercado.

La industria oleícola ha experimentado una gran transformación en los últimos años, con una creciente demanda de procesos más eficientes y sostenibles. En este contexto, la empresa ha desarrollado una gama de productos especializados que optimizan la producción en almazaras y orujeras.

Así, uno de los productos estrella de la compañía es la bomba de pistón -con efecto simple o doble-, diseñada para el transporte de masa de aceituna y alperujo. Este sistema permite mover grandes volúmenes de producto con bajo consumo energético y alta eficiencia. Además, la empresa ha perfeccionado sus deshuesadoras, que separan la pulpa del hueso de aceituna, permitiendo la reutilización de este subproducto como biocombustible.

Talleres Espí fabrica también sífnines transportadores, tuberías industriales, tol-



Bomba de pistón simple efecto MI y bomba de pistón doble efecto DMI de Talleres Espí.

vas de recepción y almacenamiento, molinos trituradores, filtros, bombas de trasiego, secaderos de hueso y otros equipos que garantizan un óptimo desempeño en los procesos productivos del sector.

Con presencia en más de 30 países de los cinco continentes, la compañía

ha logrado expandir su tecnología más allá de España, ofreciendo soluciones adaptadas a diferentes mercados. Su equipo de ingenieros y técnicos especializados proporciona asesoramiento y servicio técnico 24/7, asegurando un óptimo funcionamiento de las máquinas



De izqda. a dcha., y de arriba a abajo, bomba de trasiego AN-30, molino triturador DH-200 y tornillo sinfín canal y tubo.



El equipo de ingenieros y técnicos especializados de Talleres Espí, conformado por profesionales de gran experiencia, proporciona asesoramiento y servicio técnico 24/7.



Deshuesadora PHD de Talleres Espí.

y reduciendo los tiempos de inactividad en las instalaciones de sus clientes.

Compromiso con la calidad y la sostenibilidad

El compromiso de la empresa con la calidad se refleja en la selección de materiales de alta resistencia, como el acero inoxidable AISI-304, que asegura la durabilidad y fiabilidad de cada máquina. Además, todos los elementos en contacto con el producto transportado cumplen con las normativas de seguridad alimentaria.

En términos de sostenibilidad, la compañía apuesta por el aprovechamiento de residuos de la industria oleícola, fo-

[En Expoliva 2025, Talleres Espí presentará sus innovaciones más recientes, diseñadas para mejorar la eficiencia y sostenibilidad del sector oleícola]

mentando la economía circular mediante soluciones que transforman subproductos en recursos valiosos.

En Expoliva 2025, Talleres Espí presentará sus innovaciones más recientes, diseñadas para mejorar la eficiencia y sostenibilidad del sector oleícola. Entre ellas destacan nuevos modelos de bombas de pistón con mayor capacidad de trabajo y sistemas de automatización que optimizan los procesos industriales.

La combinación de tradición, tecnología e innovación ha permitido que Talleres Espí se posicione como una empresa líder en el sector, ofreciendo soluciones a medida para satisfacer las necesidades de sus clientes y contribuyendo al avance de la industria oleícola a nivel global. 💧

Talleres Espí Serrano, S.L.
info@talleresespi.com
www.talleresespi.com



Entrevista con Josep Gual, CEO de Magusa

“Nuestro impulso creador e innovador se basa en poder mejorar cada día”

Todo comenzó con Maquinaria Gual en los años 70, una empresa dedicada a la instalación y reparación de maquinaria vinícola. Fue el origen de una idea de negocio sustentada en lograr el mayor avance tecnológico para obtener la total satisfacción de sus clientes. Hoy, medio siglo después, Magusa se encarga de todo el proceso productivo, desde el diseño de la pieza hasta su fabricación, y ofrece soluciones integrales y de calidad a medida, además de una atención personalizada y un servicio postventa y de asistencia técnica 24 horas. Hablamos en su 50º aniversario con su gerente y CEO, Josep Gual.



Fundada en 1975 bajo el nombre de Maquinaria Gual, la de Magusa es una historia de superación y éxito.

¿Cómo fueron los inicios?

Los inicios fueron complicados, ya que estamos hablando de los años 70 y en esa época las cosas no avanzaban a la misma velocidad que hoy en día. Sin duda, nuestro espíritu de superación y afán de mejora continua ha constituido la clave de nuestro éxito.

Si tuvieras que definir la filosofía y valores de Magusa en unas palabras, ¿cuáles serían?

Nuestra filosofía y valores se basan en el esfuerzo conjunto de todo el equipo, que, junto con la más avanzada tecnología, nos permite llevar a cabo todo el proceso productivo y adaptarnos a las necesidades específicas de cada cliente. En Magusa empleamos a diario una frase del mítico Michael Jordan: “El talento gana partidos, pero el trabajo en equipo y la inteligencia gana campeonatos”.

Magusa lleva proporcionando soluciones integrales y de calidad para el sector vitivinícola y oleícola desde 1975. Cuando nos preguntan cómo podemos innovar y desarrollar constantemente maquinaria nueva si parece es-



Maquinaria de Magusa en las instalaciones de la cooperativa La Granadella.



tar todo inventado, siempre respondemos lo mismo: nuestro impulso creador e innovador se basa en poder mejorar cada día. Esto lo recogemos en nuestro lema, que reza que la innovación constante es la única forma de mantenerse competitivo porque ninguna ventaja es sostenible a largo plazo. Gracias a ello hemos cumplido 50 años en la industria del vino y del aceite y estamos muy orgullosos de haber llegado hasta aquí.

Hablemos del catálogo de productos y servicios destinados al sector oleícola. ¿Cuáles dirías que son sus ventajas competitivas en este mercado? Ofrecemos para el sector oleícola siste-

mas de recepción, monoblocks compactos para elaboración de aceite, sistemas de extracción no compactos, todo tipo de bombas de trasiego, depósitos de fabricación propia, filtros, embotelladoras, etiquetadoras y todo el material que se pueda necesitar en una almazara. En cuanto a las ventajas competitivas, las resumiría en que somos una mediana empresa muy cercana a nuestros clientes, ya que el equipo técnico y comercial se desplaza a sus sedes para poder personalizar cada proyecto y adaptarnos a sus necesidades. Además, contamos con un servicio postventa muy cualificado que nos permite atender cualquier imprevisto que pueda presentarse.

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



Magusa, 50 años de innovación y espíritu de mejora



- 2002 – Creación de su propia gama de intercambiadores ITG
- 2003 – Rediseño y mejora de las bombas helicoidales BGT y BGI en busca de un modelo más compacto
- 2004 – Magusa se posiciona en el mercado como el primer fabricante del mundo de bombas peristálticas fabricadas íntegramente en acero inoxidable (bombas VIAR)
- 2006 – Desarrollo de toda la gama completa de mesas de selección MG y cintas transportadoras CTG
- 2010 – Creación de una nueva gama de depósitos Premium (*Élite*)
- 2012 – La empresa actualiza todo su proceso productivo incorporando tecnología de vanguardia para ofrecer maquinaria de alta calidad
- 2013 – Actualización de su imagen corporativa
- 2015 – Consolidación y ampliación de su red comercial de exportación con distribuidores en países latinoamericanos
- 2017 – Ampliación y mejora de su *showroom*
- 2019 – Nuevo diseño de las bombas de rodete *Estale Mag* para mejorar su funcionalidad
- 2022 – Incorporación de las bombas lobulares *Trébole* debido a la gran demanda del mercado
- 2024 – Modernización y rediseño tanto de la imagen corporativa como de la web con motivo del 50º aniversario de la compañía



Mesas de selección y cintas de elevación diseñadas y fabricadas por Magusa.



Gama de bombas de trasiego *Estale Mag* y *Trébole* de Magusa.

¿Cuál sería vuestro *bestseller* enfocado al sector del aceite de oliva?

Nuestro *bestseller* es la fabricación propia de depósitos a medida según las necesidades de cada almazara y toda nuestra gama de bombas de trasiego,

[“La innovación constante es la única forma de mantenerse competitivo porque ninguna ventaja es sostenible a largo plazo”]

dotadas de un diseño muy compacto y adaptable, con una gran variedad de opciones. Destacaría la gama de bombas de rodete flexible *Estale Mag*, que han sido diseñadas para el bombeo mayoritariamente de vinos, con algunas otras variantes como aceite, productos lácteos, industria química, farmacéutica y alimentaria en general. Por su parte, la gama *Trébole*, que representa la última innovación de la empresa en lo que se refiere a su línea de bombas, sur-

ge en 2022 tras varios años de trabajo enfocado al diseño y la funcionalidad. Se trata de bombas autoaspirantes, reversibles y de flujo constante con dos rotores revestidos de caucho aptas para la industria alimentaria en general. Gracias al diseño del cuerpo, fabricado en acero inoxidable fundido Aisi 316 con acabado exterior mate, estas bombas ofrecen una óptima limpieza y un fácil mantenimiento.

Por último, ¿cuáles son los proyectos de la empresa a corto, medio y largo plazo?

Muy sencillo, no perder la esencia y valores que nos han conducido hasta aquí. Nuestro objetivo es esforzarnos por mejorar cada día nuestros procesos productivos y así ofrecer a nuestros clientes productos de proximidad y alta calidad. 💧

MAGUSA MAQUINARIA VINÍCOLA, S.L.
magusa@magusa.es
www.magusa.es

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



Aprobada la I Estrategia Andaluza del Olivar

El Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía aprobó el pasado 4 de febrero la I Estrategia Andaluza para el Sector del Olivar Horizonte 2027, que cuenta con un presupuesto de más de 986 millones de euros y tiene como objetivo fundamental la mejora de la competitividad del sector del olivar en Andalucía, contribuyendo a que sea motor de generación de riqueza, creación de empleo y fijación de la población al mundo rural.



El sector del olivar es un pilar fundamental de la economía, la cultura y el paisaje de Andalucía, que concentra la mayor superficie de olivar del mundo, convirtiéndose en líder global en la producción de aceite de oliva y aceituna de mesa. Además de su peso económico, generando miles de empleos y dinamizando las zonas rurales, el olivar andaluz tiene un valor medioambiental incalculable al contribuir a la conservación del suelo y la biodiversidad. Asimismo, representa una seña de identidad cultural que define la gastronomía, las tradiciones y el patrimonio de Andalucía, consolidándose como un recurso estratégico para el desarrollo sostenible de la Comunidad.

Andalucía cuenta con más de 1,6 millones de hectáreas -el 62% del olivar nacional y el 15% de superficie mundial-. El 97% de los casi 800 pueblos de la Comunidad andaluza dispone de olivar, destacando la provincia de Jaén con 588.000 ha. La producción de aceite y aceitunas generó 3.648 millones de euros en 2023, lo que supone el 58,7% de la producción de la rama agraria andaluza. Este sector genera alrededor de 20 millones de jornales por campaña, lo que representa aproximadamente el 40% del empleo agrario generado en Andalucía.

La producción ecológica tiene tam-

bién una gran relevancia en Andalucía, con 134.782 ha. y un aumento del 50% de la superficie de olivar ecológico en los últimos 10 años. Por otra parte, el sector del olivar resulta clave en el ámbito de la bioeconomía circular, con 2,6 millones de toneladas de biomasa generada por la poda y más de 5,3 millones de la industria asociada al olivar.

El olivar es el principal cultivo de Andalucía, que se sitúa como la primera región productora del mundo, con una industria transformadora que cuenta con 850 almazaras, 772 envasadoras, 17 refinerías, 41 orujeras, 225 entamadoras y 116 envasadoras de aceituna. El aceite de oliva ha sido, además, el producto andaluz con mayor valor por exportaciones entre enero y noviembre de 2024: un total de 4.250 millones de euros, lo que supone un incremento del 43% respecto a las ventas del mismo período del año anterior.

Y si nos referimos a las ayudas de la PAC, el sector del olivar en Andalucía es uno de los principales beneficiarios. Recibe más del 40% de los pagos directos totales, unas ayudas que representan una parte significativa de los ingresos de las explotaciones olivareras.



Una estrategia necesaria para abordar desafíos clave

En este contexto, la protección y mejora de la calidad y genuinidad de las producciones de aceite de oliva es fundamental porque supone incrementar la competitividad de este sector respecto a otras zonas productoras mundiales, y ello exige la constante implicación de los poderes públicos, así como del propio sector olivarero, productores e industrias, en la búsqueda de fórmulas que contribuyan a que este producto siga contando con los máximos estándares de calidad.

Según ha precisado la Junta, en la elaboración de la Estrategia -que, con un presupuesto total de 986.773.660 euros, contará con fuentes de financiación autónoma, FEADER, FEAGA y

AYUDAS PARA SEGUROS AGRARIOS



TU PRODUCCIÓN NO PUEDE QUEDAR EN EL AIRE

Con las ayudas para seguros agrarios de la Junta de Andalucía, tu producción olivarera estará asegurada ante las adversidades climáticas.



Campaña Financiada por el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural.



Ramón Fernández-Pacheco, consejero de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, en la rueda de prensa en la que informó sobre la aprobación de la I Estrategia Andaluza para el Sector del Olivar Horizonte 2027.

[La protección y mejora de la calidad y genuinidad de las producciones de aceite de oliva es fundamental porque supone incrementar la competitividad de este sector respecto a otras zonas productoras mundiales]

FEDER- se han tenido en cuenta tanto las inquietudes del sector como sus necesidades. Así, en su consecución han participado agentes económicos y sociales, interprofesionales del sector, asociaciones de la industria del aceite, la aceituna de mesa y el aceite de orujo, los Consejos Reguladores, el Consejo Andaluz del Olivar, las cooperativas agroalimentarias y las organizaciones de productores. Además, han sido incluidas más del 60% de las 254 aportaciones recibidas durante el proceso de consulta pública a la ciudadanía.

El documento contiene 52 medidas, clasificadas en 11 áreas temáticas con el objetivo de mejorar la competitividad y sostenibilidad de las explotaciones y de la industria; fomentar la orientación al mercado; aumentar el valor añadido; potenciar la calidad diferenciada; mantener la cadena de valor equilibrada y conquistar mercados; e impulsar la economía circular y bioeconomía.

También se centran en avanzar en la transformación digital en la cadena de valor de la producción; consolidar un sistema de ciencia-tecnología-empresa que ofrezca I+D+i al sector; fomentar la formación, el asesoramiento y la transferencia de conocimiento a los agentes de la cadena; promocionar el sector, sus productos y territorios difundiendo sus bondades; e im-



pulsar la simplificación administrativa y la gobernanza.

Entre algunas de las medidas incluidas se encuentran impulsar los modelos y técnicas de producción sostenibles en las explotaciones a través del asesoramiento específico de las Agrupaciones de Producción Integrada del olivar; o la creación del Centro de Referencia de la Calidad del Aceite de Oliva (CRAO) en Jaén, que reforzará el control y el diagnóstico de la calidad comercial y diferenciada del aceite de oliva.

En materia de aguas, se fomentará la construcción de balsas para dotar de más capacidad de almacenamiento y se apostará por otras medidas que ayuden a las comunidades de regantes a aumentar la eficiencia energética en los



El actual consejero de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía en un momento de la rueda de prensa celebrada el pasado 4 de febrero.

sistemas innovadores de regadío y su modernización. A su vez, se va a propiciar el desarrollo de la bioeconomía circular a través del impulso de iniciativas o proyectos innovadores y se va a trabajar con el sector en las posibilidades del olivar para aprovechar los créditos de carbono.

Una Estrategia, según la Junta, “pensada por y para un sector que aún no ha tocado techo, que tira del carro de la economía andaluza y que posee mucho margen de crecimiento”. 💧

Junta de Andalucía-Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural
prensa.capadr@juntadeandalucia.es
www.juntadeandalucia.es

SIAOOLIVE



La mayor Oleoteca del mundo

SALÓN INTERNACIONAL DEL ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

Degusta *el alma* de los mejores aoves nacidos en las 400.000 Ha de olivar protegido por las denominaciones de origen e IGP de Andalucía



14-17 MAYO 25 **EXPOLIVA**



Cofinanciado por la Unión Europea



MINISTERIO DE HACIENDA



Fondos Europeos



gusto del Sur



Junta de Andalucía



La Diputación de Córdoba da a conocer los ganadores del XVIII Concurso Provincial de Aceite de Oliva Virgen Extra

En su firme apuesta por apoyar y potenciar el sector del olivar, la Diputación de Córdoba lleva a cabo diversas iniciativas y actividades de promoción de los AOVEs cordobeses entre las que destaca la organización del Concurso "Diputación de Córdoba" al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra, que reconoce cada año el mejor Frutado Verde y Maduro de la provincia.



AOVEs participantes en el XVIII Concurso Provincial de Aceite de Oliva Virgen Extra-Premio Diputación de Córdoba 2024/25.

El sector del olivar es el eje fundamental de desarrollo económico de la mayoría de las comarcas cordobesas. Aproximadamente el 50% de la superficie agrícola útil de la provincia de Córdoba está ocupada por este cultivo -más de 370.000 ha.-, siendo por detrás de la provincia de Jaén la mayor zona productora mundial. De ahí que la Diputación de Córdoba, a través de la Delegación de Infraestructuras, Sostenibilidad y Agricultura, apueste y potencie este subsector agrícola desarrollando actuaciones de promoción de los aceites de la provincia como, por ejemplo, la organización del Concurso "Diputación de Córdoba" al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra, que reconoce cada año el mejor Frutado Verde y Maduro de la provincia; la organización -junto a la Asociación Ecovalia- del "Concurso Internacional Ecotrama" al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra Ecológico; la colaboración continua con los municipios olivareros que así lo demandan en distintos cursos de formación; o diferentes eventos y jornadas del olivar.



Cata final del Concurso Provincial de Aceite de Oliva Virgen Extra.

Organizado por el Centro Agropecuario Provincial de la Diputación de Córdoba, a finales de enero se celebró la XVIII edición del Concurso Provincial de Aceite de Oliva Virgen Extra-Premio Diputación de Córdoba con la finalidad de seleccionar los mejores AOVEs cordobeses correspondientes a la campaña

2024/25, habiendo participado más de una treintena de almazaras distribuidas por las diferentes comarcas olivareras de la provincia. Los aceites participantes en esta edición del Concurso, tal y como resaltó Andrés Lorite, vicepresidente Primero y diputado de Infraestructuras, Sostenibilidad y Agricultura de la Diputa-

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





Aceites ganadores del XVIII Concurso Provincial de Aceite de Oliva Virgen Extra en las categorías Frutado Verde y Frutado Maduro.

ción de Córdoba, mostraron un conjunto de sabores y aromas propios de los mejores vírgenes extras del mundo, lo que es posible gracias al carácter multivarietal y al medio agroclimático característico de la provincia de Córdoba. En concreto, se otorgó un Primer, Segundo y Tercer premio para las categorías de Frutado Verde y Frutado Maduro.

El olivar, motor del sector primario

Tras varias campañas caracterizadas por unas condiciones de sequía extremas que han provocado unos niveles de cosecha muy inferiores a la media histórica, para esta cosecha se ha producido una recuperación de la normalidad productiva gracias a las lluvias registradas en la pasada primavera y otoño. La consecuencia sobre la recuperación económica del medio rural de la provincia es clara, ya que el olivar es el cultivo predominante y cuenta con presencia en todos los municipios, a lo que se debe sumar la actividad e industria asociada. “Nos hallamos ante el motor del sector primario, clave para el mantenimiento de nuestros pueblos y motivo por el cual, desde una Administración local como la Diputación de Córdoba, y en colaboración con el sector, se deben desarrollar actuaciones de promoción y puesta en valor de los aceites de oliva vírgenes extra de la provincia”, recordó Lorite.

En el Concurso Provincial de Aceite de Oliva Virgen Extra, el procedimiento de selección de los aceites finalistas, tal y como indican las bases del Concurso, consistió en la preselección entre las muestras participantes por parte del Laboratorio Agroalimentario de Córdoba (AGAPA) de seis finalistas en Frutado Verde y Frutado Maduro en función de su análisis organoléptico y físico-químico según la normativa vigente. Dichos aceites preseleccionados se sometieron a la cata final en el Centro Agropecuario para la selección de los tres mejores aceites de cada categoría.

Así, en la categoría de Frutado Verde el primer premio recayó en Knolive Oils, S.L., de Priego de Córdoba, gracias a *Knolive Epicure*. El segundo premio correspondió a SCA Almazaras de la Subbética, de Carcabuey, con *Parqueoliva Serie Oro*; mientras que el tercer premio reconoció a la Sociedad Cooperativa Olivarera La Purísima, de Priego de Córdoba, que comercializa su AOVE bajo la marca *El Empiedro*.

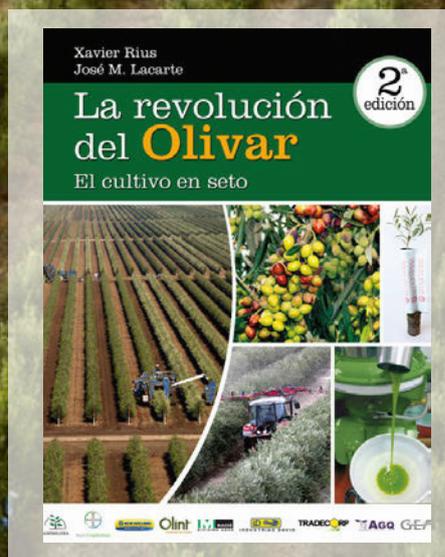
En la categoría de Frutado Maduro, Oleopalma SAT, de Palma del Río, que comercializa su AOVE bajo la marca *Oro palma*, conquistó el primer premio. El segundo premio fue para SCA Virgen de la Torre, de La Victoria, que comercializa su virgen extra bajo la marca *Virgen de la Torre*; obteniendo el tercer premio Almazara de Luque SCA, de Luque, cuyo AOVE se comercializa bajo la marca *Albenzaide*.

[Desde la Diputación de Córdoba se quiso reconocer el esfuerzo de las almazaras participantes y del sector en general, así como la fidelidad a los AOVEs de la provincia por parte de los consumidores, gracias a la calidad diferenciada con respecto a otros aceites]

Desde la Diputación de Córdoba se quiso reconocer el esfuerzo de las almazaras participantes en cada edición del Concurso Provincial y del sector en general, así como la fidelidad a los aceites de oliva vírgenes extra de la provincia por parte de los consumidores, gracias a la calidad diferenciada con respecto a otros aceites. Del mismo modo, se destacó la importancia de la Denominación de Origen Protegida como figura de protección y puesta en valor de los productos de la provincia, no sólo por garantizar la procedencia y calidad homogénea de los productos agroalimentarios, sino también por asociar un producto a una determinada comarca o zona geográfica de tal manera que sus características se deben fundamentalmente al medio geográfico, con sus propios factores naturales y humanos. A este respecto, cabe recordar que Córdoba cuenta con un total de siete Denominaciones de Origen de las que cuatro son de aceite de oliva (Baena, Priego de Córdoba, Montoro-Adamuz y Lucena), evidenciando el peso de este producto en el sector agroalimentario provincial. 🍷

Diputación de Córdoba-
Delegación de Infraestructuras,
Sostenibilidad y Agricultura
cgl01@dipucordoba.es
www.dipucordoba.es

La revolución del olivar: cultivo en seto



¡Quiero el libro!

Manual práctico de uso diario dirigido a los olivicultores, técnicos de explotaciones, estudiantes, profesionales del sector y al público general interesado en la olivicultura



El sector del aceite de oliva: tendencias y desafíos en la producción

El sector del aceite de oliva es uno de los más emblemáticos de la agricultura mediterránea, representando una tradición secular que combina innovación y rentabilidad, pero también resiliencia y sostenibilidad. Hablamos de un sector que genera valor y se presenta como una gran oportunidad para la inversión de capital a pequeña, mediana y gran escala.

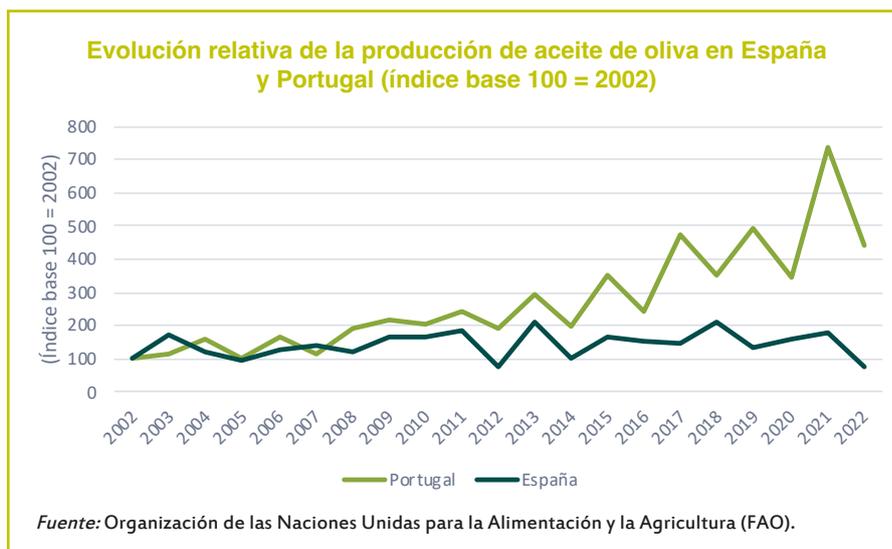


Por Pompeu Pais Dias, coordinador de Estrategia en Consulai

España lidera la producción global de aceite de oliva con más del 33% del volumen total, mientras que Portugal está consolidándose como un actor relevante en el sector. De hecho, y según los datos provisionales del Consejo Oleícola Internacional (COI), el país luso se posicionará como el sexto mayor productor mundial en la campaña 2024/25.

El crecimiento de la producción portuguesa en los últimos 20 años ha sido impulsado por inversiones estratégicas en nuevas áreas de plantación, con acceso a riego, pero también por la modernización de los olivares y la mecanización de los procesos de cosecha, garantizando mayor eficiencia, homogeneidad y calidad. Esta evolución hacia el olivar moderno en riego ha contribuido también a mitigar la volatilidad productiva característica del cultivo del olivo.

Si consideramos la Península Ibérica en su conjunto, no estaremos muy equivocados si afirmamos que en esta región se produce la mitad del aceite de oliva de todo el mundo -según el COI, en la campaña 2021/22 ambos países fueron responsables de aproximadamente el 54% de la producción mundial de aceite de oliva-. Esto otorga una posición privilegiada no sólo en términos de creación de valor para los sectores de ambos países, sino tam-



bién para la capacidad negociadora del sector productivo.

El sector enfrenta desafíos significativos, como la volatilidad de los precios, los impactos del cambio climático y la necesidad de una gestión eficiente de los recursos hídricos. En los últimos años, el mercado del aceite de oliva ha experimentado fluctuaciones récord en los precios, con los aumentos en los costes de producción y los desequilibrios entre la oferta y la demanda provocando oscilaciones inesperadas.

Entre 2021 y 2022, el precio del aceite de oliva alcanzó máximos históricos, como resultado de caídas de produc-

ción generalizadas y del aumento del coste de la energía y los factores de producción. En España, los precios se duplicaron -e incluso más- en poco más de un año, y la realidad portuguesa siguió la misma tendencia.

Sin embargo, el análisis de datos recientes sugiere que la elasticidad-precio de la demanda de aceite de oliva es relativamente baja. Es decir, a pesar de las variaciones en los precios, el consumo global no sufrió una caída proporcional. La Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) analizó 32 meses -de octubre de 2020 a junio de 2023-, comparando el precio medio del aceite de oli-



SUCESORES DE
HERMANOS LÓPEZ

www.sucesoreshl.com

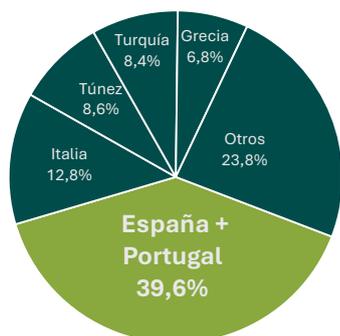
Descubre la pureza y autenticidad
en cada gota de nuestros AOVEs

La honestidad del origen.





Distribución mundial de la producción de aceite de oliva (datos provisionales 2023/24)



Fuente: Consejo Oleícola Internacional (COI).

Evolución del precio medio del aceite de oliva a la salida de almazara en España (2022-2025)



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados.

va virgen extra en origen con las salidas mensuales (proxy de la demanda). Este análisis aportó resultados reveladores sobre la robustez de la demanda, incluso frente a fluctuaciones récord. Así, para variaciones de precios más bajas, entre 2-4 €/kg., el consumo reacciona y disminuye, evidenciando consumidores más sensibles al precio. Sin embargo, para variaciones de precios por encima de los 4,5 €/kg., el consumo no varía al mismo ritmo que el precio, evidenciando una elasticidad mucho menor.

En otras palabras, el consumo de aceite de oliva está bien establecido en los consumidores, que toleran algunos aumentos de precio, y la demanda por este aceite sigue existiendo. Estas fluctuaciones de precio y consumo en los últimos años permiten afirmar con seguridad que el sector del aceite de oliva es robusto y se presenta como una oportunidad en el mundo agrícola, en particular en la Península Ibérica, que debe responder con calidad, estrategia y visión a largo plazo.

Una nueva visión para adaptarse a las nuevas exigencias del mercado

La evolución del sector oleícola en los últimos años ha revelado un conjunto de exigencias que superan la simple producción de aceite de oliva. La creciente complejidad de los mercados, la presión sobre la rentabilidad y las demandas en términos de sostenibilidad exigen una nueva visión sobre la inversión, la planificación y la operación en el olivar y en la transformación del aceite.

Hoy en día, cualquier proyecto vinculado al sector -ya sea un olivar tradicional en reconversión, un olivar moderno de riego o una nueva unidad de transformación- exige un análisis cuidadoso de su viabilidad técnica, económica y ambiental. Este análisis incluye comprender la aptitud de los suelos, la disponibilidad de agua y los regímenes climáticos futuros, pero también anticipar las tendencias de consumo, las fluctuaciones de precios y las oportunidades de financiación.

En el trabajo desarrollado por CONSULAI es evidente que la estabilidad y el crecimiento del sector están directamente vinculados a la calidad de la información disponible para los tomadores de decisiones, a la solidez de los modelos de negocio y a la capacidad de adaptación de los productores e inversores a las nuevas exigencias del mercado. Responder a estos desafíos requiere conocimiento técnico, visión estratégica y una estructuración cuidadosa de las inversiones.

A lo largo de los últimos años, CONSULAI ha apoyado diversos proyectos vinculados al olivar y al aceite de oliva, acompañando desde iniciativas de pequeña dimensión hasta inversiones a gran escala, en modelos de producción modernos y con el uso de las variedades y tecnologías más recientes. Este trabajo se basa en diagnósticos sólidos, evaluaciones de riesgo realistas y planes de negocio bien fundamentados, demostrando que, incluso en contextos de incertidumbre, el sector oleícola sigue ofreciendo oportunidades concretas de rentabilidad y valorización patrimonial.

La experiencia acumulada en áreas de evaluación de activos, estructuración financiera y acceso a programas de apoyo -tanto a nivel nacional como europeo- ha sido decisiva para muchos de los proyectos asesorados. En un sector en el que la competitividad está cada vez más ligada a la diferenciación y a la gestión eficiente de los recursos, el acceso a información actualizada y validada se convierte en una ventaja estratégica.

Es en este contexto donde el Área de Research de CONSULAI juega un papel central, al proporcionar análisis regulares de mercados, clima, legislación, suelos y tendencias tecnológicas, permitiendo a los promotores tomar decisiones más informadas y adaptadas a la realidad en constante cambio del sector oleícola.

En CONSULAI están convencidos de que el sector del aceite de oliva continuará afirmándose como un activo estratégico para España y Portugal, y su ambición es la de seguir acompañando este crecimiento en ambos países. La inversión seguirá siendo rentable, especialmente si se realiza basada en conocimiento, planificación y acompañamiento técnico especializado. El olivar y el aceite de oliva no son sólo tradición, sino el futuro, y están listos para seguir creciendo de forma sostenible, eficiente y resiliente. 🟡

CONSULAI
consulai@consulai.com
www.consulai.com

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



Cosechadora VS+ de Moresil: máximo rendimiento para la recolección de olivar superintensivo y de alta densidad

La cosechadora de olivar superintensivo VS+ de Moresil se ha convertido en un referente gracias a su eficiencia, avanzada tecnología y mayor capacidad y versatilidad en la recolección. Con un diseño pensado para ofrecer el máximo rendimiento en plantaciones superintensivas, la VS+ ha sido creada para satisfacer las exigencias de los agricultores que buscan optimizar su recolección, alcanzando mayores rendimientos con menores costes operativos.



La VS+ se distingue por su capacidad de trabajar con árboles que pueden superar los cinco metros de altura, alcanzando rendimientos medios de 25.000 kilos por hectárea, dependiendo de la variedad del cultivo y las condiciones de la explotación. Su módulo de vareo, de mayor altura y longitud, le permite adaptarse a distintas formaciones de árbol y también a otros cultivos como el almendro, proporcionando una versatilidad clave para los agricultores que gestionan múltiples tipos de plantaciones. Además, se puede adaptar a tractores desde tan sólo 115 CV.

Una de las características más destacadas de la VS+ es su capacidad para maximizar el uso del espacio en las plantaciones superintensivas. Gracias a su sistema de descarga continua, no requiere de tantas calles de servicio interiores para la descarga, lo que permite utilizar la totalidad de la plantación para el cultivo, optimizando así la producción en cada hectárea.



Tecnología para una recolección más precisa

La VS+ está equipada con un sistema avanzado de sensores de guiado y altura que le permite adaptarse a las variaciones del terreno y a las diferentes estructuras de los árboles, mejorando la precisión y eficiencia durante la recolección. Estas capacidades se complementan con un sistema de ruedas direccionables que proporciona una maniobrabilidad su-

perior, facilitando el trabajo en terrenos irregulares o de difícil acceso.

Además, la cosechadora incluye un sistema de georreferenciación (GPS) que permite un seguimiento en tiempo real desde el panel de control o dispositivos móviles. Ello facilita la monitorización precisa de las operaciones, ofreciendo datos exactos sobre la ubicación y rendimiento, y permitiendo actualizaciones de software y asistencia remotas



[La eficiencia operativa de la VS+ se extiende también a sus bajos costes de mantenimiento, mientras que su capacidad de trabajo permite a los agricultores amortizar rápidamente la inversión]

para mantener la máquina siempre en óptimas condiciones.

Limpeza de alta calidad con mayor cuidado del fruto y reducidos costes operativos

Preservar la calidad del fruto es uno de los aspectos clave en el diseño de la VS+. Para garantizar que las aceitunas se recojan en las mejores condiciones, la máquina está equipada con un sistema de limpieza en cinco etapas que asegura que el fruto sea procesado cuidadosamente durante la recolección, manteniendo su integridad y calidad desde el árbol hasta el almacenamiento.

La eficiencia operativa de la VS+ se extiende también a sus bajos costes de mantenimiento. Diseñada para ofrecer una operación fiable y económica, la máquina reduce significativamente los gastos operativos a largo plazo. Además, su capacidad de trabajo permite a los agricultores amortizar la inversión rápidamente, incrementando la rentabilidad de la explotación sin sacrificar la calidad ni el rendimiento.

Buggy BM-300 con paraguas: innovación y eficiencia en la recolección

Diseñado con tecnología de última generación, el buggy BM-300 con paraguas ofrece una combinación única de po-

tencia, maniobrabilidad y eficiencia, con una importante reducción de mano de obra para maximizar el rendimiento en el campo.

A nivel de diseño y ergonomía, el BM-300 destaca por su cabina cerrada, con gran visibilidad y puerta abatible, equipada con calefacción y opción de aire acondicionado. Su estructura incorpora sistemas de amortiguación de vibraciones y control de movimiento mediante dos *joysticks*, asegurando un manejo cómodo y preciso. Además, cuenta con faros LED de alta potencia y una cámara de visión trasera.

Dotado de un motor Deutz de 135 CV y motores de rueda Poclain, el buggy BM-300 garantiza un rendimiento excepcional incluso en terrenos exigentes. Su sistema de control electrónico ajusta la potencia en función de las necesidades, reduciendo el consumo de combustible hasta un 30%. Además, incorpora bombas hidráulicas Danfoss de caudal variable y varios modos de desplazamiento para adaptarse a diferentes condiciones de trabajo.



Este buggy permite seleccionar diferentes programas de vibración para optimizar la recolección según el tipo de plantación. Su pinza vibradora, con doble botella de apriete y motor central de masa variable, se adapta a diversos cultivos y garantiza una recogida eficaz.

En cuanto a las ventajas del paraguas incorporado, reduce la necesidad de operarios en el proceso de recolección y ofrece mejor movilidad y mayor maniobrabilidad en el campo en comparación con un vibrador acoplado a un tractor; al tiempo que la plataforma recolectora regulable con varas retráctiles y ajuste de elevación facilita la recolección, adaptándose a diferentes variedades de olivo. 🟩

Moresil, S.L.
moresil@moresil.com
www.moresil.com



Gestión sostenible de residuos en el sector oleícola: innovación y reducción de carbono

En un contexto donde la sostenibilidad y la reducción de carbono se han convertido en prioridades estratégicas, el sector oleícola enfrenta el desafío de gestionar de manera eficiente los residuos generados en la producción de aceite de oliva. La implementación de tecnologías avanzadas de valorización de residuos ofrece una solución eficaz para transformar subproductos como alperujo, orujo y hojas de poda en fertilizantes naturales, mejorando la calidad del suelo, reduciendo el impacto ambiental y promoviendo la agricultura regenerativa.



Los métodos tradicionales de tratamiento de residuos pueden implicar costes elevados y generar problemas medioambientales tales como la contaminación del agua y la emisión de gases de efecto invernadero. Sin embargo, la fermentación acelerada permite reducir estos impactos, convirtiendo los desechos en un recurso útil en menos de 24 horas y optimizando la gestión de residuos en almazaras y explotaciones agrícolas.

Los sistemas de compostaje acelerado permiten la conversión de residuos orgánicos en fertilizantes naturales en tan sólo 24 horas. Esta rapidez se logra mediante un proceso de fermentación controlada donde los residuos se someten a condiciones óptimas de temperatura y humedad, facilitando la actividad microbiana que descompone la materia orgánica de manera eficiente. El resultado es un compost de alta calidad, libre de patógenos y rico en nutrientes esenciales para el suelo.

Los residuos generados en el proceso de extracción del aceite de oliva

como el alperujo -que tradicionalmente ha representado un desafío logístico y ambiental-, las hojas y restos de poda o el obtenido después de la producción de biogás a partir de alperujo pueden transformarse en fertilizantes.

La tecnología de tratamiento acelerado permite una conversión rápida y eficiente de residuos en fertilizante orgánico sin generación de olores ni lixiviados contaminantes, así como la eliminación de patógenos y sustancias perjudiciales, asegurando un compost seguro y enriquecido.

Asimismo, posibilita la reducción del volumen de residuos en hasta un 90%, minimizando la necesidad de almacenamiento y disposición final.

Teniendo en cuenta que para procesar 22 m³ al día de residuos en compost se necesita una media de seis meses y 12.000 m²,

con el compostaje acelerado precisaríamos 24 horas y 1.000 m² para procesar 22 m³.

Por último, no hay que olvidar la captura y fijación de carbono en el suelo, contribuyendo a la mitigación del cambio climático. El resultado es un fertilizante de alta calidad, rico en materia



[El uso del compost obtenido mediante tecnología de tratamiento acelerado ofrece beneficios directos para los olivares, alineándose con los principios de la sostenibilidad agrícola y contribuyendo a la agricultura regenerativa]

orgánica y micronutrientes esenciales, ideal para su aplicación en los olivares.

Impacto en la producción oleícola y la sostenibilidad

El uso del compost obtenido mediante esta tecnología ofrece beneficios directos para los olivares, alineándose con los principios de la sostenibilidad agrícola y contribuyendo a la agricultura regenerativa. Así, su aplicación en el suelo permite mejorar la fertilidad y



Tecnilab y BIOEX unen fuerzas para revolucionar la gestión de residuos



La transformación del sector oleícola hacia un modelo más eficiente y respetuoso con el medio ambiente requiere soluciones tecnológicas avanzadas y asociaciones estratégicas sólidas. En este escenario, Tecnilab y BIOEX Biotechnology Inc. -una compañía creada con el objetivo de inculcar la filosofía de cero residuos en la vida social, especialmente en proyectos de responsabilidad social, y reciclar los desechos orgánicos para que sean útiles para la naturaleza- han unido sus fuerzas para revolucionar la gestión de residuos en almazaras y explotaciones agrícolas, ofreciendo una alternativa sostenible basada en la valorización de subproductos.



que no sólo optimiza el tratamiento de residuos, sino que también impulsa la regeneración del suelo y la captura de carbono, alineándose con los principios de la agricultura regenerativa. Gracias a esta alianza, el sector oleícola puede integrar procesos

más eficientes, rentables y ambientalmente responsables, reduciendo su huella ecológica y aumentando la calidad de sus cultivos.

Además de proporcionar una solución innovadora, Tecnilab y BIOEX trabajan activamente en la capacitación y asesoramiento técnico, asegurando que cada explotación pueda implementar esta tecnología de manera óptima, maximizando sus beneficios y contribuyendo a una cadena de producción más sostenible y competitiva.

más sostenibles en toda la cadena de valor del sector oleícola.

La valorización de residuos orgánicos no se limita a las explotaciones agrícolas. Su implementación en almazaras e industrias derivadas del aceite de oliva permite el cumplimiento de normativas medioambientales, alineándose con las regulaciones europeas y nacionales sobre gestión de residuos; la reducción de costes operativos, minimizando el gasto en eliminación de residuos y fertilización química; la mejora de la imagen corporativa y RSE, posicionando a las empresas como referentes en sostenibilidad; y la generación de nuevos modelos de negocio, mediante la comercialización de fertilizantes orgánicos derivados de los residuos del aceite de oliva.

En definitiva, la innovación en la gestión de residuos del sector oleícola ofrece una oportunidad única para transformar un problema en una solución sostenible. Gracias a tecnologías avanzadas de tratamiento y compostaje acelerado, los residuos de la producción de aceite de oliva pueden convertirse en fertilizantes regenerativos, mejorando la productividad de los olivares, reduciendo la huella de carbono y contribuyendo a la economía circular. Y es que la sostenibilidad en el sector oleícola no es una opción, sino una necesidad para garantizar su competitividad y preservar el equilibrio ambiental. 💧

biodiversidad del suelo, favoreciendo la actividad microbiana beneficiosa; reducir la compactación y la erosión, aumentando la capacidad del suelo para retener agua; disminuir el uso de fertilizantes químicos, reduciendo la contaminación por nitratos y otros

compuestos; y optimizar la eficiencia hídrica, favoreciendo la resistencia de los olivares a la sequía.

Este enfoque no sólo mejora la producción y calidad del aceite de oliva, sino que también contribuye a la reducción de carbono, promoviendo prácticas

Soluciones Integrales de Laboratorio, S.L. (Tecnilab)
tecnilab@tecnilab.es
www.tecnilab.es



Ingenia Process, el mejor aliado en proyectos de automatización e instalaciones eléctricas

Ingenia Process es una compañía dedicada a la automatización de procesos industriales que ofrece soluciones personalizadas para superar los desafíos específicos de cada cadena productiva, proporcionando una mayor ventaja competitiva a sus clientes. Para ello cuenta con la experiencia y el equipo necesarios para impulsar la automatización en todos sus aspectos: hardware, software, implementación y soporte, garantizando un funcionamiento ininterrumpido de la producción con la máxima garantía y eficiencia.



Con sede en Úbeda (Jaén), desde su creación en 2022 Ingenia Process se ha adaptado a las necesidades cambiantes del mercado logrando establecer sinergias a nivel nacional e internacional. Con la vocación de mejora constante como uno de los pilares de su actividad, junto con la continua inversión en I+D+i -que le permite estar siempre a la vanguardia tecnológica-, la empresa cuenta con un equipo altamente cualificado y comprometido con la excelencia que se dedica al desarrollo de proyectos de automatización e instalaciones eléctricas llave en mano, al mantenimiento de sistemas automatizados y a la transformación digital del sector oleícola, siempre con la vista puesta en optimizar la producción y mejorar la competitividad de sus clientes.

Su misión es convertirse en un referente global en soluciones tecnológicas avanzadas ofreciendo a sus clientes procesos más eficientes, sostenibles y rentables. Con más de dos décadas de experiencia en el sector de la automatización, su CEO y fundador, Francisco Javier Altarejos Martínez, ha logrado transformar su visión en realidad. Su

Los sistemas avanzados de automatización permiten una mejora en los tiempos de producción y una optimización de recursos, reduciendo los costes operativos y mejorando la trazabilidad del proceso

carácter luchador, capacidad para tomar decisiones estratégicas y profundo conocimiento de la industria le han convertido en un modelo a seguir para el equipo. Porque lo que comenzó como una aventura y un desafío vital se ha convertido en una familia de más de 20 personas dedicadas a ofrecer soluciones integrales a las empresas del sector oleícola con el fin de mejorar sus procesos de producción, optimizar recursos y garantizar la calidad del aceite de oliva.

Desde sus inicios, Ingenia Process ha trabajado incansablemente para entender las necesidades de la industria oleícola y afrontar los nuevos retos de un sector clave para una provincia reconocida mundialmente por su producción de aceite de oliva como es Jaén, presentándose como un aliado clave para aquellas empresas que no sólo buscan mejorar su eficiencia, sino también asegurar la excelencia de su producto.

Con apenas tres años de vida, la empresa se ha consolidado como un referente en el sector, con presencia en más de una docena de países y un crecimiento continuo -más del 70%-, pero manteniendo los mismos valores: priorizar la calidad y satisfacer plenamente las necesidades de los clientes.

Automatización de procesos, eficiencia energética, programación industrial y asistencia remota

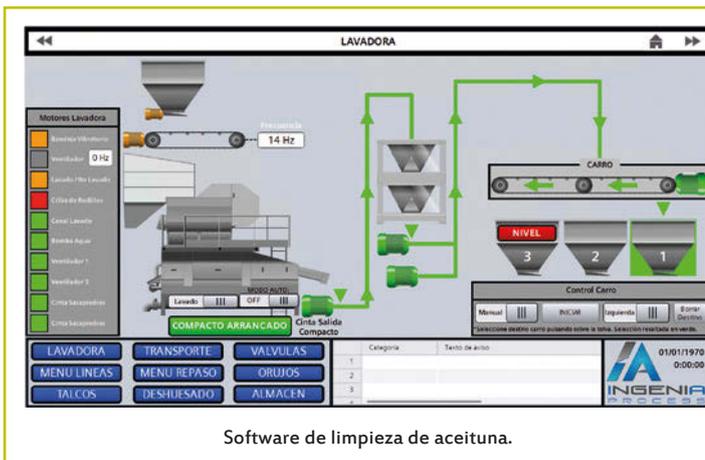
Entre los múltiples servicios que Ingenia Process ofrece a sus clientes destacan los sistemas avanzados de automatización para la gestión y control de las distintas fases del proceso de extracción del aceite de oliva, desde la recolección



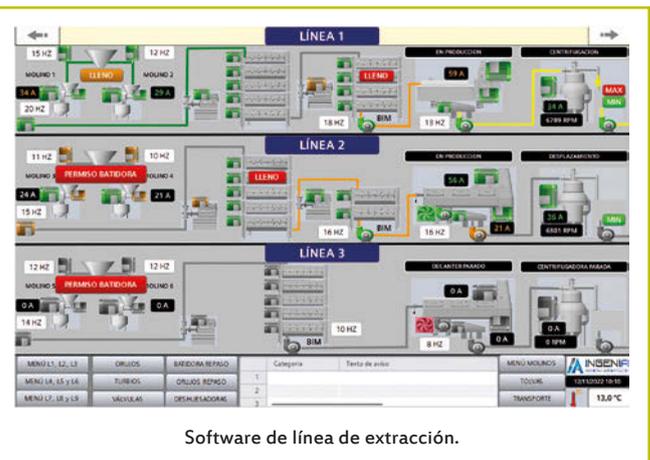
Cuadro de distribución de potencia.



Cuadro eléctrico de control.



Software de limpieza de aceituna.



Software de línea de extracción.

de las aceitunas hasta el envasado del producto final. Estos sistemas permiten una mejora en los tiempos de producción y una optimización de recursos, reduciendo los costes operativos y mejorando la trazabilidad del proceso.

La eficiencia energética es uno de los aspectos clave en el sector oleícola, debido sobre todo a los altos costes de producción. Ingenia Process proporciona soluciones tecnológicas para optimizar el consumo energético, tales como sistemas de recuperación de calor y la implementación de energías renovables; soluciones que permiten a las almazaras reducir su huella de carbono y hacer frente a los desafíos económicos relacionados con la energía.

Asimismo, la compañía desarrolla soluciones personalizadas que permiten mejorar la operatividad de los procesos

industriales. Su programación abarca desde la configuración de autómatas programables (PLC) y sistemas SCADA hasta el desarrollo e implementación de algoritmos avanzados que mejoran la gestión de la producción y el control de calidad. Cada proyecto es tratado de manera individual, garantizando que la programación se ajuste perfectamente a las necesidades específicas de cada cliente, con el objetivo de maximizar la eficiencia, reducir los tiempos de inactividad y asegurar un funcionamiento continuo y estable.

Finalmente, la asistencia remota es otra de las piedras angulares de su cartera de servicios, ya que le permite ofrecer a sus clientes soporte técnico de alta calidad sin importar su ubicación. Gracias a su avanzada infraestructura y al uso de tecnologías de comunicación

seguras, Ingenia Process ofrece asistencia remota en tiempo real para diagnosticar y resolver problemas, optimizar sistemas y realizar ajustes en los procesos. Todo ello no sólo reduce significativamente los tiempos de respuesta, sino que también minimiza la necesidad de desplazamientos, lo que se traduce en un ahorro de tiempo y costes para los clientes. Ya sea en Europa, América, Asia o cualquier otro continente, su equipo está preparado para ofrecer soluciones rápidas y eficaces, garantizando la continuidad y el buen funcionamiento de las operaciones industriales a nivel global. 💧

INGENIA, Ingeniería y Automatización, S.L.U.
francisco.altarejos@ingeniaprocess.es
www.ingeniaprocess.es

Libro de Experiencias y Buenas Prácticas en Fincas Demostrativas Olivares Vivos

El Sombrero Verde
hola@elsombreroverde.es
www.elsombreroverde.es

Año edición:
2024

El *Libro de Experiencias y Buenas Prácticas en Fincas Demostrativas Olivares Vivos* reúne entre sus páginas los aprendizajes y satisfacciones de una veintena de agricultores que cultivan fomentando la biodiversidad, historias y ejemplos de agricultores que encontraron en la naturaleza a su mejor aliada. Esta lectura invita a conocer los olivares que han dado la bienvenida a la flora y a la fauna y que, ahora, conviven con la biodiversidad. La obra permite al lector conocer una selección de fincas gestionadas bajo el modelo de agricultura Olivares Vivos. Y son ellos, los propios olivicultores, los que acompañan a quienes se acercan a este libro por tan hermoso viaje. El conjunto de entrevistas cuenta cómo estos hombres y mujeres trabajan el campo, cómo se enfrentan a los obstáculos en aras de producir los mejores aceites de oliva vírgenes extra y cómo buscan, para ello, soluciones basadas en la naturaleza. Los agricultores evidencian cómo el camino de las buenas prácticas, la innovación y la conservación del legado

natural les ha conducido al éxito en sus fincas, explotando el potencial de su olivar, encontrando un manejo agrícola favorable y aprendiendo a convivir -y disfrutar- con la biodiversidad. El libro, editado por El Sombrero Verde en el seno del Grupo Operativo Cooperativo "Olivar rentable y sostenible 4.0", está cofinanciado por el FEADER a través del Programa de Desarrollo Rural 2014-2022 y la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía. Este proyecto, del que es socio SEO/BirdLife, ha transferido el modelo Olivares Vivos al sector de las cooperativas agrícolas y abierto un nuevo camino para hacer más fácil que los pequeños agricultores participantes en estas sociedades recuperen flora y fauna y aumenten sus beneficios a través del valor añadido. Una obra que pone de relieve la voz de la experiencia para dar una nueva vida al campo gracias al modelo de agricultura Olivares Vivos.



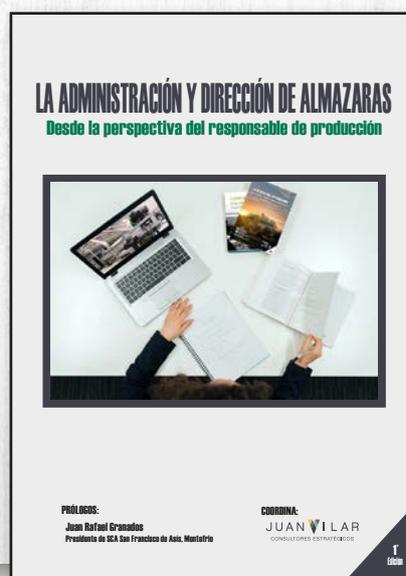
La administración y dirección de almazaras

Presentado en el V Congreso de Maestros y Operarios de Almazaras organizado por AEMODA, *La administración y dirección de almazaras. Desde la perspectiva del responsable de producción* es un manual en el que han colaborado Química Masul, CAMDESA, AEMODA, IMS, GEA, Plantas Continental y Garzón Green Energy. Con prólogo de Juan Rafael Granados, presidente de la SCA San Francisco de Asís (Montefrío, Granada), a lo largo de 11 capítulos la obra pone de manifiesto, desde la brillante perspectiva de sus autores -Consoli Molero, Manuel Caravaca, Tomás Fernández, Miguel Abad, Joaquín Morillo, Juan Alberto Cobo, Alfonso Rodríguez, Miguel Ángel Espinosa, Manuel Jesús Jiménez, Manuel Moya y Miguel Ángel Carrasco-, cuáles son las distintas áreas, actividades y etapas del proceso productivo; así como los diferentes aspectos, pautas y peculiaridades de la administración y dirección de almazaras. Todos ellos se atreven a definir en el ámbito de la gestión el modo de funcionamiento de cada una de las áreas, un salto adelante que les posiciona en una esfera superior dentro de la organización, acumulando experiencia no sólo en el ámbito productivo, sino también en el complejo ámbito de la toma de decisiones gerenciales, administrativas, financieras, etc.

AEMODA

aemodaes@gmail.com
www.aemoda.com

Año edición:
2024



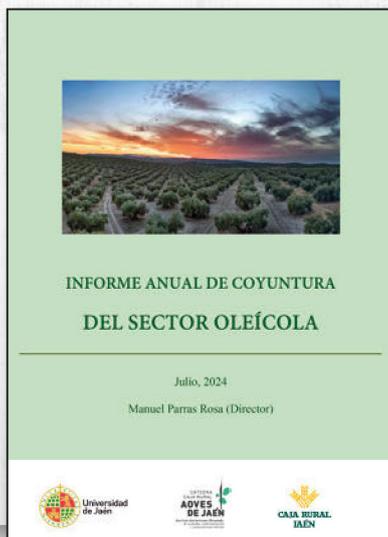
Informe Anual de Coyuntura del Sector Oleícola 2024

Caja Rural de Jaén,
Barcelona y Madrid
info@catedraaceitesdejaen.com
www.catedraaceitesdejaen.com

Año edición:
2024

Elaborado por la Cátedra Caja Rural José Luis García-Lomas Hernández de Economía, Comercialización y Cooperativismo Agrícola de la Universidad de Jaén, el *Informe Anual de Coyuntura del Sector Oleícola 2024* advierte de la pérdida de peso del cooperativismo en general y del jiennense en particular, considerando -en palabras de Manuel Parras, presidente de la Cátedra y catedrático de la UJA- que “habría que demandar un estudio riguroso sobre qué está fallando en lo relativo a la fidelidad del cooperativismo”.

El informe se estructura en torno a un cuerpo temático que se repite y actualiza año tras año con el objetivo de ofrecer una visión longitudinal de la evolución del sector oleícola. Así, en la Parte I, “La cadena de valor de los aceites de oliva y el entorno jurídico”, además de actualizar los datos sobre la cadena de valor de los aceites de oliva, se recogen y analizan las novedades legislativas con incidencia en su comercialización; y se selecciona un conjunto de noticias destacadas en 2023. En la Parte II se analiza la oferta y su evolución reciente: olivar, aceites de oliva y precios y su evolución, tanto en origen como en destino; mientras que en la Parte III se aborda la demanda mundial de aceites de oliva, la demanda interna, el comercio exterior y los estudios sobre el comportamiento del consumidor de los aceites de oliva, recogiendo además un análisis sobre la evolución de los precios y su influencia en el consumo. A su vez, la Parte IV mide la evolución de la aplicación de las TICs en la oleicultura; y, por último, la Parte V está dedicada a dos monográficos: “La Política Agrícola Común (II): eco-regímenes y ayuda asociada al olivar con dificultades específicas y alto valor medioambiental”, en la que se analiza la respuesta del sector jiennense ante estos nuevos instrumentos de la PAC; y “La oferta de oleoturismo en la provincia de Jaén: estructura, caracterización y retos del sector”.



ORO LÍQUIDO DE 24 QUILATES



WWW.VERDE24K.ES



Del 22 al 23 de mayo

Congreso Nacional do Azeite



El Centro de Estudios y Promoción del Aceite de Oliva del Alentejo (CEPAAL) organiza la 8ª edición del Congreso Nacional del Aceite de Oliva en Campo Maior, en el marco de la Feria Nacional de Olivicultura, con el objetivo de dinamizar

el sector oleícola a través de la información, la comunicación y el intercambio. Se trata de un importante foro nacional de debate y un punto de encuentro para que los profesionales nacionales debatan sobre los retos, soluciones y tendencias del sector. En la edición de 2025, los trabajos se dividirán en cuatro paneles dedicados a importantes temas: nuevos retos; ESG (ambiental, social y gobernanza) en el sector del olivar y del aceite de oliva; identidad del aceite de oliva portugués: marca y origen; y el camino del aceite de oliva en la alta cocina.

congresonacionaldoazeite@gmail.com

<https://congressoazeite.wixsite.com/website-1>

Del 18 al 19 de junio

MUNDOLIVAR



MUNDOLIVAR, el III Congreso Mundial de Olivicultura y Elaio-tecnia, es un evento único sin precedentes en el sector que

volverá a reunir los próximos 18 y 19 de junio en el Aula Magna de la Universidad de Córdoba a los principales actores de la cadena productiva y a los grandes referentes de la olivicultura internacional. Bajo el lema "*Reducir costes: Más con Menos*", MUNDOLIVAR 2025 mostrará las herramientas y estrategias ganadoras para lograr ser competitivo y obtener la máxima rentabilidad hoy en día en el sector del olivar y el aceite de oliva. Además de las mesas redondas, albergará de nuevo un área expositiva con innovadores formatos para los patrocinadores del evento, donde las principales empresas proveedoras del sector podrán establecer contacto directo y presencial con los participantes mediante *business meetings*. También contará con diversos talleres prácticos -que tanto éxito obtuvieron en las anteriores ediciones- que darán a conocer las últimas innovaciones y ofrecerán las claves y las estrategias para rentabilizar las explotaciones y negocios. Por si fuera poco, el Congreso ofrecerá también una atractiva programación de actividades paralelas tales como menús temáticos en los restaurantes de Córdoba o encuentros B2B.

hola@mundolivar.es

www.mundolivar.es

Del 25 al 29 de junio

Fercam



El recinto ferial de Manzanares (Ciudad Real) acoge la 63ª Feria Nacional del Campo (Fercam), que se

convierte en un punto de encuentro para que compradores y vendedores hagan negocio y en la que partici-

pan expositores de maquinaria agrícola y riego, además de obra pública, energías renovables o automoción. La muestra también cuenta con un programa diverso de actividades, que incluye varias conferencias técnicas sobre temas relevantes para el sector, además de numerosas catas de productos agroalimentarios como el AOVE. No faltarán tampoco los concursos agroalimentarios de vino, queso manchego y aceite de oliva virgen extra, así como varios talleres para adultos y niños. En 2024, la feria congregó a más de 100.000 personas y a más de 200 empresas, que expusieron una mercancía por valor de 42 millones de euros.

fercam@manzanares.es

www.fercamvirtual.es

Del 29 de junio al 1 de julio

Summer Fancy Food



Summer Fancy Food Show regresa un año más al Jacob K. Javits Convention Center de Nueva York, donde se reúnen los profesionales del sector gourmet, entre ellos productores de aceite de oliva virgen extra nacionales e internacionales. Se trata de un espacio donde emprendedores y

empresas lanzan y prueban nuevos productos, y se presentan y buscan las novedades del mercado. Cabe recordar que, en el marco del pabellón español, se habilita un espacio gastronómico con una programación compuesta por diversos seminarios y catas dirigidas al público profesional donde se da a conocer la excelencia y características diferenciales de la oferta gastronómica española.

press@specialtyfood.com

www.specialtyfood.com/shows-events/summer-fancy-food-show

Del 29 al 30 de junio

Olive Japan Show Marche



OliveJapan®

The Olive Oil Sommelier Association of Japan (OSAJ) organiza Olive Japan Show Marche, un evento que se celebra en el hotel Courtyard Marriott Ginza Tobu para promocionar entre los consumidores los aceites de oliva vír-

genes extra galardonados en el concurso Olive Japan. En este evento también se organizan talleres, demostraciones, programas de entrevistas y otros eventos interactivos para el consumidor, así como la ceremonia de entrega de premios Olive Japan para los ganadores de la Medalla Premier. Olive Japan Show Marche permite a los consumidores nipones interactuar directamente con importadores y productores de aceite de oliva procedentes de otros países.

info@olivejapan.com

www.olivejapan.com/en

Índice de anunciantes

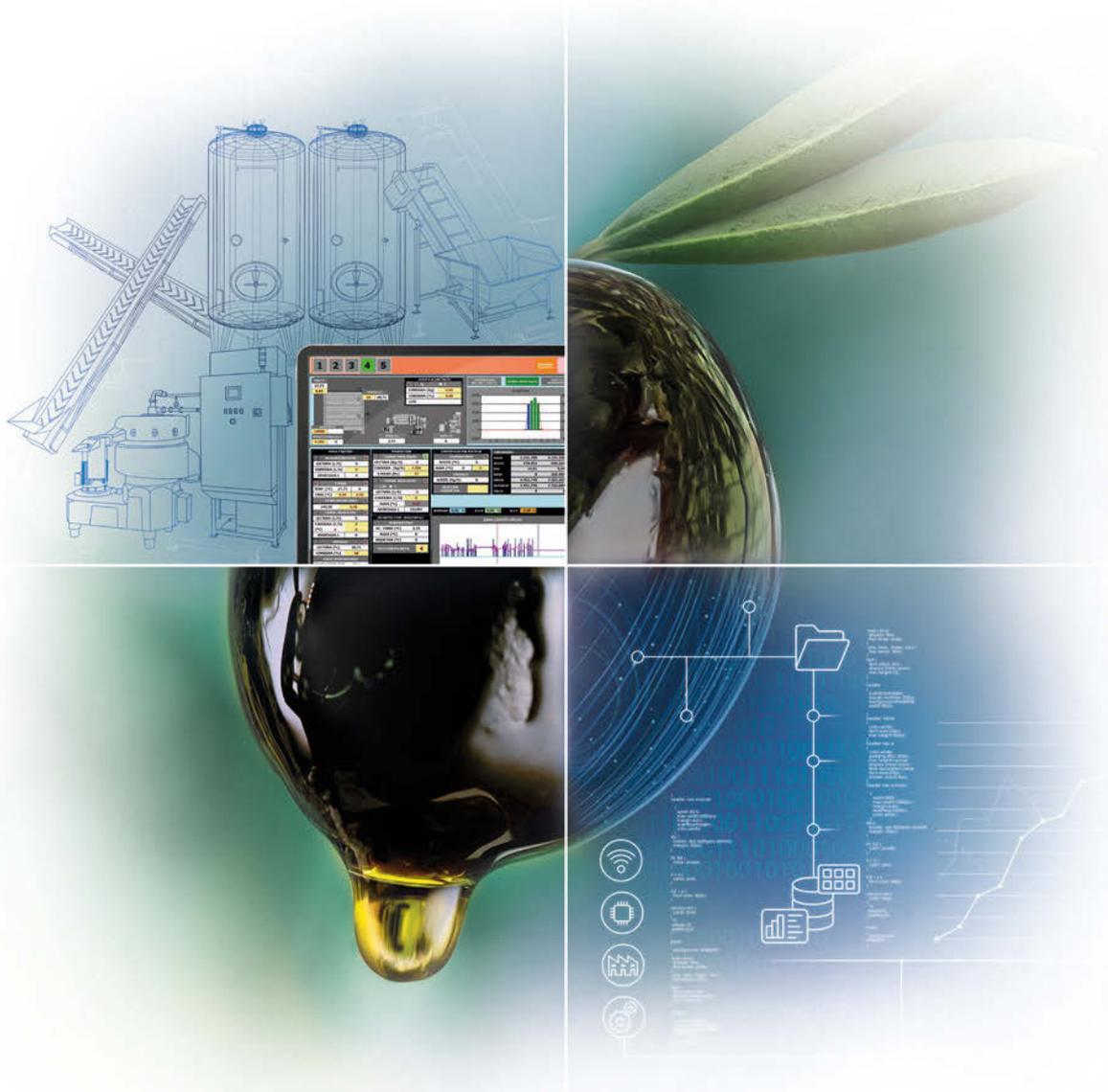
Aborrell - AB Maquinaria Innovados... 229	DOP Aceite de Navarra 117	Molino del Genil – Lagar do Sobrado ... 47
Agapa. Seguros Agrarios 2025..... 277	DOP Aceite del Bajo Aragón..... 121	Moresil 71
AGR By de Prado 27	DOP Aceite Monterrubio 119	Multinivel Ibérica (Cándido)..... 51
Agrama Science & Life 97	DOP Antequera 123	NutriNav 171
Agrinaco 108	DOP Baena 125	Oleícola Jaén..... 207
Agrinaco 109	DOP Gata-Hurdes 127	Olivares Vivos..... 239
AGRO-oleum Ingeniería..... 183	DOP Les Garrigues 129	OLIVARUM 201
Agroisa 41	DOP Montes de Toledo 131	Olivérica (Asociación Ibérica de Olivar en Seto) 215
Agromillora (ebook) 263	DOP Sierra de Cádiz 132	Olmos Maquinaria 193
Alltech Crop Science 95	Dosificadores García Fernández..... 8	Olvesa 205
Amenduni Ibérica..... 233	Envases Sopladados - NOVAPET..... 103	OptiCept Technologies 81
Amenduni Ibérica..... Lomo	Esbelt, Bandas Transportadoras 45	Palacín 197
Andaluza de Envasado..... 147	Esteryfil..... 139	Pastrana Ingeniería y Servicios..... 145
Ansotec..... 65	EuroChem Agro Iberia 155	Pieralisi 16
Asigran 101	Extra Premium..... 105	Pieralisi 17
AUSERE..... 39	Feria Expoliva 2025..... 281	Polat 23
Autelec..... 31	FILTROX Southern Europe 203	ProciÓleo..... 141
Automatismos ITEA..... 298	Foss..... 111	Prosur..... 69
Automatismos ITEA..... Int. Contraportada	GEA Westfalia Separator Ibérica..... 261	Puerta de las Villas (S.C.A. San Vicente) 221
Auximara 191	GEA Westfalia Separator Ibérica..... Contraportada	Quatro Etiquetas..... 169
Axflow 173	Gesca Automatismos..... 99	Regaber 153
Ayrtac 249	Grupo Macho (etiquetas)..... 217	Revista La Semana Vitivinícola..... 287
BALAM Agriculture 37	Guillén Broker 151	RIVERO (Calderería Rivero) 49
Bandas Transportadoras del Sur (BTS).... 213	HAUS..... 245	Russo Tecno Service..... 177
BARCELBAL (Balanças e Básculas).. 107	Herpasur..... Portada	Saint-Gobain Weber 255
Bayer 159	Ifamensa..... 77	SALÓN SIAOVE 279
Berlin Packaging..... 91	IGP Aceite de Jaén..... 135	Secaderos de La Loma (Joaquín Molina Chamorro) 157
Bombas Parra la Mancha 63	IGPs Aceituna Manzanilla y Aceituna Gordal de Sevilla..... 133	Serijerez (Jerezana de Serigrafía Publicitaria) 29
Bombas Trief 219	Ildelfonso Rosa Ramírez e Hijos “JAR”. 35	servalesa 79
CaixaBank 275	IMATEC 31 209	SIPCAM..... 5
Caja Rural Jaén..... 235	IMS Pesaje Int. Portada	Soluciones en Proceso de Pesaje..... 85
Cajamar 241	Indea Technologies..... 195	Stihl..... 189
Calero (Ingeniería y Desarrollo Agro-Industrial)..... 163	Industrias de la Rosa..... 42	Sucesores de Hermanos López 285
Canals (Manufacturas Metálicas Canals)..... 231	Industrias de la Rosa..... 43	TACSA..... 67
CAZAUX-PUMPS..... 75	INGENIA Process 113	Talcoil (Mivico) 46
CDR OXITester (Tecnilab) 55	IngerHidro..... 185	Talleres Espí Serrano 89
Centrifugación Alemana 3	Innovaciones Oleícolas 225	Talleres González y París..... 137
Centrifugación Alemana Triángulo de portada	Inoelec..... 243	Tamesur 73
Centrifugación Alemana .. Desplegable de portada	Inoxcaucho 53	Tecamyser 11
Cielo y Tierra Botanic (Infusión de hoja de olivo) 216	ITALPROGETTI..... 87	Tecnilab – Tecnología Analítica 167
Cifarelli..... 181	ITALPROGETTI..... 175	Todolivo 83
Codi-Pack, Marcaje y Codificación..... 61	JAENCOOP Grupo 199	Treico-Remasa-Granaoliva 6
COLIVAL..... 13	KOCAMAZ Olive Oil Technologies 33	Treico-Remasa-Granaoliva 7
COLIVAL..... 14	Kubota 237	Vetreria Etrusca..... 25
Concurso y Premio Ovibeja 2025..... 223	Kubota Espónsor pie de página en toda la revista	VetroLatino 57
Construcciones Romero Vico (Rovi) .. 211	Laboratorio Tello 227	Vidrala 257
Coriana, Variedad (Agromillora) 251	Lecciana, Variedad (Agromillora) 247	VIMAR Equipos 179
Corteva Agriscience..... 259	Libro La Revolución del Olivar (Agromillora)..... 283	Vitroval..... 21
Daymsa 59	Magusa..... 273	VLS Technologies (VELO Maquinaria) 93
De Bujalance Calderería Inox..... 165	Manzano – Flottweg 161	WEG Iberia 143
DOP Aceite de la Rioja 117	Meccanica Spadoni 187	Yara 149
	MIGASA Grupo..... 253	



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.