



INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR

Mercacei

MAGAZINE

Especial MUNDOLIVAR

Especial MUNDOLIVAR

Crónica: "MUNDOLIVAR vuelve a hacer historia con un Congreso multitudinario enfocado en la rentabilidad y el negocio"

Mesas Redondas

Cena-cóctel

Galería de expositores

Actividades paralelas y Talleres Prácticos:

- Todo lo que necesitas para diseñar y gestionar tu explotación en seto
- Optimización de la fertilización y el riego en olivar
- ¿Qué vale transformar mi finca a los nuevos modelos de plantación?
- *Masterclass express* maestros de almazara: calidad, cantidad y rentabilidad
- II Edición de la Jornada "Un olivar en cambio"

Actualidad

- La calidad del AOVE, entre la percepción y la realidad
- Ranking World's Best Olive Oils (WBOO) de los mejores AOVES de la campaña 2024/25

Agromercacei

Análisis comparativo de tolerancia a la salinidad de tres nuevos cultivares de *Olea europaea L.* para plantaciones en seto



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

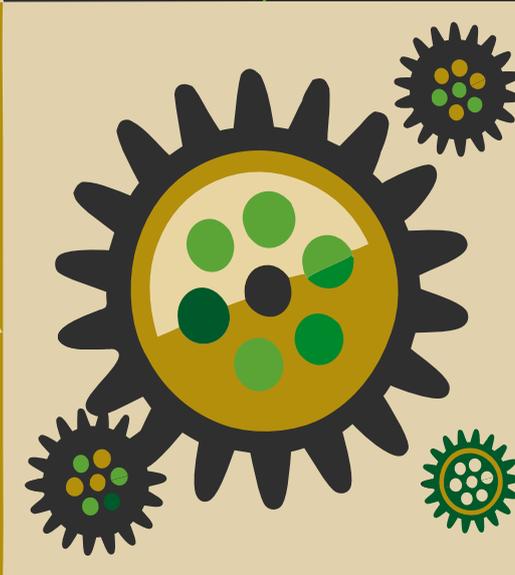




**centrifugación
alemana**

www.centrifugacionalemana.com

PERFECCIÓN



EN LA EXTRACCIÓN DEL ACEITE DE OLIVA

TEDAES



EXPOLIVA - 2025
Feria Internacional del Aceite de Oliva
e Industrias Afines
1º PREMIO
INNOVACIONES TÉCNICAS



IMS

CONTROL INDUSTRIAL

Departamento Técnico
Departamento Comercial



646 90 70 37
686 08 99 14



serviciotecnico@imscontrolindustrial.com
comercial@imscontrolindustrial.com



www.imscontrolindustrial.com

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

Dépósito 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

7 ANÁLISIS DE MERCADO

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

16 ACTUALIDAD

III Jornada de Etiquetado Nutricional y Saludable de Los Aceites de Oliva Vírgenes Extra de QvExtra! Internacional • Auténtica Premium Food • Feria de Maquinaria Agrícola de Úbeda • Jornada "La calidad del aceite de oliva virgen extra, entre la percepción y la realidad" • Previa World Olive Oil Exhibition (WOOE) • Ranking World's Best Olive Oils (WBOO)

46 EMPRESAS

Olivamente cumple cinco años como almazara referente del olivar superintensivo en Extremadura

50 ASOCIACIONES

Entrevista a Patricia Caraballo, secretaria general del CRDOP Aceite de Lucena: "Los pilares fundamentales de nuestro Plan Estratégico son la apuesta por la calidad de los AOVes, la sostenibilidad, la digitalización, la certificación y la promoción"

56 ESPECIAL MUNDOLIVAR

MUNDOLIVAR vuelve a hacer historia con un Congreso multitudinario enfocado en la rentabilidad y el negocio • Mesas Redondas: "Aceite de oliva: El precio justo. Estrategias para que todos ganen en la cadena de valor"; "Cómo hacer de la sostenibilidad ambiental el paradigma de la sostenibilidad económica"; "Nuevas variedades: la mejora genética al servicio de la cuenta de resultados"; "Olivicultura en secano: donde el más con menos se eleva a la máxima potencia"; "Crisis geopolítica, las claves para afrontarla con éxito y sus repercusiones en el sector oleícola: la exportación de aceite de oliva en el punto de mira"; "Robótica e Inteligencia Artificial: cuando los datos se convierten en acciones eficientes que reducen nuestros costes"; "La carrera por la mecanización eficiente"; y "Ahorro de costes en la fase de extracción: rendimientos y eficiencia para ser más competitivo" • Cena-Cóctel MUNDOLIVAR, la velada del año • Galería de patrocinadores • Los talleres prácticos de MUNDOLIVAR: Una formación de primer nivel • Actividades paralelas

160 PROMOCIÓN

Aceites de Oliva de España toma nueva ventaja en el mercado de EEUU valorizando el origen al exportar más producto envasado que a granel

162 EL LINEAL

Terranovus, agricultura respetuosa y compromiso con la excelencia

168 EXPERIENCIA GOURMET

Ignacio Coco Montes, chef de Pabú: "El AOVE es un hilo conductor en mi cocina, un ingrediente que no necesita disfrazarse de nada, auténtico y versátil"

174 AGROMERCACEI

Uso de la biodiversidad varietal del olivo para innovar y mejorar la competitividad del olivar • Análisis comparativo de tolerancia a la salinidad de tres nuevos cultivares de *Olea europaea* L. para plantaciones en seto • Análisis de puntos clave en plantación de olivar superintensivo de la variedad coriana • El olivar en seto en marco amplio: Un modelo de alta sostenibilidad y rentabilidad diseñado para afrontar los desafíos de la olivicultura moderna

200 CLUB LECCIANA

Entrevista a Lorenzo Urroz, administrador y gerente de Molino de Olivas de Bolea: "Lecciana representa un complemento ideal para nuestra gama de AOVes"

204 I+D+i

Del olivo al laboratorio: OLEAF4VALUE y las hojas que alimentan la innovación

208 PUBLIRREPORTAJES

Palacín • Fertinagro Biotech • Clemente

216 AGENDA

217 ÍNDICE DE ANUNCIANTES

HAUS
TECNOLOGÍAS DE CENTRIFUGA
#BECAUSEWECARE

Encuétranos
en la pág. 83

PERFECCIÓN EN LA EXTRACCIÓN DEL ACEITE DE OLIVA



centrifugación
alemana

www.centrifugacionalemana.com



Cuando el olivar habla el idioma del futuro

Pandora Peñamil Peñafiel

Abrimos el número 125 de *Mercacei Magazine* con la satisfacción de saber que el sector del olivar y del aceite de oliva no sólo vive un gran momento, sino que escribe una nueva página de su historia. La tercera edición de MUNDOLIVAR 2025, celebrada los días 18 y 19 de junio en el Campus de Rabanales de la Universidad de Córdoba, ha dejado una huella imborrable: más de 1.500 asistentes, más de 50 ponentes internacionales y un mensaje rotundo: el del sector que ya no espera el futuro, sino que lo inventa.

MUNDOLIVAR se ha consolidado como el gran espacio de negocio del olivar global, un punto de encuentro donde la estrategia se une a la acción, donde la rentabilidad se aborda desde la innovación y donde la palabra “sostenibilidad” se traduce en decisiones reales. En su zona expositiva, con más de 40 firmas punteras, la tecnología se convirtió en aliada de la competitividad, y las reuniones B2B confirmaron que aquí los contactos se transforman en contratos, y las ideas, en alianzas.

Las mesas redondas marcaron el ritmo de un congreso vibrante, centrado en la rentabilidad, la eficiencia y el futuro del negocio oleícola. En “*El precio justo*” se abordaron estrategias para equilibrar la cadena de valor; en “*Sostenibilidad ambiental y económica*”, se demostró que el respeto al medio es rentable; y en “*Nuevas variedades*” y “*Olivicultura en secano*”, los expertos mostraron cómo la mejora genética y la eficiencia hídrica abren camino incluso en los escenarios más difíciles. La tecnología también tuvo su espacio con debates sobre robótica, Inteligencia Artificial, mecanización eficiente y ahorro de costes en la fase de extracción, donde la conclusión fue unánime: sólo quien mida, analice y automatice podrá competir en un mercado global y exigente.

El contexto internacional sobrevoló las jornadas. La mesa dedicada a la crisis geopolítica y su impacto en las exportaciones recordó que el AOVE, producto esencial de la cultura mediterránea, se enfrenta a un escenario global en transformación. En ese sentido, Estados Unidos, país invitado, fue protagonista de debates estratégicos sobre comercio y consumo, consolidando el papel de MUNDOLIVAR como puente entre los mercados tradicionales y los emergentes.

Por último, los talleres prácticos completaron un programa que combinó rigor técnico y formación aplicada.

Bien es cierto que en este número dedicamos amplias páginas al análisis de todo lo que dejó MUNDOLIVAR 2025, pero también viajamos por otros escenarios que muestran la vitalidad de este sector en constante evolución. En *Actualidad*, repasamos las claves de la III Jornada de Etiquetado Nutricional y Saludable de QvExtra! Internacional; la Feria de Maquinaria Agrícola de Úbeda; o la jornada “*La calidad del AOVE, entre la percepción y la realidad*”; sin olvidar la previa de la WOOE; y el ranking World’s Best Olive Oils (WBOO).

En *Empresas*, celebramos el quinto aniversario de Olivamente, almazara referente del superintensivo en Extremadura; mientras que en *Asociaciones*, la entrevista con Patricia Caraballo, secretaria general del CRDOP Aceite de Lucena, nos recuerda que la calidad, la sostenibilidad y la digitalización son los pilares del futuro.

El bloque de *Promoción* analiza cómo los *Aceites de Oliva de España* siguen ganando terreno en el mercado estadounidense al exportar más producto envasado que a granel -una estrategia que refuerza la imagen y el valor del origen-; en *El Lineal* conocemos el compromiso de Terranovus con la agricultura respetuosa; y en *Experiencia Gourmet*, el chef Ignacio Coco Montes, de Pabú, reivindica el AOVE como hilo conductor de su cocina, “un ingrediente que no necesita disfrazarse de nada”.

El número se completa con la sección *Agromercacei*, que profundiza en la biodiversidad varietal del olivo, la tolerancia a la salinidad de nuevos cultivares y el modelo del olivar en seto de marco amplio como referencia de sostenibilidad y rentabilidad; mientras que en *I+D+i*, descubrimos cómo proyectos como OLEAF4VALUE transforman las hojas de olivo en fuente de innovación y valor añadido.

En conjunto, podríamos decir que este número refleja un momento de madurez, ambición y apertura global. Porque el olivar ya no sólo se mide por su extensión ni por su producción, sino por su capacidad de reinventarse, de conectar con el mundo, de crear riqueza y cultura. ¡Sigamos creándola juntos! 🌱

¿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

UNA CORRECTA DOSIFICACIÓN, MÁS ACEITE Y MEJOR

THE RIGHT DOSAGE, MORE AND BETTER OLIVE OIL



Somos fabricantes de maquinaria:

- Dosificadores para talco
- Descargadores de big-bags
- Silos de distribución para plantas a medida automatizadas de dosificación

We manufacture machinery:

- Talc dosing systems
- Big-bag dischargers
- Distribution silos for fully automated, custom-built dosing plants



- FÁBRICA DE MAQUINARIA -
- MACHINERY FACTORY -

DOSIFICADORES[®]
garcía fernández

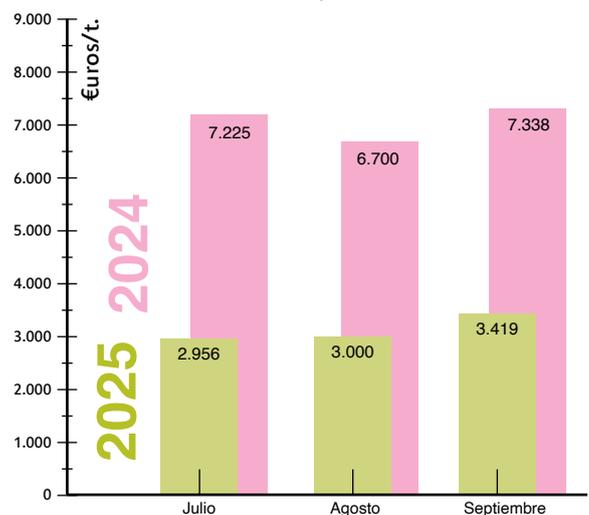


Tendencia al alza con una oferta firme y retraída para finalizar la campaña

Aceite de Oliva Lampante, base 1º

Precios ponderados

- **Aceite de oliva:** Mercado estable y con cotizaciones al alza a la espera de que comience la nueva campaña.
- **Aceite de orujo:** Ligero repunte en unos precios que arrastran la subida del aceite de oliva.
- **Aceite de semillas oleaginosas:** Inestabilidad en el mercado y oscilaciones en ambos sentidos.
- **Aceites y grasas para uso industrial:** Más calma y leves variaciones tras un verano de mucho movimiento.



Aceite de oliva

Mercado estable y con cotizaciones al alza a la espera de que comience la nueva campaña. Tras unas semanas en las que los precios habían tocado fondo, en julio el mercado mostraba señales de leve recuperación con más estabilidad en las cotizaciones. Se observaba una tendencia generalizada al alza en las distintas categorías, impulsada principalmente por una oferta firme, la reaparición del comprador italiano y ajustes en las expectativas de cosecha. Este comportamiento, aunque moderado, se dejaba sentir en casi todas las zonas productoras de nuestro país, con especial incidencia en los precios del lampante y del virgen extra, que experimentaban ligeros repuntes en respuesta a una demanda que, aunque selectiva, comenzaba a mostrar mayor dinamismo.

En este contexto, en Jaén el lampante se establecía a 3.000 euros/t.; el virgen, a 3.100/3.200 euros/t.; el AOVE,

a 3.400/3.800 euros/t.; y el refinado, a 3.100/3.150 euros/t.

Durante el mes de agosto, el mercado destacaba por una tónica general de firmeza en los precios, marcada por la escasez de oferta y una demanda centrada en cubrir únicamente necesidades inmediatas. La climatología volvía a situarse como un factor decisivo, ya que las elevadas temperaturas condicionaban la evolución de la cosecha en algunas zonas, mientras que las expectativas para la próxima campaña dependían en gran medida de las precipitaciones de septiembre. En este contexto, los precios oscilaban en una horquilla que situaba el lampante entre 3.250 y 3.400 euros/t.; el virgen entre 3.400 y 3.700 euros/t.; el AOVE entre 3.900 y 4.500 euros/t.; y el refinado en torno a 3.400/3.500 euros/t., reflejando la cautela que imperaba en las principales plazas productoras.

En septiembre, con la vuelta a la normalidad tras el parón estival, el mercado del aceite de oliva retomaba su pulso habitual

bajo un denominador común: la firmeza de la oferta frente a una demanda prudente, que sólo se activaba para cubrir necesidades inmediatas. Los operadores volvían a la actividad con cierta calma, en un contexto de precios estables en la mayoría de las plazas y con la atención puesta en el cielo, a la espera de las lluvias que marcarían el inicio de la nueva campaña. La falta de precipitaciones y la necesidad urgente de agua en el campo acentuaban la tensión en el sector, reforzando la estabilidad de las cotizaciones en la mayoría de las zonas productoras.

En este contexto, los precios mantenían un rango sostenido: el lampante se movía entre 3.350 y 3.550 euros/t.; el virgen entre 3.600 y 3.900 euros/t.; el virgen extra entre 4.100 y 4.700 euros/t.; y el refinado en torno a los 3.500/3.600 euros/t.

La firmeza del mercado se apoyaba, por tanto, en la escasez de existencias, la incertidumbre de la nueva campaña y la presión de un clima seco que mantenía al sector en vilo a la espera de la llegada del otoño.

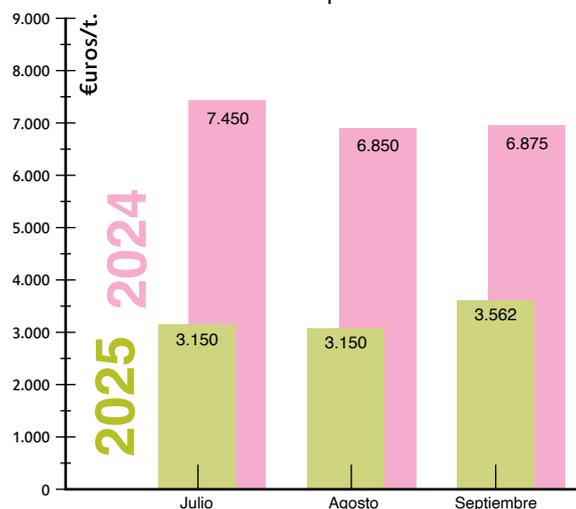


ACEITE DE OLIVA - Tercer trimestre de 2025 (euros/t.)

		1ª sem. Jul.	4ª sem. Sept.
ANDALUCÍA			
JAÉN	Lampante, base 1º	2.800/2.850	3.500
	Virgen	3.000/3.100	3.600/3.700
	Virgen extra	3.300/3.800	4.000/4.300
	Refinado	2.950	3.550/3.600
CÓRDOBA			
CÓRDOBA	Lampante, base 1º	2.800	3.450/3.500
	Virgen	3.000	3.600/3.650
	Virgen extra	3.400/3.900	4.100/4.300
	Refinado	2.950	3.550
SEVILLA			
SEVILLA	Lampante, base 1º	2.800/2.850	3.450
	Virgen	3.100/3.400	3.800/3.900
	Virgen extra	3.600/4.200	4.100/4.500
	Refinado	2.950	3.550/3.600
GRANADA			
GRANADA	Lampante, base 1º	2.800/2.850	3.500
	Virgen	3.000/3.100	3.600/3.700
MÁLAGA			
MÁLAGA	Lampante, base 1º	2.800/2.850	3.300/3.400
	Virgen	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra	Sin oper.	4.000/4.300
CATALUÑA			
LÉRIDA	Virgen extra (DOP Garrigues)	Sin oper.	Sin oper.
TARRAGONA	Virgen extra (DOP Siurana)	Sin oper.	Sin oper.
CASTILLA-LA MANCHA			
TOLEDO	Virgen	3.100/3.300	3.900/4.000
	Virgen extra	3.500/4.000	4.150/4.600
COMUNIDAD VALENCIANA			
ALICANTE	Lampante, base 1º	2.850	3.400
	Virgen	3.100	3.600
	Virgen extra	3.500	4.200
	Refinado	2.950	3.500
EXTREMADURA			
BADAJOZ	Lampante, base 1º	2.700/2.750	3.300/3.400
	Virgen	3.100/3.200	3.500/3.600
	Virgen extra	3.500/4.200	4.000/4.400

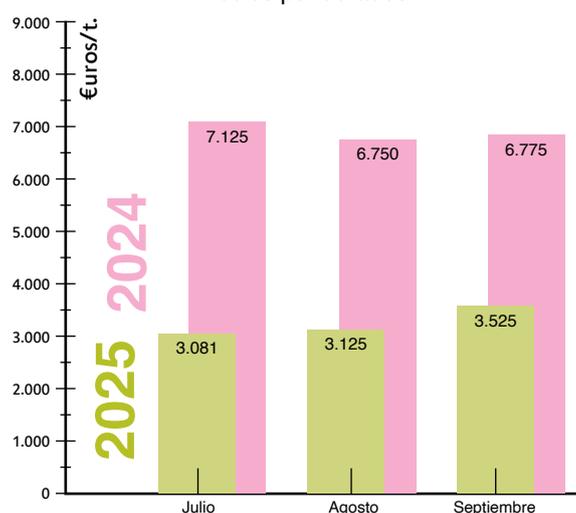
Aceite de Oliva virgen

Precios ponderados



Aceite de Oliva refinado

Precios ponderados



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

	1ª sem. Jul.	4ª sem. Sept.
ANDALUCÍA		
Refinable, base 10º	1.300	1.400
Refinado, winterizado, a granel, sobre origen	2.050	2.100

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

	1ª sem. Jul.	4ª sem. Sept.
ANDALUCÍA		
ACEITE DE GIRASOL (Sobre origen a granel)		
Crudo	Sin oper.	Sin oper.
Refinado	1.220	1.350
ACEITE DE SOJA (Sobre origen cisternas)		
Crudo	1.260	1.085
Refinado	1.320	1.245
ACEITE DE SEMILLAS Refinado		
	1.220	1.350

Aceite de orujo

Ligero repunte en unos precios que arrastran la subida del aceite de oliva.

Entre julio y septiembre, el mercado del aceite de orujo se vio arrastrado por el del aceite de oliva y recuperó su estabilidad y firmeza, con unas cotizaciones al alza en ambas categorías. En este sentido, el aceite de orujo refinado se incrementó ligeramente hasta los 2.100 euros/t. tras haber cotizado a 2.050 euros/t. de abril a junio. El refinable, por su parte, hizo lo propio y ascendió hasta los 1.400 euros/t., tras haberse situado a 1.300 euros/t. de enero a junio.

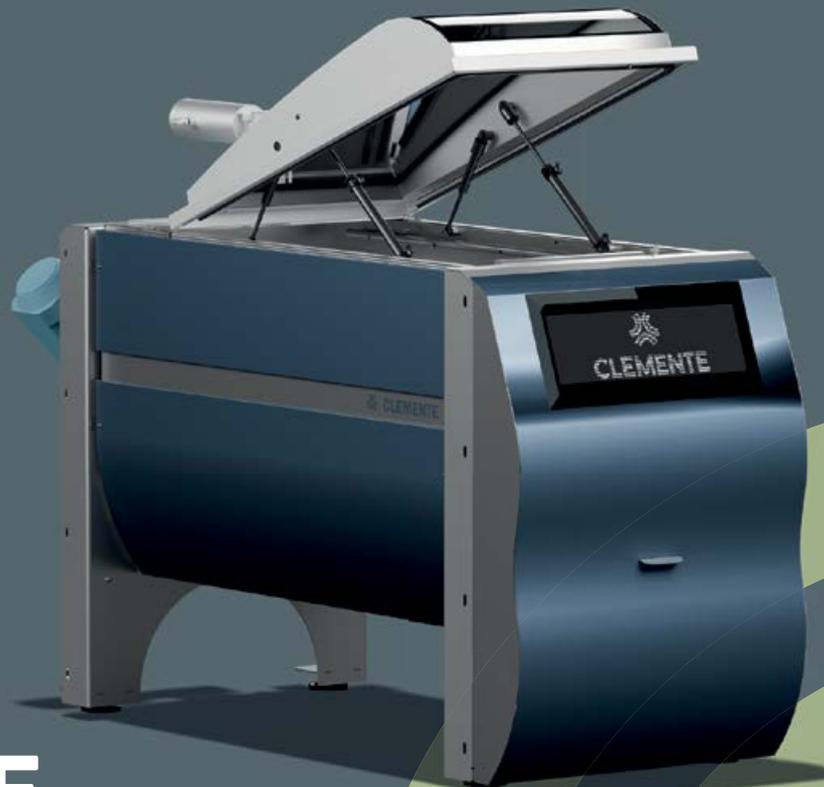
Aceite de semillas oleaginosas

Inestabilidad en el mercado y oscilaciones en ambos sentidos. Más volatilidad

LA EXCELENCIA ITALIANA QUE POTENCIA LA EXCELENCIA ESPAÑOLA.

Desde hace más de 60 años,
producimos maquinaria que
garantiza:

- MÁXIMA
PRODUCTIVIDAD
- MÁXIMA
EFICIENCIA
- MÁXIMA
PRECISIÓN



CLEMENTE
TECHNOLOGY FOR FOOD INDUSTRY



Producción

La producción de aceite de oliva en España se situará en 1.371.938 t. en la campaña 2025/26

El aforo publicado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) recoge una producción de 1.371.938 toneladas en la campaña 2025/26, lo que supone un descenso del 3% respecto a la temporada anterior, pero un 19% por encima de la media de las últimas seis campañas, "que estuvieron mermadas por la sequía, especialmente las de 2023/24 y 2022/23".

El MAPA ha precisado que las intensas lluvias registradas en primavera permitieron una floración y cuajado del fruto excelente, que hacía barajar una cosecha muy elevada, pero cuya estimación se ha contenido por las elevadas temperaturas estivales registradas en las principales zonas productoras, que han afectado a las aceitunas.

Por territorios, la estimación refleja un descenso del 5% en Andalucía, la Comunidad más productora, donde se pueden alcanzar 1.080.900 t., en torno al 79% del total nacional. También descenderá la producción en la segunda región productora, Castilla-La Mancha, donde se prevén 121.500 t., un 17% menos que en la campaña 2024/25.

Por el contrario, en Extremadura, tercera Comunidad productora, se espera un incremento en torno al 3%, para una producción estimada en 80.500 t.

para finalizar el tercer trimestre de año, con el girasol refinado ascendiendo hasta los 1.350 euros/t. tras meses a 1.220 euros/t. El aceite de soja refinado, por su parte, cedió ligeramente desde los 1.250 euros/t. hasta los 1.245 euros/t.; mientras que el crudo lo hizo de forma más pronunciada, desde los 1.260 euros/t. hasta los 1.085 euros/t.

MERCADO INTERNACIONAL - Tercer trimestre de 2025

(Euros/kg.)

ITALIA

1º sem. Jul. 4º sem. Sept.

	1º sem. Jul.	4º sem. Sept.
SUR DE PUGLIA & CALABRIA		
ACEITE DE OLIVA virgen extra	8,70	8,50
ACEITE DE OLIVA refinado	3,00	3,60
ACEITE DE OLIVA lampante	2,60	3,00
ACEITE DE ORUJO refinado	2,20	2,15
ACEITE DE GIRASOL refinado	1,22	1,26
ACEITE DE MAÍZ refinado	1,30	1,30
ACEITE DE SOJA refinado	1,38	1,40
ACEITE DE CACAHUETE refinado	2,00	1,85
NORTE DE PUGLIA & CALABRIA		
ACEITE DE OLIVA virgen extra	9,40	9,30/9,40
ACEITE DE OLIVA virgen	Sin oper.	Sin oper.
ACEITE DE OLIVA refinado	3,10/3,15	2,40

TÚNEZ

ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,65/3,75	4,00/4,40
------------------------------	-----------	-----------

MARRUECOS

ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,80/5,50	3,80/5,50
------------------------------	-----------	-----------

TURQUÍA

ACEITE DE OLIVA refinado	3,10/3,15	3,70/3,80
--------------------------	-----------	-----------

GRECIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	4,00/4,30	4,75/4,90
------------------------------	-----------	-----------

ACEITES Y GRASAS INDUSTRIALES (euros/t.)

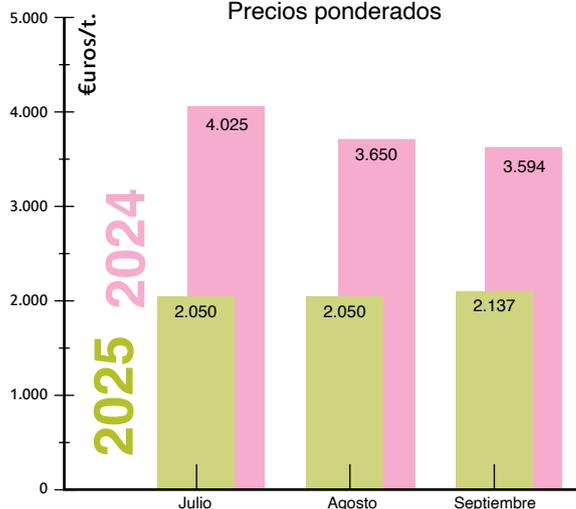
Tercer trimestre de 2025

1ª sem. Jul. 4ª sem. Sept.

Sebo fundido	s/c	s/c
Sebo fundido, Extra-fancy	s/c	s/c
Sebo fundido, Fancy	s/c	s/c
Aceite de coco	3.050	2.650
Aceite de palma	1.400	1.420
Aceite de palmiste	1.840	2.250
Aceite de maíz	1.330	1.530
Aceite de ricino	1.280	1.290
Aceite de colza	1.346	1.260
Aceite de pescado tipo hígado de bacalao	4.500	4.300

Aceite de Orujo refinado

Precios ponderados



Aceite de Girasol refinado

Precios ponderados



Aceites y grasas para uso industrial

Más calma y leves variaciones tras un verano de mucho movimiento. Los aceites y grasas para uso industrial encontraron la ansiada estabilidad durante los meses de verano. Así, el aceite de palmiste (+22%), el aceite de maíz (+15%), el aceite de palma (+1,5) y el aceite de ricino (+1%) se alzaron durante los meses de julio a septiembre; y, por el contrario, cayó el valor del aceite de coco (-13%), el aceite de colza (-6%) y el aceite de pescado (-4%).

Asaja-Sevilla rebaja la producción de aceituna de mesa a 495.000 t. esta campaña

La Asociación Agraria Jóvenes Agricultores (Asaja) de Sevilla celebró el 24 de septiembre su tradicional cita con el sector olivarero en la Jornada de Aceituna de Mesa, que celebró su 43ª edición. En este encuentro se puso de manifiesto que la falta de lluvias ha retrasado la campaña de recolección, rebajando las previsiones finales de producción de aceituna de mesa a 495.000 toneladas.

El secretario general de Asaja-Sevilla, Eduardo Martín, ofreció un análisis de los Servicios Técnicos de la organización sobre la actual campaña de verdeo, destacando que las existencias iniciales han sido de 321.000 toneladas (un 6% menos que la media de las últimas cinco campañas) y que la producción estimada hasta la fecha se situará previsiblemente en torno a 495.000 toneladas, un 7% por debajo del año anterior y un 3% por debajo de la media de los últimos cinco años, incluyendo los años de sequía. Esto es debido a la adversa meteorología, con cinco meses sin ninguna precipitación en las principales zonas productoras, varias olas de calor consecutivas y el récord de altas temperaturas en estos últimos meses, a lo que se suma la falta de lluvias a corto plazo. Con estas previsiones, "tendríamos un déficit de disponibilidades del 7% para poder cubrir las necesidades del mercado", precisó. Asimismo, precisó que la presente campaña viene también marcada por los altos costes de producción y de recolección, así como por la falta de mano de obra, "que está haciendo inviable seguir con el cultivo en muchos casos".

SIERRA
PRIETA



**EVOOLEUM
GUIDE 2026 AWARDS**

EVOOLEUM TOP10
BEST FROM SPAIN
BEST FEMALE PRODUCER
BEST MASTER MILLER
TOP 10 HEALTHY
BEST GREEN FRUITY
BEST HOJIBLANCA
BEST CORNICABRA



A BRAND THAT HAS REVOLUTIONIZED
THE WORLD OF EVOO

COLIVAL
S.C.O. de Valdepeñas

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

COLIVAL

S.C.O. de Valdepeñas

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

*Valden
veró*

EVOOLEUM GUIDE 2026 AWARDS
EVOOLEUM TOP10 • BEST FROM SPAIN
BEST FEMALE PRODUCER • BEST MASTER MILLER
TOP 10 HEALTHY • BEST GREEN FRUITY
BEST HOJIBLANCA • BEST CORNICABRA





Estudio comparativo de los precios al consumo de aceites en el trimestre (Julio/Septiembre 2025)

Aceite de oliva virgen extra

ENVASES	Jul. 2025	Sept. 2025	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Lata 5 l.	34,9	30,3	-4,6	-13,2
Envase 5 l.	27,5	24,8	-2,7	-9,8
Lata 3 l.	23,8	20,9	-2,9	-12,2
Botella 1 l.	8,2	8,9	0,7	8,5
Cristal 3/4 l.	7,5	7,7	0,2	2,7

Aceite de oliva

ENVASES	Jul. 2025	Sept. 2025	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Lata 5 l.	31,3	27,5	-3,8	-12,1
Envase 5 l.	28,1	27,6	-0,5	-1,8
Envase 3 l.	15,7	15,3	-0,4	-2,6
Botella 1 l.	5,6	4,2	-1,4	-25

Aceite de orujo de oliva

ENVASES	Jul. 2025	Sept. 2025	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Envase 5 l.	19,1	21,9	2,8	14,7
Botella 1 l.	3,6	3,3	0,3	8,3

Aceite de girasol refinado

ENVASES	Jul. 2025	Sept. 2025	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Envase 5 l.	11,4	12,5	1,1	9,7
Botella 1 l.	2,2	2,4	0,2	9,1

* Las medias incluyen también los aceites de orujo enriquecidos.

* Las medias incluyen también los aceites de girasol enriquecidos.

MediaOil.

Gestionamos la venta de su aceite a granel.



MARTÍN MIR MAYOR

Agente comercial de aceite de oliva ☎ 606 400 338 ✉ martin@mediaoil.com

OFICINA Y RECEPCIÓN DE MUESTRAS

C/ Villamartín, 1 3ºA • 30201 Cartagena (Murcia)

Tlf. 868 099 800 / 647 409 377 • muestras@mediaoil.com



¡YA ESTAMOS LISTOS!



PIERALISI
CIRCULAR THINKING

www.pieralisi.com

Siempre a tu lado en la campaña

Horario: 7:30 h a 22:30 h

Horario nocturno:

Email: josemaria.cabrero@pieralisi.com

Pieralisi Jaén: 953 284 023

Pieralisi Zaragoza: 976 466 020



ASISTENCIA TÉCNICA MECÁNICA

Pablo Muñoz: 615 507 418

Ramón Rodríguez: 615 507 421

ASISTENCIA TÉCNICA ELÉCTRICA

Raúl Risueño: 615 507 404

Pablo García: 696 962 528



ALMACÉN REPUESTOS

Cristóbal Garrido: 636 344 663

Alejandro Cabrera: 615 507 416



ASUNTOS GENERALES

Francisco Estrella: 615 507 422

José Cabrero: 615 507 399





QvExtra! celebra la III Jornada de Etiquetado Nutricional y Saludable de los Aceites de Oliva Vírgenes Extra



QvExtra! Internacional, con el apoyo del Consejo Oleícola Internacional (COI), celebró el pasado 25 de septiembre en la sede de este organismo en Madrid la III Jornada de Etiquetado Nutricional y Saludable de los AOVEs, dedicada al análisis de las alegaciones saludables y el etiquetado nutricional en los aceites de oliva vírgenes extra.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

El encuentro puso de manifiesto la importancia de la colaboración conjunta de todo el sector oleícola, la comunidad científica y la Administración pública para continuar avanzando de forma efectiva en materia de salud, calidad y comunicación de las bondades del aceite de oliva virgen extra, ofreciendo un espacio de debate e intercambio entre los principales expertos, instituciones y empresas del sector.

La jornada comenzó con las intervenciones de Jaime Lillo, director ejecutivo del COI; Ana M^a López-Santa-cruz, directora ejecutiva de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN); y Ana Rodríguez, secretaria general de Recursos Agrarios y Seguridad Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA). Todos ellos destacaron



Presentación de la jornada.

los logros alcanzados por QvExtra! en la mejora de la calidad de los aceites de oliva vírgenes extra y en los avances en materia de etiquetado, subrayando la importancia de continuar colaborando para obtener nuevas alegaciones saludables.

Lillo subrayó la importancia de unas prácticas de etiquetado transparentes, así como de unas declaraciones de propiedades saludables con base científica, “herramientas esenciales para empoderar a los consumidores y generar confianza en el sector”.



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





La directora ejecutiva de la AESAN y la secretaria general de Recursos Agrarios y Seguridad Alimentaria del MAPA subrayaron el papel fundamental que desempeña la comunicación precisa de los beneficios nutricionales y para la salud en el fortalecimiento de la confianza del consumidor y el desarrollo del mercado.

Ana Rodríguez aseguró que el Ministerio ayuda a enfocar los nuevos estudios para que la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA, por sus siglas en inglés), encargada de declarar las propiedades saludables de los alimentos, pueda dar las máximas garantías y conseguir finalmente la autorización de esta declaración.

Por su parte, Soledad Serrano, presidenta de QvExtra!, informó de que se encuentran en conversaciones para establecer próximamente un acuerdo de colaboración con la Interprofesional del Aceite de Oliva Español con el fin de trabajar conjuntamente en el desarrollo del proyecto de alegaciones saludables iniciado en 2022 por la asociación.

Mesas redondas

La primera ponencia abordó las diferencias y similitudes en la obtención de alegaciones saludables a ambos lados del Atlántico, así como los retos y perspectivas de futuro. Moderada por Rafael Alonso Barrau, la sesión contó con la intervención de Joy Dubost, experta internacional en asuntos científicos y políticas alimentarias de EEUU, e Irene Gadea, jefa de Servicio de Gestión de Riesgos Nutricionales de AESAN.

Tras una pausa para el café, la jornada continuó con una mesa redonda dedicada a la importancia del etiquetado y su impacto en la imagen de marca de los productos alimenticios. Moderada por Eusebio García de la Cruz, en ella participaron Mariana Vieira Fonseca (Worldpanel by Numerator), Alberto Iglesias (Nielsen) y Álvaro Cruz (Singular One), quienes debatieron acerca de las exigencias y gustos del consumidor, así como sobre las opciones de mejora en términos de comunicación efectiva de las bondades saludables de los AOVes.

Posteriormente, se desarrolló una mesa redonda centrada en la alegación saludable de los AOVes presentada por



Mesa sobre las diferencias y similitudes en la obtención de alegaciones saludables a ambos lados del Atlántico.



Mesa sobre la importancia del etiquetado y el efecto sobre la marca en productos alimenticios.



Mesa sobre la alegación saludable y presentación del proyecto de ensayo clínico.

QvExtra! en 2024 y la presentación del proyecto de ensayo clínico. Moderada por Herminia Millán, gerente de QvExtra!, en ella intervinieron destacados expertos del ámbito científico y médico tales como María del Carmen Millán (CSIC), Montserrat Fitó (IMIM), Ramón Estruch (Hospital Clínic de Barcelona), José López Miranda (Hospital Reina Sofía de Córdoba), Miguel Ruiz-Canela (Universidad de Navarra) y José Juan Gaforio (Universidad de Jaén).

Finalmente, el reconocido conferenciante Luis Galindo ofreció una inspiradora conferencia antes de la clausura oficial a cargo de Jaime Lillo.

La jornada -que contó con el apoyo institucional de la AESAN y el MAPA y los patrocinios de Laboratorio Tello, Vetreria Etrusca, Perialisi y el laboratorio agroalimentario Indlab- concluyó con un cóctel que favoreció el intercambio de impresiones y el *networking* entre los asistentes. 🍷



Fusión de tradiciones con la última tecnología

BM

SERIES

El único filtro del mercado
creado exclusivamente para filtrar el AOVE



Totalmente automático, autolimpieza en seco sin agua
y control total de la calidad de filtración

 0034 93 442 05 92

www.asteryfil.com



FILTROS Y PROCESOS
STERYFIL S.L.



Auténtica 2025 afianza a Andalucía como epicentro de productos gourmet como el AOVE



Auténtica Premium Food 2025 clausuró en FIBES (Sevilla) una edición de récord que reafirmó a Andalucía como epicentro de los alimentos gourmet -entre ellos el aceite de oliva virgen extra- en Europa. Durante los días 15 y 16 de septiembre, un total de 10.437 directivos y profesionales de la gran distribución y el retail, junto a chefs y empresarios de hostelería, se dieron cita para descubrir más de 700 novedades y productos, dejando un impacto económico estimado de más de 15 millones de euros en la capital andaluza.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

El consejero de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, Ramón Fernández-Pacheco, inauguró Auténtica 2025 remarcando que “esta tercera edición consolida a Sevilla como capital de la industria agroalimentaria a nivel nacional e internacional”. También avanzó que la Junta de Andalucía consensua a través de cuatro grupos de trabajo el último borrador de la Primera Estrategia de la Industria Agroalimentaria Andaluza, que será aprobada antes de final de año.

Por su parte, el alcalde de Sevilla, José Luis Sanz, manifestó que “si hablamos de Sevilla, hablamos de histo-

ria, de patrimonio, de cultura... pero también de gastronomía. Nuestra cocina es uno de los principales motivos por los que millones de visitantes eligen cada año venir a conocernos. Y no se trata sólo de recetas o productos; se trata de una forma de vida. Sevilla ha hecho de la tapa un símbolo de convivencia, de apertura y de hospitalidad, y ese mismo espíritu se proyecta en un congreso como Auténtica”.

Uno de los espacios que volvió con fuerza en esta tercera edición fue Auténtica Congress, el mayor foro de conocimiento y creatividad en torno a los alimentos gourmet, que reunió a 256 expertos para reflexionar sobre el fu-

turo de la gastronomía y la industria alimentaria en su conjunto, abordada desde múltiples perspectivas como la gran distribución, el retail o el canal Horeca. Entre los protagonistas destacaron figuras de la alta gastronomía nacional como Juanlu Fernández (LÚ Cocina y Alma), Benito Gómez (Bardal), Pedro Aguilera (Mesón Sabor Andaluz) o Rafa Zafra (Amar, Estimar, Jondal y Rural), quienes participaron en el Culinary Fest by Gusto del Sur, un espacio para reivindicar el valor del producto de calidad como eje de la excelencia culinaria. Allí, los chefs dialogaron sobre las ideas que inspiran sus propuestas, cocinaron en directo y



Inauguración de Auténtica 2025.

García; Marc y Martí Roca, de El Celler de Can Roca; Artur Martínez, de Aürt; Juanjo Mesa, de Radis; y Iago Pazos, referente de la cocina gallega de proximidad con Abastos 2.0. Su presencia subrayó el alcance de Auténtica como espacio de encuentro para la alta gastronomía nacional. De hecho, una edición más, y en el marco de Auténtica, Jerez de la Frontera (Cádiz) acogió el tercer Retiro de Chefs, una experiencia única que reunió a más de 80 cocineros de la alta gastronomía.

Por otro lado, espacios como el Foro de la Gran Distribución y Retail, así como el Summit de Directores de Compras, reunieron a portavoces de firmas líderes como Mercadona, Lidl, Eroski, Alcampo, Coviran, Grupo MAS o Grupo Uvesco, y entidades representativas del sector como ASEDAS y ANGED.

También se entregaron los Auténtica Excellence Awards 2025, que registraron un total de 140 candidaturas de destacados representantes de la gran

compartieron escenario con profesionales de otros ámbitos creativos como el arte, el deporte o la medicina, con referentes como Joaquín Sánchez, exfutbolista del Betis, o el pintor Salustiano García.

Por el escenario de Culinary Fest by Gusto del Sur pasaron más voces clave de la gastronomía española actual, como Dani García, chef y empresario al frente de Smoked Room Madrid, Smoked Room Dubái y Grupo Dani

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

tecnilab[®]
tecnología analítica



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



El chef Dani García en Auténtica 2025.



El exfutbolista Joaquín Sánchez participó en Auténtica 2025.

Importadores internacionales visitan Hacienda Guzmán para impulsar la exportación de aceite de oliva



En el marco de Auténtica 2025, una veintena de importadores de distintos países visitaron Hacienda Guzmán con el fin de introducir y potenciar el consumo del aceite de oliva español en diferentes mercados.

Durante la visita, organizada con la colaboración de Andalucía TRADE, los importadores pudieron conocer de primera mano una

hacienda barroca olivarera, así como los métodos tradicionales y modernos de producción de aceite de oliva.

La experiencia ofreció una visión completa de la historia, calidad y excelencia de los aceites de oliva Premium de Hacienda Guzmán, consolidando las relaciones comerciales y generando oportunidades de negocio en el ámbito internacional.

“Estamos muy satisfechos de poder mostrar nuestra historia, patrimonio y procesos de elaboración a compradores de todo el mundo. Este tipo de encuentros refuerza nuestra apuesta por la internacionalización y la difusión de la cultura del aceite de oliva español de calidad”, señaló Álvaro Guillén, CEO de Hacienda Guzmán.

distribución, el retail, mayoristas, tiendas especializadas, negocios de hostelería, chefs, universidades, centros tecnológicos, productores y DOPs. En concreto, Pedro Sánchez, chef del restaurante Bagá (Jaén), recibió el Premio Junta de Andalucía al Chef Gastronómico del Año; Alcampo, con su proyecto “Cultivamos lo Bueno”, obtuvo el Premio Ayuntamiento de Sevilla a la Apuesta de la Distribución y Retail por el Producto Premium; El Poblet Restaurante recibió

el Premio Heineken al Establecimiento de Hostelería con Valores Auténtica; NH Collection Hotels & Resorts se alzó con el Premio COPE al Mejor Proyecto de Marketing y Comunicación; y la compañía Belloterra fue reconocida con el Premio AgroBank al Productor del Año.

Y es que la tercera edición de Auténtica se convirtió en una gran plataforma de inspiración y descubrimiento, con 317 firmas expositoras y más de 700 innovaciones que ocuparon dos pabe-

lones completos de FIBES. Además de conocer las últimas novedades del mercado, los asistentes pudieron establecer sinergias, degustar productos de calidad excepcional como el AOVE y las aceitunas de mesa a través de diversas catas impartidas por las DOPs andaluzas y asistir a espectáculos de cocina en directo, confirmando a Auténtica como el gran punto de encuentro entre la industria alimentaria y la alta gastronomía. 🍯



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





Úbeda acoge su 43ª Feria de Maquinaria Agrícola: 150 empresas, 300 marcas y múltiples actividades en torno al AOVE



La 43ª edición de la Feria de Maquinaria Agrícola de Úbeda, que tuvo lugar del 10 al 13 de septiembre en el recinto ferial de la ciudad, contó con la presencia de 150 expositores y más de 300 marcas representadas, además de albergar múltiples actividades en torno al olivar y el aceite de oliva.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

Durante la inauguración de la muestra, la alcaldesa de Úbeda, Antonia Olivares, resaltó la importancia y trayectoria de esta feria, “que se ha convertido en un evento indispensable para el sector agrícola a nivel provincial, regional y nacional”. Según Olivares, “esta feria tiene dos grandes hitos que la hacen única: se ha celebrado de manera anual y, además, ha mantenido su continuidad durante 43 años, incluso durante la pandemia, cuando se realizó una edición *on line* que fue todo un éxito”.

Olivares explicó que el Ayuntamiento ha apostado decididamente por modernizar y

consolidar el evento durante la última década, mejorando infraestructuras, ampliando el espacio expositivo y habilitando un pabellón para actividades paralelas.

Además, puso en valor las actividades complementarias dirigidas al público general, como catas de AOVE, *showcooking*s con restauradores locales y el concurso infantil “PequeChef del AOVE”, que permite acercar la cultura del olivar y del aceite de oliva a las nuevas generaciones. “Es fundamental que las nuevas generaciones conozcan la importancia del olivar y del aceite de oliva, eje económico y cultural de nuestra provincia”, afirmó.

Por su parte, el subdelegado del Gobierno en Jaén, Manuel Fernández, resal-

tó que “esta feria nos ha dado una muestra palpable del extraordinario dinamismo de la ciudad, asentado en el magnífico trabajo de la alcaldesa y su equipo, y en la complicidad con el tejido empresarial. Úbeda ha sabido construir un modelo que combina turismo cultural y sostenible con una economía basada en la innovación, la agricultura y el olivar”.

Además, el delegado del Gobierno de la Junta de Andalucía en Jaén, Jesús Estrella, remarcó que la feria “continúa su consolidación como referente provincial y nacional, apostando por la innovación de las explotaciones agrarias”. Según afirmó Estrella, la Junta de Andalucía, a través de la Consejería de Agri-



trocinado esta cuadragésima tercera feria, que ha convertido a Úbeda en epicentro de la innovación y el progreso en torno al olivar y el aceite de oliva. Esta muestra se ha posicionado entre las más importantes a nivel nacional e internacional, tanto por su volumen de expositores como por la actividad económica que genera". "Este no ha sido un patrocinio institucional más; hemos seguido estando al lado de los agricultores y empresas del sector, como hemos hecho desde nuestros inicios. Enhorabuena al Ayuntamiento de Úbeda y a todos los expositores, que han tenido una gran ventana para mostrar sus productos y servicios", añadió.

Para finalizar, el presidente de la Confederación de Empresarios de Jaén, Bartolomé González, se refirió a la profesionalización y consolidación de la feria, así como a su relevancia para el empresariado local y provincial. "Esta feria muestra una presencia significativa de firmas comerciales de toda España, especialmente de Andalucía y de la provincia de Jaén.

cultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, ha destinado 44 millones de euros a 818 explotaciones de la provincia para adquirir y modernizar su maquinaria.

Asimismo, el diputado provincial de Agricultura, Javier Perales, destacó la relevancia de los expositores y la innovación que aportan al sector, así como la importancia de mostrar los productos

agroalimentarios de la provincia. "Hemos traído siete de las 300 empresas de la marca *Degusta Jaén*, para que los visitantes puedan conocer la excelencia de nuestra producción y el orgullo de nuestro aceite de oliva virgen extra", añadió.

El director general de Caja Rural de Jaén, Francisco Planelles, aseguró que "ha sido un orgullo haber colaborado y pa-

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





Showcookings con restauradores locales.



Las X Jornadas "Olivar y Aceite de Oliva" debatieron sobre diversos temas de actualidad del sector.



Catas de AOVE.

Úbeda se ha consolidado como epicentro de acción comercial y de servicio postventa, con garantías para todo tipo de maquinaria y aperos. Además, en los últimos años se ha potenciado la innovación y la tecnología, con empresas locales que han desarrollado aplicaciones y soluciones para valorizar subproductos, diversificando un sector que tanto lo necesita", concluyó.

Actividades en torno al AOVE

Un año más, el Centro de Interpretación "Olivar y Aceite" de Úbeda participó en el pabellón de la muestra con diferentes actividades durante toda la programación. Como pieza angular del pabellón, el escenario estuvo presidido por una cocina donde se realizaron demostraciones culinarias en directo de la mano de algunos de los mejores chefs de la provincia jiennense, cuyas creaciones fueron regadas con aceite de oliva virgen extra. El objetivo de estos *showcookings* fue mostrar al público visitante de la feria los maridajes que se pueden realizar con



La feria acogió un año más el concurso gastronómico infantil "PequeChef del AOVE".

el AOVE y que realzan las características de los productos dependiendo de la variedad utilizada. Los establecimientos participantes fueron el restaurante Ermita Madre de Dios, con su chef Francisco

Javier Copado Moreno; el restaurante Cantina la Estación, de la mano de Antonio José "Che" Cristofani; y el restaurante La Cultural de Úbeda, con su cocinero José Manuel Zafra Romero.



Otro foco de atracción fueron las X Jornadas “Olivar y Aceite de Oliva”, dirigidas a los visitantes de la muestra y en las que asociaciones agrarias y empresarios de la región plantearon algunas de las temáticas que en la actualidad preocupan a los olivares tales como la Política Agraria Común (PAC), los errores en la gestión de fincas, el Cuaderno Digital de Explotación o la modernización en el regadío.

Además, se desarrollaron sesiones de cata para adultos y niños con el objetivo de ofrecer unas nociones básicas sobre cómo identificar atributos positivos y negativos en los aceites de oliva. Las catas organizadas para los adultos fueron llevadas a cabo por Elena Escuderos; mientras que Javier Villacañas impartió las de los más pequeños, los cuales participaron en el taller infantil “Detectives de los AOVEs”. Como novedad, se incluyó una cata de vermú a cargo del productor local Juan Francisco Tejada y su marca LOA.

Para finalizar, como plato fuerte, tuvo lugar la 9ª edición del concurso gastronómico infantil “PequeChef del AOVE”. Un año más, el Centro de Interpretación “Olivar y Aceite”, en colaboración con el Ayuntamiento de Úbeda, organizó este certamen que tiene como objetivo inculcar a los más pequeños (de 7 a 12 años) el amor por el aceite de oliva virgen extra. Tres jóvenes finalistas brillaron en los fogones, acompañados por unos pinches muy especiales: sus padres y madres. Cada uno de ellos contó con 20 minutos para elaborar su receta, con gran destreza y creatividad, utilizando siempre el oro líquido como protagonista. Finalmente, Kenzo Eny Ellangmane Serrano, de 10 años y con “Dios del Sol Nika Lufi”, un atún bañado en AOVE de la variedad picual, fue el ganador absoluto de esta edición. Por su parte, Isabel López Lorite, de 8 años y con “Morrococo”, un plato también con aceite de la variedad picual, se alzó con el premio a la receta más saludable; mientras que Jesús Chica Romero, de 9 años y con su receta de rollitos de calabacín rellenos de bacon y queso con ajoblanco, usando aceite de oliva virgen extra de la variedad picual y coupage, recibió el premio a la mejor receta con AOVE.

En esta edición el jurado estuvo integrado por Javier Gámez, ex concejal de Agricultura y Desarrollo Rural; Carmen Morillo, de Grupo Oleícola Jaén; Silvia Peláez, de Quesos y Besos; Gregorio López, de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español; Francisco Javier Lozano, diputado de Promoción y Turismo; y Juan Alberto Cobo Soto, de la Asociación Española de Maestros y Operarios de Almazara (AEMODA).

Este evento fue co-presentado por Fátima Caño, técnica de “Olivar y Aceite”, y Marcos Fernández González, ganador de la pasada edición.

Para el Centro de Interpretación “Olivar y Aceite”, la Feria de Maquinaria Agrícola de Úbeda supuso un escaparate único para continuar con la labor que a diario realiza en la promoción y difusión de la cultura del olivar y del AOVE. 💧



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 calidad del AOVE, entre la percepción y la realidad



El Palazzo Montemartini en Roma acogió el pasado 18 de septiembre la jornada “La calidad del aceite de oliva virgen extra, entre la percepción y la realidad”, organizada por la Unione Italiana Famiglie Olearie (UNIFOL). Un encuentro de alto nivel en el que productores, distribuidores, representantes de instituciones, expertos, industriales y fabricantes compartieron sus perspectivas sobre la gobernanza del sector oleícola italiano en los próximos años.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

Es necesario revisar la información de las etiquetas del AOVE. Este es el último hallazgo de una encuesta realizada por la Unione Italiana Famiglie Olearie (UNIFOL) sobre la percepción del aceite de oliva virgen extra que exploró el subconsciente del consumidor para identificar sus necesidades más latentes.

Los resultados de la encuesta, realizada a 1.500 consumidores que habitualmente compran este producto en grandes superficies -y precedida de otra encuesta cualitativa a 117 consumidores a lo largo de 1.700 conversaciones- confirman que el AOVE se percibe como un producto extraordinariamente positivo, capaz de combinar excelencia funcional y riqueza emocional: un ingrediente nutritivo, sensorialmente satisfactorio, culturalmente identificable y con raíces emocionales.



No obstante, también encontramos datos alarmantes. Por ejemplo, los relativos a la comunicación en torno a la calidad de la grasa vegetal más saludable del mundo, que hasta la fecha ha sido claramente insuficiente, vaga y, a menudo, irrelevante. “Si queremos crear valor, debemos renovarla por completo”, señalan desde la asociación.

El AOVE se ha consolidado como un pilar fundamental de la nutrición, la salud, la gastronomía y la cultura; sin embargo, una de cada dos personas admite desconocer el producto y elegirlo instintivamente. A ello se suman etiquetas poco claras e incompletas, y una escasa capacidad por parte de los consumidores para discernir acerca de



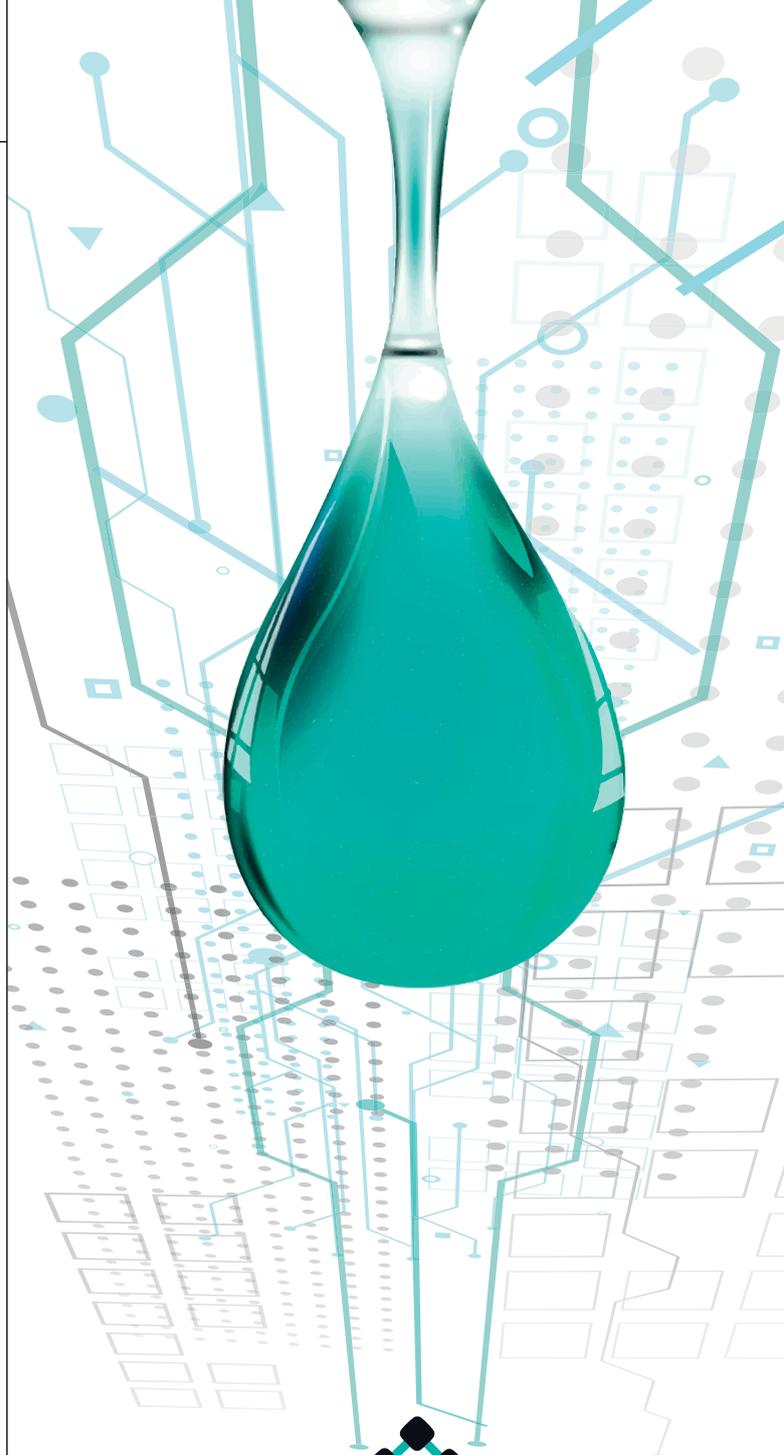
la calidad y diferencias entre los vírgenes extra. Asimismo, el lenguaje científico se considera confuso, con el riesgo de alienar a los consumidores.

Según UNIFOL, éstos exigen un lenguaje sencillo, conceptos claros, términos comprensibles e información más útil para aprender a reconocer las diferencias y características de los AOVEs. Todos estos conceptos útiles se esconden tras las palabras “amargo” y “picante”, atributos positivos para los expertos del sector, pero que “en realidad desincentivan y desalientan a los consumidores”.

Todo ello conduce a una paradoja: hoy en día contamos con aceites de oliva vírgenes extra de enorme riqueza organoléptica y sensorial con múltiples usos -algunos de ellos nuevos-, se producen AOVEs muy ricos en antioxidantes con un alto valor nutricional que constituyen una fuente de bienestar; pero los consumidores lo desconocen y los productores carecen de las herramientas para informarles.

Cuatro paneles para debatir sobre mercado, regulación, calidad y competencia

Para debatir los resultados de la encuesta, UNIFOL recibió a algunas de las figuras más destacadas del sector en el Palazzo Montemartini de Roma. Los cuatro paneles compararon propuestas en las áreas de mercado, instituciones, calidad y competencia, y debatieron su impacto en el sector. Junto a los asociados Desantis, Farchioni, Monini y Pantaleo, participaron, entre otros, Roberto Romboli, del grupo D.IT; Massimo Lucentini, del grupo Todis; Abderraouf Laajimi, del COI; Massimiliano Giansanti, de COPA; Marco Riccardo Rusconi, de AICS; Soledad Serrano, de QvExtra! Internacional; Maurizio Servili, de Unipg; Valentina Giovannini, de la Cámara de Comercio Italiana en Canadá; Beniamino Tripodi, de Perialisi; Michele Stillavati, de Amenduni; Valentina Cardone, de Chemiservice; Giulio Scatolini, de Acap; y Angelo Faberi, de ICQRF. Los paneles también contaron con



Gesca

AUTOMATIZACIÓN INDUSTRIAL
INDUSTRIAL AUTOMATION



www.gesca.es

Úbeda - (Jaén) - España



la participación de destacadas figuras políticas, como la eurodiputada Camilla Laureti, la senadora Gisella Naturale y el diputado Marco Cerreto.

Las principales marcas y grupos de distribución presentes en el panel de mercado coincidieron en la necesidad de ser más audaces para ir más allá y diferenciar los AOVEs, innovando en el lenguaje y la categoría para segmentar el mercado. Se necesitan normas más flexibles, adaptadas a los nuevos tiempos y que permitan la narración de los logros de calidad de los vírgenes extra.

El panel institucional también coincidió en este punto, reconociendo la necesidad de repensar el modelo de etiquetado para proporcionar información útil a los consumidores en su elección, sin convertirlo en un prospecto de información farmacológica. Promover el valor también requiere combatir las prácticas desleales y una regulación más adecua-

da de los precios por debajo del coste a nivel europeo, cuyos efectos sobre el valor de un producto incomprendido como el aceite de oliva virgen extra son perjudiciales. Para UNIFOL, cuando los países puedan presentar propuestas para revisar la normativa, el COI estará listo para hacer su parte.

La recomendación unánime de los integrantes del panel de calidad es que los legisladores mejoren la normativa para impactar positivamente en los consumidores, permitiéndoles apreciar y comprender los beneficios para la salud y sensoriales del AOVE de calidad, en línea con lo que ya se está adoptando en Europa para otras matrices alimentarias.

Finalmente, el panel de la competencia enfatizó cómo el panorama de la producción global está experimentando cambios significativos que podrían redefinir la geografía, la competencia y las alianzas entre los países productores en el futuro. De ahí

que se antoje fundamental interpretar con rapidez la dinámica competitiva, mejorar el conocimiento y la profesionalidad de los operadores para anticipar las tendencias en los mercados existentes y nuevos, y crear nuevas alianzas y afrontar desafíos competitivos, considerando los cambios previstos en los hábitos alimentarios de las nuevas generaciones.

El presidente de UNIFOL, Giuseppe Vacca, concluyó el encuentro agradeciendo su presencia a los participantes en el evento y reiterando la plena disponibilidad y colaboración por parte de la asociación con todos los actores del sector para alcanzar una propuesta común sobre reformas regulatorias urgentes; al tiempo que reafirmó su firme intención de cooperar con los socios europeos que comparten la urgente necesidad de un cambio de ritmo para generar valor en el segmento del aceite de oliva virgen extra. 🟢



TU ACEITE DE OLIVA, EN LAS MEJORES MANOS.



En Auxiliar Conservera llevamos generaciones ofreciendo la mejor calidad en envases para aceite de oliva.

Contamos con un **centro de producción y distribución especializado en Mairena del Alcor**, que nos permite dar respuesta tanto a pequeños productores como a grandes almazaras.

Además, disponemos de una **tienda online** donde puedes adquirir palets individuales de latas doradas, nuestras **nuevas latas litografiadas en negro** y, como complemento, botellas de vidrio.



Descúbre las en:

TIENDA.AUXILIARCONSERVERA.ES



Accede desde cualquier dispositivo.



Centro especializado en envases para Aceite de Oliva:
Mairena de Alcor (Sevilla), España. T. +34 955 943 594.
sevilla@auxiliarconservera.es

Sede central: Auxiliar Conservera S.A.
Ctra. Torrealta, 30500 Molina de Segura (Murcia) España.
www.auxiliarconservera.es



Comercialización, gastronomía y oleoturismo, ejes de la próxima edición de la WOOE



La próxima edición de la World Olive Oil Exhibition (WOOE), que se celebrará los días 3 y 4 de marzo en IFEMA Madrid, se presenta como eje vertebrador del sector con tres apuestas claras: consolidar el aceite de oliva como un producto saludable y hedonista, claramente ligado a la Dieta Mediterránea y a la gastronomía; incrementar los flujos comerciales en un momento de incertidumbre por las zancadillas de algunos países poderosos al libre comercio; y abrir la puerta al oleoturismo como fuente complementaria e importante del negocio de las almazaras.

[Por José Luis Murcia, director de la WOOE]

Tras dos años de cosechas muy cortas y precios altos, la producción de aceite de oliva parece volver a la normalidad. Comenzamos una campaña en la que los enlaces de producción no son elevados y en la que el consumo parece volver a sus cauces normales, con un consumo interior en recuperación y unas ventas exteriores envidiables.

Nuestra feria realiza todos los años una apuesta fuerte y decidida por el negocio, especialmente con la asistencia, cada vez más numerosa, de compradores, principalmente europeos, dedicados al sector gourmet y de la restauración. Las visitas profesionales exteriores del pasado año ascendieron

a 2.500 personas procedentes de 60 países, mientras que las nacionales se acercaron a los dos millares.

La puesta en marcha de actividades ligadas a la gastronomía, como es el caso de las catas maridadas o de los diferentes concursos de cocineros con el AOVE como ingrediente principal, son apuestas claras de presente y futuro en las que el virgen extra se erige como el auténtico protagonista.

La WOOE es el único foro monográfico internacional del aceite de oliva en el que están presentes los principales actores del sector. Tanto las empresas como las Denominaciones de Origen Protegidas y los stands provinciales o autonómicos presentes en la feria logran una doble visibilidad: contactos

comerciales con compradores de primer nivel y darse a conocer en un lugar donde van a ganar presencia, prestigio y notoriedad.

En la WOOE estarán presentes las principales zonas productoras del mundo, las empresas más representativas, las DOPs, las instituciones más prestigiosas y los consultores, así como cocineros, restauradores, touroperadores y compradores del sector.

Este es el tercer año en el que el oleoturismo se presenta como un nuevo reto para el sector, máxime en un momento en el que la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO), junto con las diputaciones provinciales socias -Badajoz, Cáceres, Ciudad Real, Córdoba, Granada, Huelva,



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



El Olive Tree Corner.



Olive Oil Bar.



Catas de AOVE.

Jaén, Sevilla y Tarragona-, han unido sus fuerzas para demostrar que el oleoturismo es ya es una realidad palpable y, en breve, tan exitosa como el enoturismo en el mundo del vino.

Las catas, como siempre, estarán ligadas a los distintos territorios nacionales e internacionales y en ellas podrá encontrarse una magnífica selección de los mejores AOVes. Este año esperamos contar con Andalucía, Canarias, Cataluña y Comunidad Valenciana, así

como alguna presencia internacional de relumbrón. En las conferencias, intentaremos conjugar la generación de debate sobre asuntos económicos y comerciales con otros más ligados al ocio y la gastronomía.

Queremos que el Olive Oil Bar sea una expresión clara de los territorios y de las marcas de prestigio de los grandes AOVes y a ello dedicaremos parte de nuestro esfuerzo. Además, el Olive Tree Corner servirá para la generación

de ideas con especial incidencia en el oleoturismo.

Y no queremos olvidarnos de dos productos que van muy ligados al aceite de oliva y que se complementan en su vertiente más hedonista y gastronómica: las aceitunas de mesa y los vinagres, alimentos cada vez más demandados por los compradores internacionales que visitan la WOOE.

¡Os esperamos en marzo de 2026 para una edición inolvidable! 🍯





AUTELEC[®]
TECNOLOGIA, S. L.

Ingeniería valenciana
al servicio del aceite de oliva.



ENVASADORA POR PESO MULTIFORMATO
FILLING MACHINE



DM-120



NUEVA DL-295
Con Función ECO



ETIQUETADORA
LABELER



TAPONADORA
CAPPER



MOLINO
MILL



MEDIDOR GRASA
FAT METER



WORLD'S BEST OLIVE OILS



Almazaras de la Subbética y Aceites Oro Bailén, grandes triunfadores en la edición 2024/25 del ranking World's Best Olive Oils

Rincón de la Subbética, el magnífico hojiblanco ecológico de Almazaras de la Subbética, vuelve a encabezar en la edición 2024/25, por sexto año consecutivo, el prestigioso ranking World's Best Olive Oils (WBOO) que reconoce a los AOVEs más premiados del mundo. La empresa cordobesa también lidera la clasificación de las Mejores Almazaras Ecológicas del planeta, pero en esta ocasión comparte su hegemonía con Aceites Oro Bailén, que triunfa en la categoría de Mejor Almazara del Mundo.

[TEXTO: Alfredo Briega Martín]

Procedente de las mejores fincas situadas dentro del Parque Natural de las Sierras Subbéticas, *Rincón de la Subbética* supera con creces la puntuación lograda el año anterior: nada menos que 420 puntos, 50 más que en la pasada edición, obteniendo una ventaja

de 100 puntos respecto a su inmediato perseguidor, otro espléndido AOVE ecológico, *Oro Bailén Picual Bio*. Completa el podio de los tres vírgenes extra más galardonados del mundo, con 260 puntos, *Knolive Epicure*, de Knolive Oils, S.L., un excelente coupage temprano de hojiblanca y picuda que reivindica a la comarca de la Subbética Cordobesa

como origen de algunos de los más excelsos zumos de aceituna del planeta y gran abanderada en la producción de AOVEs Premium.

A continuación figuran, para conformar el TOP10 de los vírgenes extra que más premios consiguieron en la pasada campaña, *Olivaastro*, un zumo ecológico 100% italiano de Azienda Agricola Qua-



La Macchina
para todo

Grupo
AGROISA



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



PYME INNOVADORA



Centro para el
Desarrollo
Tecnológico
Industrial



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



RANKING OF THE WORLD'S BEST OLIVE OILS - 2024/2025					
Rank	Olive Oil Producer / Mill	Olive Oil	Country	Region	Points
1	Almazaras de la Subbetica S.L.	Rincon de la Subbetica - Hojiblanca	SPAIN	Andalusia	420
2	Aceites Oro Bailen Galgon 99 S.L.	Oro Bailen Picual - Bio	SPAIN	Andalusia	320
3	Knolive Oils S.L.	Epicure	SPAIN	Andalusia	260
4	Az. Agr. Quattrociocchi Americo	Olivastro	ITALY	Lazio	250
5	S.C.A. Olivarera La Purisima	El Empiedro	SPAIN	Andalusia	230
6	SCA Sierra de la Pandera	Jabalcz - Gran Seleccion	SPAIN	Andalusia	200
7	Aceites Almagre	Almagre Ecologico	SPAIN	Castilla La Mancha	195
"	Venchipa S.L.	O-med Picual	SPAIN	Andalusia	195
"	Muela Olives S.L.	Venta del Baron	SPAIN	Andalusia	195
10	Agricola La Maja SSL	La Maja Edicion Limitada - Arbosana	SPAIN	Navarra	185
11	Cortijo de Suerte Alta S.L.	Marques de Prado - Seleccion Familiar	SPAIN	Andalusia	180
12	Obra Don Bosco	Don Bosco	ARGENTINA	Mendoza	175
13	Estancia Das Oliveiras	Estancia das Oliveiras - Blend Exclusivo	BRASIL	Rio Grande do Sul	170
"	Muela Olives S.L.	Fuente del Rey	SPAIN	Andalusia	170
"	Marin Serrano El Lagar S.L.	Oleosubbetica	SPAIN	Andalusia	170
16	Nicolangelo Marsicani	Alter Ego	ITALY	Campania	160
"	Az. Agr. Leone Sabino	Don Gioacchino	ITALY	Puglia	160
"	Aceites Finca La Torre S.L.U.	Finca La Torre Selección - Hojiblanca	SPAIN	Andalusia	160
"	Terra Eno Olea D.O.O.	Vodnjanski Torcol	CROACIA	Istria	160
20	Zaytec Argentina S.A.	Zaytec	ARGENTINA	San Juan	155
21	Goya en Espana S.A.U	Goya® Unico	SPAIN	Andalusia	145
22	S.C.A. Olivarera La Purisima	El Empiedro Bio	SPAIN	Andalusia	135
23	MONVA S.L.	Dominus - Cosecha Temprana	SPAIN	Andalusia	130
24	Olio Lamentea SRL	15 Filiari	ITALY	Puglia	120
"	Società Agricola Swiss Olives S.S.	Olea Prilis IGP Toscano	ITALY	Tuscany	120
26	Soc. Coop. Agr. Olivicoltori Valle del Cedrino	Costa degli Olivi DOP Sardegna	ITALY	Sardinia	105
27	Agraria Riva del Garda	46° Paralelo Biologico	ITALY	Trentino	100
"	La Pontezuela SLU	5 Elementos - Gran Selección Hojiblanca	SPAIN	Castilla La Mancha	100
"	Aimurai S.A.	Aceite d' Aguirre Clásico	ARGENTINA	Cordoba	100
"	Sarl Moulin Oltremonti	Athea	FRANCE	Corsica	100
"	Agroland s.a.	Colinas de Garzon - Corte Italiano	URUGUAY	Maldonado	100
"	SCO De Valdepeñas "Colival"	Exemplum de Colival	SPAIN	Castilla La Mancha	100
"	Altas Quintas - Expl. Agricola e Vinicola SA	Herdade de Vale Feitoso	PORTUGAL	Alentejo	100
"	Olivasur Natural S.L.	Luz del Olivar	SPAIN	Andalusia	100
"	Essenza Agroecologico Ltda	Mantikir Blend	BRASIL	São Paulo	100
"	Molino de Genil S.L.	Molino de Genil - Arbequina	SPAIN	Andalusia	100
"	MONINI, S.P.A.	Monini - Monocultivar Coratina	ITALY	Umbria	100
"	MONINI, S.P.A.	Monini - Monocultivar Frantoio	ITALY	Umbria	100
"	Coop. Olivarera Virgen de la Sierra de Cabra S.C.A.	Monteoliva Oro - Pajarero	SPAIN	Andalusia	100
"	Nutrifarms II Olives S.A.	Nutrifarms	PORTUGAL	Estremadura	100
"	Olea Kotti	Olea Kotti - Organic	TUNISIA	Sousse	100
"	Pique Roto	Olio Taggiasca	URUGUAY	Florida	100
"	Nutrifarms II Olives S.A.	Oliveira da Serra - Gourmet	PORTUGAL	Estremadura	100
"	Aceites Oro Bailen Galgon 99 S.L.	Oro Bailen - Frantoio	SPAIN	Andalusia	100
"	Aceites Oro Bailen Galgon 99 S.L.	Oro Bailen - Picual	SPAIN	Andalusia	100
"	Rafael Alonso Aguilera S.L.	Oro del Desierto - Coupage	SPAIN	Andalusia	100
47	4 C Azeites Unipessoal	4 C Frantoio	PORTUGAL	Alentejo	95
"	Cielo y Tierra Olive S.L.	Cielo y Tierra	SPAIN	Andalusia	95
"	Corto Olive CO.	Corto	USA	California	95
"	De Rustica Estates (PTY) Ltd.	De Rustica Estate Collection - Coratina	SOUTH AFRICA	Klein Karoo	95
"	Eredi Giuseppe Fois Soc. Agricola	DOP Sardegna	ITALY	Sardinia	95
"	Inmaculada Concepcion S.C.A.	Estepa Virgen	SPAIN	Andalusia	95
"	Aires de Jaen S.L.	Finca Badenes - Picual AOVE Temprano	SPAIN	Andalusia	95
"	Az. Agr. Caputo	Gran Pregio - Bio Coratina	ITALY	Puglia	95
"	Coop. Olivarera Virgen de la Sierra de Cabra S.C.A.	Monteoliva Oro - Envero Ecologico	SPAIN	Andalusia	95
"	Andalucia Advisors Group S.L.	O.Live - Ecologic	SPAIN	Andalusia	95
"	Oleícola Jaén	Oleícola Jaen - Ecologico	SPAIN	Andalusia	95
"	SCA Agropecuaria de Herrera de Oleoestepa	Oleoestepa - Seleccion	SPAIN	Andalusia	95
"	AGRICOLA S. BARTOLOMÉ, S.A.	Oliveira da Serra - Lagar	PORTUGAL	Lisboa	95
"	Agricola de Bailen Virgen de Zocueca SCA	Picualia	SPAIN	Andalusia	95
"	Muela Olives S.L.	Picuda	SPAIN	Andalusia	95
"	S.C.A. San Vicente	Puerta de las Villas - Ecologico	SPAIN	Andalusia	95
"	S.C.A. San Marcos de Canena	Tierras de Canena - Premium	SPAIN	Andalusia	95
"	Agropecuaria Carrasco S.L.	Vieiru - Ecologico DOP Gata-Hurdes	SPAIN	Extremadura	95
"	Huilerie Biologique El Baraka	Attia	TUNISIA	Monastir	95
"	Madebar S.A.	O'33 - Coupage Blanc	URUGUAY	Maldonado	95

trociocchi Americo (4º con 250 puntos); *El Empiedro*, de SCA Olivarera La Purísima, que repite presencia entre los mejores (5º, 230 puntos); *Jabalcz Gran*

Selección, de SCA Sierra de la Pandera (6º, 200 puntos); el trío compuesto por el castellano-mancheño *Almagre Picual Ecológico* (Aceites Almagre), el granadi-

no *O-Med Picual* (Venchipa, S.L.) y otro ilustre AOVE de Priego de Córdoba, *Venta del Barón* (Muela-Olives, S.L.), todos con 195 puntos; cerrando el TOP10





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 ...





RANKING OF THE WORLD'S BEST ORGANIC OLIVE OILS - 2024/2025					
Rank	Olive Oil Producer / Mill	Olive Oil	Country	Region	Points
1	Almazaras de la Subbetica S.L.	Rincon de la Subbetica - Hojiblanca	SPAIN	Andalusia	420
2	Aceites Oro Bailen Galgon 99 S.L.	Oro Bailen - Picual Bio	SPAIN	Andalusia	320
3	Aceites Almagre	Almagre - Ecologico	SPAIN	Castilla La Mancha	195
4	Cortijo de Suerte Alta S.L.	Marqués de Prado - Seleccion Familiar	SPAIN	Andalusia	180
5	Aceites Finca La Torre S.L.U.	Finca La Torre Selección - Hojiblanca	SPAIN	Andalusia	160
6	S.C.A. Olivarera La Purisima	El Empiedro - Bio	SPAIN	Andalusia	135
7	Agraria Riva del Garda	46° Paralelo - Biologico	ITALY	Trentino	100
"	Olivasur Natural S.L.	Luz del Olivar	SPAIN	Andalusia	100
"	MONINI, S.P.A.	Monini - Monocultivar Coratina	ITALY	Umbria	100
"	MONINI, S.P.A.	Monini - Monocultivar Frantoio	ITALY	Umbria	100
"	Olea Kotti	Olea Kotti - Organic	TUNISIA	Sousse	100
"	Rafael Alonso Aguilera S.L.	Oro del Desierto - Coupage	SPAIN	Andalusia	100
13	Az. Agr. Caputo	Gran Pregio - Bio Coratina	ITALY	Puglia	95
"	Coop. Olivarera Virgen de la Sierra de Cabra S.C.A.	Monteoliva Oro - Envero Ecologico	SPAIN	Andalusia	95
"	Andalucia Advisors Group S.L.	O.Live - Ecologic	SPAIN	Andalusia	95
"	Oleícola Jaén	Oleícola Jaen - Ecologico	SPAIN	Andalusia	95
"	S.C.A. San Vicente	Puerta de las Villas - Ecologico	SPAIN	Andalusia	95
"	Agropecuaria Carrasco S.L.	Vieiru - Ecologico DOP Gata-Hurdes	SPAIN	Extremadura	95
"	Huilerie Biologique El Baraka	Attia	TUNISIA	Monastir	95
20	Hacienda Queiles S.L.	Abbae de Queiles	SPAIN	Navarra	90
"	Al Alma del Olivo S.L.	Al Alma del Olivo - Hojiblanca Ecologico	SPAIN	Castilla La Mancha	90
22	Frantoio Batta	BIO DOP Umbria Colli del Trasimeno	ITALY	Umbria	75
"	Masoni Becciu di Deidda Valentina	Concordu	ITALY	Sardinia	75
"	Fattoria Ramerino	Frantoio - Biologico	ITALY	Tuscany	75
"	Orna DOO	Mate	CROACIA	Istria	75
"	Nicolangelo Marsicani	Viride Coratina	ITALY	Campania	75
"	Frantoio Oleario Mossa Domenica	Natyore Bio Selezione Gold	ITALY	Apulia	75
"	Nicolangelo Marsicani	Viride Coratina	ITALY	Campania	75

La Maja Edición Limitada Arbosana, de Aceites La Maja, con 185 puntos. Nada menos que 9 AOVEs españoles entre los 10 más premiados del mundo.

En total, entre los 66 AOVEs que figuran en el ranking World's Best Olive Oils de esta edición 2024/25 encontramos 36 zumos españoles, 11 italianos, 5 portugueses, 3 argentinos, 3 uruguayos, 2 brasileños, 2 tunecinos y un representante de Croacia, Francia, Sudáfrica y EEUU.

The World's Best Organic Olive Oils 2024/25

Al igual que en la clasificación de los vírgenes extra convencionales, en el ranking de los Mejores AOVEs Orgánicos del Mundo *Rincón de la Subbética* se impone con claridad al alcanzar 420 puntos, seguido por *Oro Bailén Picual Bio* (320 puntos) y *Almagre Picual Ecológico*, sin duda una de las gratas sorpresas de esta edición, con 195 puntos.

El TOP10 lo completan otros cuatro vírgenes extra españoles -*Marqués de Prado Selección Familiar* (Cortijo de Suerte Alta, S.L., 180 puntos), *Finca La Torre Selección Hojiblanca* (Aceites



Finca La Torre, S.L.U., 160 puntos), *El Empiedro Bio* (SCA Olivarera La Purisima, 135 puntos) y *Luz del Olivar* (Olivasur Natural, S.L., 100 puntos)- y tres AOVEs italianos: dos de ellos de Monini SpA, *Monini Monocultivar Coratina* y *Monini Monocultivar Frantoio*, a los que acompaña *46° Paralelo Biologico*, de Agraria Riva del Garda, todos ellos con 100 puntos. La misma puntuación obtie-

nen el virgen extra tunecino *Olea Kotti Organic* (Olea Kotti) y un clásico, el español *Oro del Desierto Coupage* (Rafael Alonso Aguilera, S.L.).

En total, entre los 26 AOVEs orgánicos más premiados del mundo en la última campaña encontramos nada menos que 15 zumos españoles -nuestro país reafirma también su liderazgo en esta categoría-, 8 italianos, 2 tunecinos y uno croata.



Mini en tamaño, gigante en impacto

Nuestras miniaturas de vidrio están diseñadas para destacar



ENVASES DE VIDRIO DE ALTA GAMA

Email: info@vetrolatino.com

Phone: +39 0744 441049

www.vetrolatino.com/es/





Ranking WBOO 2024/25

The World's Best (& Organic) Olive Oil Mills 2024/25

Si atendemos al ranking de las Mejores Almazaras del Mundo, el primer lugar lo ocupa la jiennense Aceites Oro Bailén Galgón 99, S.L., que suma un total de 520 puntos; seguida por Muela-Olives, S.L., con 460 puntos, y Azienda Agricola Quattrociocchi Americo (455 puntos), que sube al podio por primera vez y toma el relevo de Monini SpA en lo que se refiere al protagonismo italiano.

Almazaras de la Subbética alcanza en esta edición el cuarto puesto del ranking, con 420 puntos, y ya por debajo de los 400 puntos completan el TOP10 SCA Olivarera La Purísima (5ª, 365 puntos); la argentina Aimurai, S.A. (6ª, 295 puntos); Knolive Oils, S.L. (7ª, 260 puntos); Azienda Agricola Tommaso Masciantonio y Cooperativa Olivarera Virgen de la Sierra de Cabra, SCA -8ª y 9ª con 255 puntos-; y otra almazara argentina, Agro Aceitunera, S.A. (10ª, 250 puntos). Entre las 27 mejores almazaras del mundo encontramos 13 españolas, 6 italianas, 4 argentinas, 2 portuguesas, una de Brasil y otra de Croacia.

Por último, en el ranking "The World's Best Organic Olive Oil Mills 2024/25" se impone una vez más Almazaras de la Subbética con los mencionados 420 puntos, seguida por Aceites Oro Bailén Galgón 99 (320 puntos) y Cortijo de Suerte Alta, S.L. (240 puntos). Completan el TOP10 tres almazaras italianas -Masoni Becciu di Deidda Valentina (4ª, 210 puntos), Monini SpA (5ª, 200 puntos) y Azienda Agricola Caputo (9ª, 155 puntos)-; y otras cuatro españolas -Aceites Almagre (6ª, 195 puntos), Aceites Finca La Torre, S.L.U. (7ª, 160 puntos), Al Alma del Olivo, S.L. (8ª, 155 puntos) y SCA Olivarera La Purísima (10ª, 135 puntos)-.

En conjunto, España sitúa 15 almazaras entre las 25 mejores del ranking, seguida de lejos por Italia (7), Túnez (2) y Croacia (1).

EVOOLEUM Awards, a la cabeza de los concursos que otorgan mayor puntuación

Siete han sido los concursos y competiciones considerados en la edición 2024/25 del ranking WBOO, siempre



RANKING OF THE WORLD'S BEST OLIVE OIL MILLS - 2024/2025

Rank	Olive Oil Producer / Mill	Country	Region	Points
1	Aceites Oro Bailen Galgon 99 S.L.	SPAIN	Andalusia	520
2	Muela Olives S.L.	SPAIN	Andalusia	460
3	Az. Agr. Quattrociocchi Americo	ITALY	Lazio	455
4	Almazaras de la Subbetica S.L.	SPAIN	Andalusia	420
5	S.C.A. Olivarera La Purisima	SPAIN	Andalusia	365
6	Aimurai S.A.	ARGENTINA	Cordoba	295
7	Knolive Oils S.L.	SPAIN	Andalusia	260
8	Az. Agr. Tommaso Masciantonio	ITALY	Abruzzo	255
"	Coop. Olivarera Virgen de la Sierra de Cabra S.C.A.	SPAIN	Andalusia	255
10	Agro Aceitunera S.A.	ARGENTINA	Buenos Aires Province	250
11	Cortijo de Suerte Alta S.L.	SPAIN	Andalusia	240
"	Estancia Das Oliveiras	BRASIL	Rio Grande do Sul	240
13	Nicolangelo Marsicani	ITALY	Campania	235
14	Terra Eno Olea D.O.O.	CROACIA	Istria	225
15	Fercom Argentina SRL	ARGENTINA	Buenos Aires Province	215
16	Masoni Becciu di Deidda Valentina	ITALY	Sardinia	210
17	Goya en Espana S.A.U	SPAIN	Andalusia	205
18	MONINI, S.P.A.	ITALY	Umbria	200
"	Nutrifarms II Olives S.A.	PORTUGAL	Estremadura	200
"	SCA Sierra de la Pandera	SPAIN	Andalusia	200
"	Sierra Pura S.A.	ARGENTINA	Cordoba	200
22	Aceites Almagre	SPAIN	Castilla La Mancha	195
"	Venchipa S.L.	SPAIN	Andalusia	195
24	SCO De Valdepeñas "Colival"	SPAIN	Castilla La Mancha	190
25	4 C Azeites Unipessoal	PORTUGAL	Alentejo	185
"	Agricola La Maja SSL	SPAIN	Navarra	185
"	Az. Agr. Donato Conserva	ITALY	Puglia	185



RANKING OF THE WORLD'S BEST ORGANIC OLIVE OIL MILLS 2024/2025

Rank	Olive Oil Producer / Mill	Country	Region	Points
1	Almazaras de la Subbetica S.L.	SPAIN	Andalusia	420
2	Aceites Oro Bailen Galgon 99 S.L.	SPAIN	Andalusia	320
3	Cortijo de Suerte Alta S.L.	SPAIN	Andalusia	240
4	Masoni Becciu di Deidda Valentina	ITALY	Sardinia	210
5	MONINI, S.P.A.	ITALY	Umbria	200
6	Aceites Almagre	SPAIN	Castilla La Mancha	195
7	Aceites Finca La Torre S.L.U.	SPAIN	Andalusia	160
8	Al Alma del Olivo S.L.	SPAIN	Castilla La Mancha	155
"	Az. Agr. Caputo	ITALY	Puglia	155
10	S.C.A. Olivarera La Purisima	SPAIN	Andalusia	135
11	Orna DOO	CROACIA	Istria	130
12	Agraria Riva del Garda	ITALY	Trentino	100
"	Olea Kotti	TUNISIA	Sousse	100
"	Olivasur Natural S.L.	SPAIN	Andalusia	100
"	Rafael Alonso Aguilera S.L.	SPAIN	Andalusia	100
16	Agropecuaria Carrasco S.L.	SPAIN	Extremadura	95
"	Andalucia Advisors Group S.L.	SPAIN	Jaen	95
"	Coop. Olivarera Virgen de la Sierra de Cabra S.C.A.	SPAIN	Andalusia	95
"	Huilerie Biologique El Baraka	TUNISIA	Monastir	95
"	Oleicola Jaén	SPAIN	Andalusia	95
"	S.C.A. San Vicente	SPAIN	Jaén	95
22	Hacienda Queiles S.L.	SPAIN	Navarra	90
23	Fattoria Ramerino	ITALY	Tuscany	75
"	Frantoio Batta	ITALY	Umbria	75
"	Nicolangelo Marsicani	ITALY	Campania	75





ifamensa

INDUSTRIAS DE FABRICACIÓN DE MÁQUINAS ENVASADORAS, S.L.

El aceite más puro, merece el envasado más preciso

Innovación y precisión en cada máquina al servicio de un producto único.
Con la calidad y experiencia de IFAMENSA.



Tel. +34 976 186 311 | ifamensa@ifamensa.com | www.ifamensa.com

Polígono Industrial San Miguel, C/ Galileo Galilei 23, 50830 Villanueva de Gállego (Zaragoza). España



POINTS SCHEME FOR WBOO RANKING 2024/2025

(Competiciones en grupos por puntos y en orden alfabético)

Competition / Awards / Points (in alphabetic order)	1 st Prize	WBOO Pts	2 nd Prize	WBOO Pts	3 rd Prize	WBOO Pts	4 th Prize	WBOO Pts	5 th Prize	WBOO Pts	6 th Prize	WBOO Pts	7 th Prize	WBOO Pts	8 th Prize	WBOO Pts
EVOOLEUM	1st prize	100	2nd prize	95	3rd prize	90	4th Prize	85	5th Prize	80	6th Prize	75	7th Prize	70	8th Prize	65
Expoliva	1st prize	100	1st Mention	95												
Mario Solinas Award	1st prize	100	2nd prize	95	3rd prize	90	1st Finalist	85	2nd Finalist	80	3rd Finalist	75				
Ovibeja	Gold	100	Silver	95	Bronze	90	1st Finalist	85	2nd Finalist	80	3rd Finalist	75				
Argoliva	1st prize	75	2nd prize	70	3rd prize	65	Mention	60								
Leone D'Oro	Gold	75	1st Finalist	70	2nd Finalist	65	3rd Finalist	60	4th Finalist	55	5th Finalist	50	6th Finalist	45	7th Finalist	40
Sol D'Oro	Gold	75	Silver	70	Bronze	65	Grd Mention	60								



Heiko Schmidt, creador del ranking y presidente de WBOO.



en busca del mayor rigor y credibilidad: EVOOLEUM Awards, Expoliva, Mario Solinas Quality Award (Hemisferio Norte y Hemisferio Sur) y Premio OVI BEJA, dentro del Grupo 1; y ArgOliva, Leone d'Oro y SOL d'Oro Hemisferio Norte, en el Grupo 2 -en 2024 no se ha celebrado SOL d'Oro Hemisferio Sur-.

Cabe recordar que, entre las novedades incorporadas hace dos ediciones, la organización del ranking ha elevado la puntuación otorgada a los distintos concursos y ha establecido una mayor distinción entre medallas para que la suma de las mismas se diferencie más que en el pasado, con el fin de que en la clasificación final haya menos aceites con las mismas puntuaciones. Por otra parte, el ranking WBOO ha adaptado sus normas a los cambios introducidos en los concursos Mario Solinas Quality Award y Premio OVI BEJA, que han redefinido los grupos/tipos de productores

(grandes/pequeños) y diferenciado a los productores de los envasadores, cada uno con sus respectivas producciones y lotes mínimos exigidos.

Asimismo, desde hace ocho ediciones el ranking WBOO sólo considera concursos que admiten una sola muestra por categoría y grupo de empresas, adoptando dichos concursos el procedimiento de que, en caso de que el jurado considere que un aceite no se corresponde con la categoría previamente asignada, éste pueda ser clasificado en otra categoría distinta.

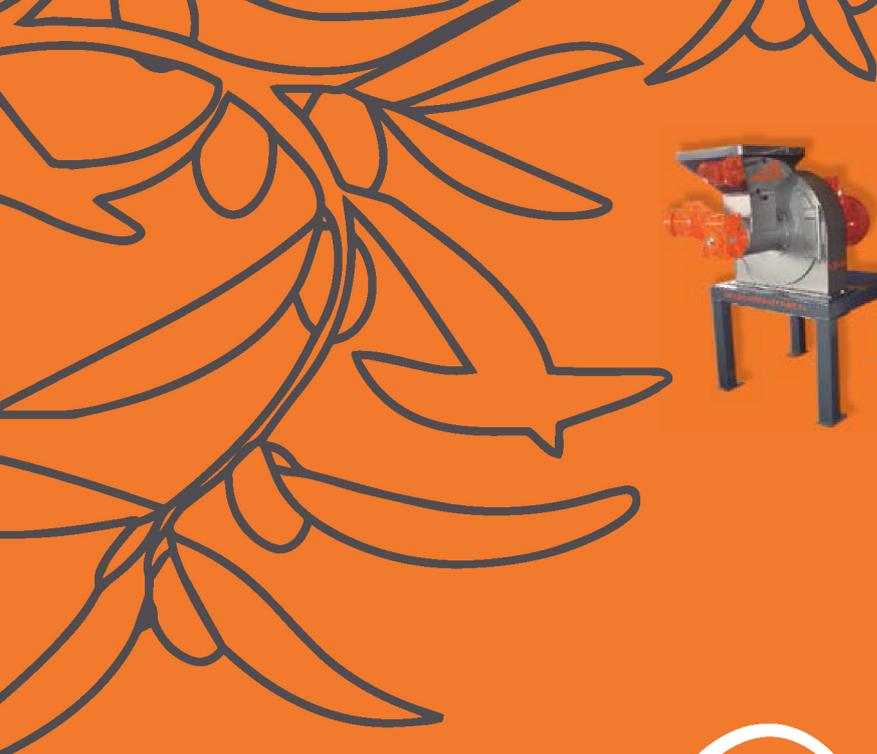
En declaraciones exclusivas a *Mercacei*, el creador del ranking y presidente de WBOO, Heiko Schmidt, señala que “tras dos campañas consecutivas de escasa producción, parece que la mejor cosecha en la campaña 2024/25 ha motivado a un mayor número de productores a par-

ticipar en los concursos que forman parte de nuestro ranking, los más importantes y estrictos del mundo, aumentando la cifra de aceites con una medalla a 229. Únicamente un AOVE ha obtenido medallas en cinco concursos y otro, en cuatro. Asimismo, tres vírgenes extra han logrado medallas en tres concursos y un total de 21 lo han hecho en dos concursos”.

“Lo repito todos los años, pero es una pena -lamenta Schmidt- que no se animen más concursos internacionales a cumplir los requisitos de nuestro ranking. Cada año nos contactan diferentes concursos con la idea de formar parte del mismo, pero lo cierto es que no cumplen con los criterios establecidos para ello y tampoco se esfuerzan por ser más estrictos”.

www.worldsbestoliveoils.org





GP

González y París

La experiencia marca la diferencia

Pol. Ind. Santa Ana, s/n - 41590 La Roda de Andalucía. Sevilla (España)
Tel.: +34 954 016 132 / Fax: +34 954 015 352 / Mov: +34 606 992 244
email: gonzalezyparis@gmail.com - web: www.talleresgonzalezyparis.com

TALLERES GONZÁLEZ Y PARÍS, S.L.



OLIVAMENTE

cumple cinco años como almazara referente del olivar superintensivo en Extremadura



Tras cinco años de actividad, la firma extremeña Olivamente se ha consolidado como un referente del olivar superintensivo gracias a un servicio integral que incluye asesoramiento y seguimiento de explotaciones, recolección, molturación y almacenamiento, ofreciendo a los olivicultores de la zona la posibilidad de entregar sus aceitunas y elaborar -e incluso envasar- sus aceites de oliva en un mismo centro. Todo ello la ha convertido en la almazara privada con mayor producción de aceite de oliva en Extremadura.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

El 6 de octubre de 2020, en plena pandemia del COVID-19, se inauguraban las instalaciones de Olivamente, una almazara para olivar superintensivo en Lobón (Badajoz) con una capacidad de molturación de 40 millones de kilogramos de aceituna por campaña que supuso una inversión inicial de más de 6 millones de euros.

Los encargados de poner en marcha el proyecto bajo el paraguas del Grupo Inversor Ecológico Bomar fueron dos personas de amplia y exitosa trayectoria profesional en los sectores vitiviníco-

la y oleícola: Miguel Melida, propietario de la mayor bodega en la D.O. Rueda y de la empresa de servicios integrales de viñedo Dalmadel, S.L. -galardonada con el premio a la mejor empresa de servicios agrícolas de Castilla y León-; y Gonzalo Murillo, técnico con más de 20 años de experiencia en la gestión y asesoramiento de explotaciones de olivar superintensivo y cofundador de la *start-up* de agricultura de precisión Greenfield Technologies -absorbida en 2024 por xFarm-.

Como explica Gonzalo Murillo, “este proyecto surgió tras detectar una ne-

cesidad en el sector del olivar en alta densidad en nuestra región, un cultivo en plena expansión que está ocupando tierras que tradicionalmente eran destinadas a otros cultivos. Hasta la puesta en marcha de Olivamente, las producciones de aceituna tenían que transportarse a Andalucía o Portugal, ya que las industrias existentes no tenían capacidad para molturarlas”.

De ahí que Olivamente esté enfocada a dar servicio a los agricultores de olivar superintensivo de Extremadura y de la región portuguesa del Alentejo, que hasta ese momento no contaban con una



La clave del éxito de Olivamente consiste en que no sólo se trata de un servicio de molturación, sino que ofrece un traje a medida para cada agricultor



Gonzalo Murillo, copropietario y CEO de Olivamente.



almazara cercana de estas dimensiones para transformar sus producciones.

Hoy, cinco años después, Olivamente ofrece un servicio completo de asesoramiento integral -desde mapeos de suelo hasta protocolos de poda-, recolección, molturación y almacenamiento de más de 3,5 millones de kilos en sus 28 depósitos, habiendo ampliado su capacidad de molturación hasta 1.250.000 kilos de aceituna al día. Su privilegiada ubicación le permite disponer de aceitunas de las principales zonas productoras: las comarcas de Vegas Altas del Guadiana -la comarca extremeña de rega-

dío por excelencia-, Tierra de Barros y Vegas Bajas del Guadiana, además de Portugal. Separadas por menos de 100 kilómetros, la escasa distancia hasta la almazara permite ahorrar en el transporte y un menor impacto ambiental, minimizando la huella de carbono en el camino hacia un cultivo más sostenible.

“Nuestro servicio integral nos brinda un valor diferencial frente a la competencia, además de ayudarnos a lograr una mejor trazabilidad del producto, desde el campo hasta la industria -asegura Murillo-. Sin olvidar la transparencia que ofrecemos durante todo el proceso. Al

productor se le entrega en cada descarga una muestra que puede analizar en el laboratorio externo que estime oportuno y ese resultado se tendrá en cuenta a la hora de liquidar su producto”.

Asimismo, Olivamente brinda un servicio de cotizaciones que permite a los agricultores decidir el momento idóneo de la venta mientras su aceite se mantiene almacenado en los depósitos equipados con sistemas de inertización que evitan la oxidación, garantizando la estabilidad y la calidad organoléptica de los aceites durante largos períodos de tiempo.



En apenas cinco años Olivamente se ha convertido en la almazara privada con mayor producción de aceite de oliva en Extremadura

Cerrando el círculo

Alrededor de 350 productores entregan cada campaña sus aceitunas y elaboran sus aceites en la almazara, que también se encarga de la gestión de las fincas e incluso les ofrece la posibilidad de envasar sus vírgenes extra para cerrar el círculo. Para Gonzalo Murillo, además de contar con un grupo de expertos y profesionales con muchos años de experiencia para ayudar a los olivereros en la gestión de sus explotaciones, la clave del éxito consiste en que “no sólo se trata de un servicio de molturación, sino que hacemos un traje a medida para cada agricultor en función de sus necesidades. Nuestra almazara está preparada para absorber parte de la aceituna que ahora se molture en Andalucía y Portugal, además de facilitar la gestión de las nuevas explotaciones de olivar en régimen intensivo y superintensivo que están desarrollándose en estas zonas”.

Cabe destacar la importante inversión acometida en estos cinco años -más de nueve millones de euros- para dotar de la última tecnología a la almazara, inmersa además en diferentes proyectos de I+D+i que “nos permiten estar a la vanguardia del sector, sobre todo en lo que se refiere al olivar superintensivo, y cumplir con las más estrictas normas de calidad”, en palabras del gerente y CEO de Olivamente. La empresa -que ofrece visitas guiadas



y jornadas específicas para sus clientes- apuesta firmemente por la agricultura de precisión para ayudar a los productores a hacer más rentables sus explotaciones y lograr una mayor trazabilidad.

Tras la ampliación de la bodega, los retos de futuro de la empresa -la alma-



Instalaciones de la almazara de Olivamente en Lobón (Badajoz) con maquinaria de Asigran (patio de recepción) y Centrifugación Alemana (zona de extracción).

zara privada con mayor producción de aceite de oliva en Extremadura- pasan por aumentar la capacidad de recepción y molturación de aceituna. En la actual campaña se han recolectado 85 millones de kilos de aceituna en más de 9.000 hectáreas distribuidas entre España y Portugal gracias a sus 48 cosechadoras cabalgantes, de los que 42 millones se han molturado en la almazara de Olivamente.

Finalmente, y en paralelo, la empresa ha puesto en marcha una planta para gestionar los residuos de la almazara (alpeorujo) y otros subproductos agrícolas y ganaderos dentro de un proceso de economía circular en el que se han invertido más de 13 millones de euros. Respecto al alpeorujo, “este residuo representa aproximadamente el 85% del peso de la aceituna y las industrias dedicadas a su gestión no crecen al mismo ritmo que el volumen del propio producto, lo que puede ocasionar un grave problema como ya ocurrió en Portugal hace tres campañas, cuando las almazaras tuvieron que detener su actividad al no poder darle salida”, recuerda Gonzalo Murillo. 🍯



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





Entrevista a Patricia Caraballo, secretaria general del CRDOP Aceite de Lucena



“Los pilares fundamentales de nuestro Plan Estratégico son la apuesta por la calidad de los AOVEs, la sostenibilidad, la digitalización, la certificación y la promoción”



Con más de 90.000 hectáreas de olivar y 10 municipios (Aguilar de la Frontera, Benamejé, Encinas Reales, Iznájar, Montilla, Monturque, Moriles, Lucena, Puente Genil y Rute), el territorio en el que se enmarca la DOP Aceite de Lucena es el más grande de España. En 2025 se cumplen 15 años de la fundación de este sello de calidad que en los últimos años ha experimentado un gran crecimiento tanto en el número de asociados como en la calidad de los AOVEs amparados. Hablamos con Patricia Caraballo Fernández (Madrid, 1979), su secretaria general desde septiembre de 2021.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

En 2025 se conmemora el 15º aniversario del CRDOP Aceite de Lucena. ¿Cómo y por qué surgió este sello de calidad y cuál ha sido su evolución en este periodo en cuanto a estructura y número de socios?

En 2025 celebramos el 15º aniversario de su constitución y registro europeo, pero realmente su Pliego de Condiciones data de 2015. Este sello de calidad surgió de la unión de almazaras del sur de Córdoba que compartían ese vínculo histórico con los aceites producidos en el territorio, origen y paraíso de la variedad hojiblanca. La evolución ha sido exponencial desde 2021, principalmente en la cantidad de marcas certificadas y envasadas, es decir, de producto certificado amparado con el

“La evolución ha sido exponencial desde 2021, principalmente en la cantidad de marcas certificadas y envasadas, es decir, de producto certificado amparado con el sello DOP”

sello DOP. En los dos últimos años se han incorporado a la DOP cooperativas, almazaras y envasadoras del territorio, con lo que seguimos creciendo y expandiéndonos de manera progresiva, estando constituida actualmente por 10 almazaras y siete envasadoras.

Uno de los grandes retos de la DOP es aumentar la producción y el volumen de aceite certificado, así como incrementar notablemente el número de empresas y almazaras asociadas. ¿Qué otros objetivos estratégicos se ha marcado el CRDOP Aceite de Lucena?

En 2021 se elaboró un Plan Estratégico de la DOP cuyos pilares fundamentales son la apuesta por la calidad de sus AOVEs, la sostenibilidad y la digitalización; y, como objetivos inherentes al Consejo Regulador, la certificación y la promoción, con el fin de aumentar la comercialización de producto amparado.

La calidad de los AOVEs amparados por la DOP se refleja en los numerosos premios logrados en importantes concursos nacionales e internacionales. Sin ir más lejos, la última



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





ALMAZARAS & ENVASADORAS del Consejo Regulador DOP ACEITE DE LUCENA

Aceites Fuente Grande S.A. [Gomeoliva] (Priego de Córdoba)
Tel: +34 957 503 119 · info@gomeoliva.com
www.gomeoliva.com

Almazaras de la Subbética S.C.A. (Carcabuey)
Tel: +34 957 547 028 · comercial@almazarasdelasubbetica.com
www.almazarasdelasubbetica.com

Capricho Andaluz, S.L. (Cabra)
Tel: +34 957 529 200 · jvalverde@borges-bbf.com
www.caprichoandaluz.com

Cooperativa Agrícola La Aurora S.C.A. (Montilla)
Tel: 957 650 362 · info@bodegaslaaurora.com
www.bodegaslaaurora.com

Cooperativa Agrícola La Unión S.C.A. (Montilla)
Tel: +34 957 651 855 · comercial@cooperativaunion.com
www.cooperativaunion.com

Cooperativa Olivarera Lucena S.C.A. (Lucena)
Tel: +34 957 500 419 · exportarea@cooperativ lucena.es
www.cooperativ lucena.es

Cooperativa Olivarera Nuestra Señora de Araceli S.C.A. (Lucena)
Tel: +34 957 500 414 · info@cooperativade araceli.es
www.cooperativade araceli.es

Mercaoleo, S.L. (Málaga)
Tel: +34 951 701 006 · calidad_mco@dcoopgroup.es
www.mercaoleo.es

S.C.A. del Campo Ntra. Sra. de Gracia (Benamejí)
Tel: +34 957 530 102 · copegracia@gmail.com
www.cooperativabenameji.com

S.C.A. Olivarera de San José [Oleollanos] (Los Llanos-Rute)
Tel: +34 957 598 647 · info@oleollanos.com
www.oleollanos.com



edición de la prestigiosa Guía EVOOLEUM, la más influyente del mundo del virgen extra, incluía entre los 120 mejores AOVEs del planeta dos AOVEs amparados por este sello de calidad, *Cortijo La Toquera Coupage* y el hojiblanco *Lucentina*. ¿Cómo definirías a los aceites de la DOP Lucena y qué es lo que les hace distintos?

La variedad hojiblanca es una de las más premiadas del mundo y en nuestra DOP envasamos monovarietales hojiblancos que se caracterizan por su marcada personalidad, con un perfil muy equilibrado y complejo. De intenso frutado verde, en nariz apreciamos el verde a hierba recién cortada y plantas aromáticas, con notas de manzana y plátano verde y toques de almendra. En boca, resulta dulce en su entrada con un intenso toque amargo y picante en progresión muy equilibrado. A nivel retronasal se aprecian notas verdes frutales a plátano y manzana.

Los aceites de oliva vírgenes extra de la DOP Aceite de Lucena proceden en más de un 90% de la variedad hojiblanca. ¿Qué otras variedades están presentes?



Otras variedades reconocidas son arbequina, campanil, chorrúo, lechín, ocal, picual o tempranilla, pero la variedad principal y autóctona de la zona es la hojiblanca, también llamada lucentina.

A finales de septiembre tuvo lugar la renovación del convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de Lucena y el Consejo Regulador para apoyar a los agricultores y

difundir la calidad de los vírgenes extra amparados por la DOP. ¿En qué acciones concretas se traduce esta colaboración?

Se trata de acciones de divulgación, formación y promoción de los AOVEs de la DOP. Este año, además de las catas maridadas mensuales en diversos monumentos históricos y patrimoniales de Lucena, se han realizado otras promociones en ferias, como la presentación

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



del XV aniversario en Fitur, y están previstas unas jornadas gastronómicas a mediados de diciembre.

La DOP organiza catas dirigidas durante todo el año. ¿Qué otras actividades de promoción lleva a cabo para acercar sus AOVes al público?

La DOP realiza numerosas actividades de promoción, participando en ferias agroalimentarias y gastronómicas tanto

a nivel nacional como internacional, con la finalidad de dar a conocer las bondades saludables y gastronómicas de nuestros AOVes.

Hablamos de una de las DOPs españolas con mayor presencia en proyectos europeos de I+D+i y sostenibilidad. ¿Cuáles han sido las iniciativas más destacadas en este ámbito en las ha participado hasta la fecha la DOP? ¿Y en qué proyectos participa y/o colabora en la actualidad?

Siguiendo la línea de nuestro Plan Estratégico, la DOP está participando en proyectos europeos basados en la di-

gitalización y la sostenibilidad. A finales de 2024 finalizó un proyecto a nivel europeo denominado *Space4green*, en el que se elaboró una herramienta de trazabilidad en la producción de AOVE a través de la tecnología *blockchain* y del uso de los satélites Galileo de la UE (OSNMA). En la actualidad, la DOP participa en dos proyectos de sostenibilidad, *GreenFit* y *OpenAgri*, orientados a buscar herramientas que permitan mejorar la sostenibilidad de los olivares y detectar y evitar plagas como la mosca del olivo, respectivamente.

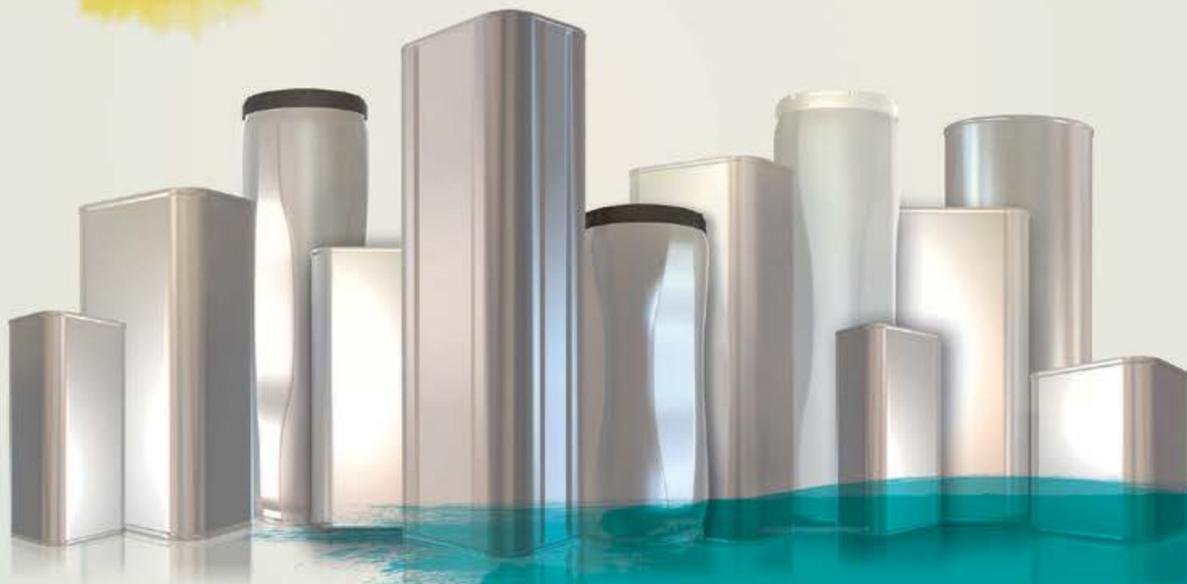
La DOP Aceite de Lucena se muestra especialmente activa en redes sociales. ¿Con qué finalidades se utilizan estos soportes o herramientas de comunicación y qué importancia les concede la entidad dentro de su estrategia de marketing y comunicación?

Desde la DOP se intentan transmitir y comunicar todas las actividades que realiza a través de las RRSS, con la finalidad de que todo el mundo pueda participar y como herramienta de difusión tanto para el público general como para los asociados de la DOP, ofreciéndoles apoyo y colaboración constante. 🍷

www.dolucena.es



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

MUNDOLIVAR

vuelve a hacer historia con un Congreso multitudinario enfocado en la rentabilidad y el negocio

MUNDOLIVAR, el tercer Congreso Mundial de Olivicultura y Elaiotecnia organizado por Grupo Editorial Mercacei y Grupo Agromillora volvió a hacer historia. La cita congregó los días 18 y 19 de junio en el Aula Magna del Campus de Rabanales de la Universidad de Córdoba (UCO) a más de 1.500 asistentes y a los grandes referentes de la olivicultura internacional. Un Máster intensivo de 48 horas impartido por los más reputados expertos internacionales que sentaron las bases del futuro del olivar y el aceite de oliva en materia de precios, geopolítica, aranceles, IA, sostenibilidad, nuevas variedades, mecanización eficiente y extracción. Su espacio expositivo y de *networking* se convirtió en la mejor plataforma de negocio del sector del aceite de oliva.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]



MUNDOLIVAR





MUNDOLIVAR

Congreso Mundial de Olivicultura y Elaiotecnía

III Congreso Mundial de Olivicultura y Elaiotecnía



Representantes de instituciones como la UCO, la Junta de Andalucía, la Diputación de Córdoba, el Ayuntamiento de Córdoba o Banco Santander mostraron una edición más su apoyo a MUNDOLIVAR.

El III Congreso Mundial de Olivicultura y Elaiotecnía situó de nuevo a Córdoba como la capital mundial del sector del olivar y el aceite de oliva, logrando reunir a todos los actores de la cadena de valor. El encuentro contó con EEUU como país invitado, centrando el debate de varias de las nueve mesas redondas que se celebraron en las dos jornadas. Por otro lado, se desarrollaron los talleres prácticos *“Todo lo que necesitas para diseñar y gestionar tu explotación en seto”*, *“Optimización de la fertilización y el riego”*, *“¿Qué vale transformar mi finca a los nuevos modelos de plantación?”*, y *“Masterclass express maestros de almazara: Calidad, cantidad y rentabilidad”*, que una edición más fueron todo un éxito.



Bajo el lema *“Reducir costes: Más con Menos”*, la tercera edición de MUNDOLIVAR -conducida un año más por la periodista Olivia Aranda- fue inaugurada por representantes de las instituciones y administraciones de Córdoba y Andalucía.

Durante su intervención, Juan A. Peñamil, CEO y editor de Grupo Editorial Mercacei, resaltó que MUNDOLIVAR es el primer evento con un enfoque absolutamente transversal dedicado al mundo del aceite de oliva y del olivar en el que se ofrecen las herramientas y estrategias clave para que los empresarios y productores puedan tomar decisiones eficaces en aras de aumentar la calidad y la rentabilidad. “Se trata, tal y como reza nuestro lema de este

año, de reducir costes, de hacer más con menos, de ser cada vez más eficientes y eficaces, más rentables y competitivos en un sector tan dinámico y en constante cambio como es el oleícola”, subrayó.

El CEO de Agromillora, Jordi Mateu, destacó que se van a cumplir 31 años



Tu cosecha en buenas manos

ASEGURA TU COSECHA DE ACEITUNA CON LOS
SEGUROS AGRARIOS DE CAJA RURAL DE JAÉN

FINANCIACIÓN 100% GRATUITA



**CAJA RURAL
JAÉN**

*PARA MÁS INFORMACIÓN, ACUDA A SU OFICINA MÁS CERCANA



de la primera plantación comercial de olivar en seto. “En ese momento no imaginábamos la trascendencia de este modelo que ha transformado toda la industria y que nos puede permitir llegar a los 7 millones de toneladas de aceite en tres décadas, por lo que el reto a futuro será vender el producto y situarlo donde se merece”, afirmó.

El teniente de Alcalde, Sostenibilidad y Medio Ambiente del Ayuntamiento de Córdoba, Daniel García-Ibarrola, remarcó que supone un hito que MUNDOLIVAR se celebre en Córdoba, convirtiéndola en el epicentro mundial del sector, que “predomina por su calidad y es ejemplo de sostenibilidad, de desarrollo económico y social, y de cuidado al medio ambiente”.

El director territorial de Banco Santander en Andalucía, Manuel de la Cruz, aseguró que Santander “es un banco virgen extra de calidad superior”, recordando que la entidad financió al sector agroalimentario andaluz con 1.200 millones de euros en 2024, un 12% más que el año anterior. También subrayó que esta entidad fue la primera en anticipar la PAC desde canales digitales y que lanzó la campaña PAC 2025 con un importe de 1.000 millones de euros de anticipo preconcebido a un total de 61.000 clientes.

El vicepresidente primero de Infraestructuras, Sostenibilidad y Agricultura de la Diputación de Córdoba, Andrés Lorite, indicó que Córdoba es la capital mundial de la calidad y la multivariiedad del AOVE, por lo que ha considerado un gran acierto que MUNDOLIVAR se celebre en esta ciudad y en este entorno universitario, ya que “hablar de agricultura en Córdoba es hablar del futuro de la provincia”, sentenció.

La directora general de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria de la Consejería de Agricultura de Andalucía, Cristina de Toro, consideró que “MUNDOLIVAR es un congreso referente a nivel mundial por su contenido y su temática” y señaló que la calidad es una de las fortalezas del sector del aceite de oliva andaluz. A su juicio, “el olivar es historia, tradición, cultura, paisaje, innovación y competitividad, y por ello la Consejería está comprometida con su futuro”. En este sentido, se refirió a la I



Juan A. Peñamil.

Olivia Aranda.

Jordi Mateu.

Daniel García-Ibarrola.

Estrategia Andaluza para el Sector del Olivar y a las subvenciones para grupos operativos de innovación dotada con 18 millones de euros, aumentando la cuantía por cada proyecto a 500.000 euros de presupuesto.

El rector de la UCO, Manuel Torralbo, se mostró satisfecho de que Córdoba sea nuevamente la ciudad elegida para acoger la tercera edición de MUNDOLIVAR, algo que ha comparado con elegir la sede para la celebración de la Champions. También se refirió a la excelencia de la UCO por su trayectoria, historia e investigadores para responder a los retos del sector, así como a la creación del Centro Universitario para el Desarrollo del Aceite de Oliva de la Provincia de Córdoba.

MUNDOLIVAR 2025 comenzó hablando de los precios del aceite de oliva, que inevitablemente van a seguir fluctuando, si bien se constató la necesidad de conseguir que el rango en el que se mueven sea cada vez más elevado para que ganen todos los eslabones de la cadena. Así se puso de manifiesto en la primera mesa redonda del Congreso que, bajo el título “Aceite de oliva: El precio justo”, fue moderada por Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei, y en ella participaron Cristóbal Valdés, consejero delegado de Deoleo; Antonio Luque, presidente de Dcoop; Antonio Gallego, director general de Grupo Migasa; Gonzalo Guillén, CEO de Acesur; José Luis de Prado, presidente de Gru-

Todos los formatos en una sola máquina

Envasadora lineal y multiformato totalmente automática



Llenadora y Taponadora en Formato Monobloc



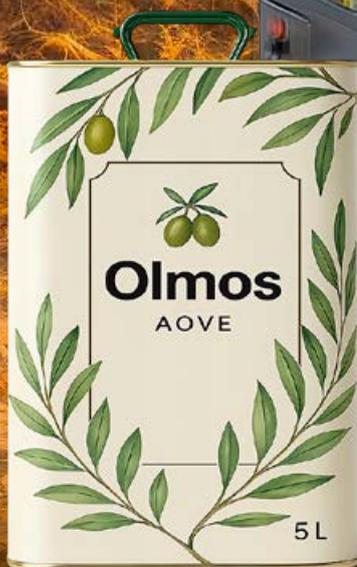
Depósito Almacenamiento de Taponés presión, rosca y Pilfer Proof



Sin necesidad de utilajes ni estrellas



Cambios de Formato Fáciles y Rápidos



Olmos
EQUIPOS DE ENVASADO
FUNDADA EN 1957



0034 93 714 49 45

www.olmosmaquinaria.com



po De Prado; y Jorge de Melo, CEO de Sovena. Los gigantes del aceite de oliva coincidieron en destacar la necesidad de dotar a los agricultores de agua para lograr la ansiada estabilidad de precios.

Las exportaciones de aceite de oliva a EEUU, en el punto de mira

Acerca del país invitado -y ante la actual coyuntura política y comercial-, los participantes de la mesa redonda *“Crisis geopolítica, las claves para afrontarla con éxito y sus repercusiones en el sector oleícola: la exportación del aceite de oliva en el punto de mira”* coincidieron en seguir apostando por EEUU, ya que presenta perspectivas de convertirse en el primer consumidor mundial de aceite de oliva, sin dejar de abrir el abanico de mercados. Y es que existe una creciente demanda de consumidores en el país norteamericano, cuya percepción del aceite de oliva está cambiando. Así, en la actualidad se ha convertido en un producto básico en sus cocinas e, incluso, es tendencia regalar aceite de oliva virgen extra en lugar de vino.

Frente al actual contexto internacional, complejo e incierto, aseguraron que existe una respuesta contundente por parte de la UE en la defensa de nuestros sectores productivos. “No sólo hay que mirar a Trump, hay que mirar al consumidor americano, al europeo y a nosotros mismos”, señalaron. Los ponentes abogaron por defender “nuestro producto rey”, por fortalecer las relaciones comerciales con otros socios y abrir el abanico de mercados, sin dejar pasar ninguna oportunidad en países como India o China.

Sostenibilidad, IA y nuevas variedades

Asimismo, según se puso de manifiesto en MUNDOLIVAR, para el sector del olivar también supone una oportunidad la sostenibilidad, que debe ser medible, perdurable y rentable y debe formar parte de la estrategia de las empresas, siendo un factor clave para producir con mayor calidad. Algo que se ve reforzado con las nuevas variedades, más tempranas, fáciles de podar, que persiguen un alto rendimiento, mayor producción, con un elevado contenido en polifenoles



Manuel de la Cruz.

Andrés Lorite.

Cristina de Toro.

Manuel Torralbo.

y resistentes a enfermedades y eventos climáticos. También apuntaron que hay que verla como una inversión que permite mejorar la eficiencia y la competitividad de las empresas.

En cuanto a la digitalización y a la aplicación de la Inteligencia Artificial, el agricultor, así como el maestro de almazara y el operario, tienen ya a su disposición grandes avances tecnológicos que ayudan a la toma de decisiones, tanto en campo como en almazara. En concreto, los participantes que dieron a conocer las últimas novedades en tractores coincidieron en que la digitalización y las nuevas tecnologías permiten lograr la ansiada eficiencia, así como reducir la huella de carbono y afrontar

retos actuales tales como la falta de mano de obra, la reducción de costes de producción, la simplificación de la operativa, la mejora de la rentabilidad o el cumplimiento de la regulación europea. Según subrayaron, “no hay que tener miedo a la digitalización, si bien es un viaje paso a paso que requiere de asesoramiento”. Por su parte, los fabricantes de maquinaria para almazara aseguraron que están más que preparados para el tratamiento de subproductos y adaptados para absorber los grandes volúmenes de producción procedentes de las nuevas variedades, desarrollando máquinas de gran capacidad, “actualizándose y creciendo conforme a las nuevas necesidades”. 🌱





Aceite de oliva: el precio justo. Estrategias para que todos ganen en la cadena de valor



Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei, moderó la mesa redonda.

Al igual que sucedió en la edición del año anterior, y tras la apertura del congreso, MUNDOLIVAR 2025 arrancó a lo grande con una mesa redonda en torno al precio -justo- del aceite de oliva que reunió en un mismo foro por segundo año consecutivo a los principales directivos y máximos ejecutivos de las grandes compañías del sector. Moderada por Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei, "Aceite de oliva: el precio justo. Estrategias para que todos ganen en la cadena de valor" contó con la presencia de Cristóbal Valdés, CEO de Deoleo; Antonio Luque, presidente de Dcoop; Antonio Gallego, director general de Grupo Migasa; Gonzalo Guillén, CEO de Acesur; José Luis de Prado, presidente de Grupo De Prado; y Jorge de Melo, CEO de Sovena. Los gigantes del sector en una mesa de auténtico lujo para un evento único.

En la actual campaña se ha producido una recuperación de la producción de aceite de oliva en España, que vuelve a registrar parámetros normales. Así, según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación -a fecha de celebración del Congreso-, la producción de aceite de oliva en España es de 1.415.000 toneladas, lo que supone un 65,3% más respecto a la temporada anterior.

En este contexto, hemos asistido a una contención de los precios en origen, que se situaron en niveles máximos en las dos campañas anteriores. En la actualidad -a fecha de celebración del Congreso-, los precios en origen del virgen extra se sitúan entre 3,80 y 4,20 euros, frente a los 9 que llegaron a alcanzar hace no demasiado tiempo. Conviene tener en cuenta que, según datos de AEMO, producir un kilo de aceite de oliva en España varía entre los 2,81 €/kilo del olivar en seto de regadío hasta los 4,61 €/kilo del olivar de montaña, pasan-

do por los 3-4 euros en olivares tradicionales de baja pendiente según regadío o secano. *La gran pregunta es: ¿cuál es el precio justo del aceite de oliva y cómo podemos lograr que todos los eslabones de la cadena de valor salgan ganando?*

El pasado año por estas fechas asistimos a un escenario inédito de precios récord -y nunca vistos- de los aceites de oliva, tras dos campañas completamente atípicas. De 9 euros a los que se encontraban hemos pasado a 4 euros en este momento. Desde la perspectiva de vuestra empresa, ¿cómo gestionáis esta alta volatilidad y cómo afecta a vuestra cuenta de resultados? ¿Qué ocurre en este sector con los precios? ¿Qué debemos hacer en el sector del aceite de oliva para alcanzar el ansiado equilibrio y que todos los eslabones de la cadena estén debidamente retribuidos?

Cristóbal Valdés: Es cierto que la situación vivida en la campaña anterior condicionó evidentemente la acción comercial de las organizaciones, también la nuestra, y fue muy importante poner en valor nuestra manera de aproximarnos a todos los mercados con las marcas de referencia que forman parte de Deoleo. Cuando se traslada el producto comunicando valores de calidad, trazabilidad y rigor los mercados lo entienden y son capaces de responder favorablemente en un contexto muy complicado, y de esto tenemos que aprender todos. Debemos ser capaces de aprovechar este contexto de oportunidad en todos los sentidos, hacer un esfuerzo entre todos por reforzar la transmisión de calidad del producto, los modelos de trazabilidad y sostenibilidad en toda la cadena, para que eso al final lo perciba el consumidor en todos los mercados del mundo. En mi opinión, el precio justo del aceite de oliva se consigue precisamente haciendo esto.

Antonio Luque: El precio justo es el más alto posible para que se venda todo el aceite de oliva. En España habíamos conseguido vender 1.500.000 t. de aceite y de pronto nos encontramos con dos campañas con menos de 800.000 t. Eso significa que los precios tienen que subir hasta que baje el consumo en relación al aceite disponible. Una lección aprendida es que los consumidores son mucho más fieles de lo que esperábamos e imaginábamos. Y necesitamos una estabilidad productiva, ayudar a los agricultores con infraestructuras suficientes y agua para tener cosechas estables, para que sean más eficientes y ganen dinero con un precio aceptable tanto para el agricultor como para el consumidor. Por otra parte, el tema de la calidad es fundamental y está claro que en los próximos años necesitamos mayor concentración de la oferta; con todos estos factores mejoraríamos el tema de los precios.



Cristóbal Valdés

“Cuando se traslada el producto comunicando valores de calidad, trazabilidad y rigor los mercados lo entienden y son capaces de responder favorablemente en un contexto muy complicado, y de esto tenemos que aprender todos. El precio justo del aceite de oliva se consigue precisamente haciendo esto”

Antonio Gallego: Coincido totalmente con mi tocayo. Cuanto más caro, mejor, y con mucho aceite. No olvidemos que el año pasado se vendió todo el aceite, en efecto, pero el consumo a precios altos descendió un 30%. El consumidor no lo acepta todo, sino que hay un momento en que desaparece. Sabemos que un 70% de los consumidores está dispuesto a pagar 9 ó 10 euros por el AOVE, así se ha demostrado; ahora tenemos que conseguir que el 30% restante que desapareció por los altos precios no se vaya, y para ello hay que gastar dinero en promoción. En cuanto a la gestión de los precios, todos los productos agrícolas, como el aceite de oliva, están sometidos a bajadas y subidas de precio, y nos guste o no, hay que convivir con ello. Lo que hay que hacer es luchar por que ese rango de precios cada vez sea más alto.

Gonzalo Guillén: Diría que el precio justo es aquel que deja conformes a todos los eslabones de la cadena, y eso hoy en día es muy complicado. Al final la climatología es la que manda y, si no somos capaces que poner medios para amortiguar el impacto de los cambios

climáticos (agua, inversión e innovación en el campo...), va a ser muy complicado; cuanto más resiliente y estable sea la producción, mucha menos volatilidad tendremos. Cuanto mayor es esa base de producción, ya sea porque se incorporan nuevos países productores o porque se incrementa el número de hectáreas, la volatilidad en el volumen de producción -y, por ende, en el precio- será menor.

José Luis de Prado: Para mí, la mejor noticia en estos dos últimos años es que el consumo no ha bajado con el precio en torno a 4,5 euros, por lo que sería un precio adecuado para que toda la cadena de valor gane dinero. Y sí se puede gestionar: la mayoría de las plantaciones son de secano, por lo que dependemos del agua. Aquí, como en todos los negocios, manda la ley de la oferta y la demanda. Si hay mucha oferta porque llueve, los precios bajan; y si hay poca oferta, como ha ocurrido en los dos últimos años porque no llovió, los precios suben.

El 100% de nuestras plantaciones son de regadío. ¿Sabéis cuánto nos varía de un año a otro? Un 10%. Por tanto, para limitar la volatilidad hay que lograr una mayor eficiencia en la producción, con costes que rondan 1,4-1,5 euros y una apuesta clara por sistemas como el superintensivo; y que las administraciones nos ayuden con infraestructuras de agua, que es vital. Yo soy cordobés, pero la mayoría de nuestros activos está en Portugal. ¿Por qué? Solamente por el agua. Y sin olvidar la apuesta clara por la calidad.

Jorge de Melo: La volatilidad es lo más difícil de gestionar para una empresa. Nosotros hemos tratado de estar muy cerca y acompañar a nuestros clientes y proveedores, y también lo hemos compensado con otros aceites que se han vendido más. ¿Cuál es el precio justo del aceite de oliva? Creo que, cada vez más, hay que distinguir lo que son los aceites de oliva, es necesario diferenciar entre calidades, el precio justo para un aceite refinado no puede ser el mismo que el de un virgen extra de muy buena calidad. Tampoco podemos olvidar que el mercado es global, España tiene otros competidores como Túnez, Turquía o Portugal, por lo que el precio



Antonio Luque

“El precio justo es el más alto posible para que se venda todo el aceite de oliva. Una lección aprendida es que los consumidores son mucho más fieles de lo que esperábamos, nos han dado una lección espectacular de confianza en el producto y en el sector. Necesitamos una estabilidad productiva, ayudar a los agricultores con infraestructuras suficientes y agua para tener cosechas estables, para que sean más eficientes y ganen dinero con un precio aceptable tanto para el agricultor como para el consumidor”

también es global, no el que España pretenda. Y, por último, para que haya consumo son necesarios dos factores: la estabilidad de precio -y aquí coincido con Antonio en la importancia de tener agua para lograr una producción muy estable- y el trabajo de promoción, y en este punto creo que el sector debería estar más unido.

Resulta obligado hablar de los aranceles impuestos por EEUU, un mercado decisivo para el sector del aceite de oliva español. La mayoría de vuestras empresas cuenta con una destacada presencia en el país norteamericano. ¿Cómo estáis afrontando las cambiantes políticas arancelarias y comerciales de Donald Trump? ¿Qué estrategias estáis desarrollando?

Jorge de Melo: Nosotros tenemos en EEUU dos plantas de envasado, una en

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.



Pl. Domenys II. C/ Enologia. 3-4
08720 Vilafranca del Penedès. Barcelona. Spain
Apdo. Correos 208 · Tel. (+34) 93 892 26 98 · magusa@magusa.es
www.magusa.es



la Costa Este y otra en la Costa Oeste, desde hace casi 20 años. Se trata de un mercado con un gran potencial -el año pasado fue el segundo mayor del mundo- en el que la volatilidad ha creado incertidumbre. Creo que la primera consecuencia que va a tener es un efecto de inflación, de subida de precios, y después sólo cabe esperar y ver qué pasa. Hay que tener capacidad de aprovisionamiento, ver qué orígenes son competitivos y, muy importante, hablar con los clientes. Por último, también es importante que desde Europa y España se actúe y se ofrezca una respuesta muy contundente para evitar que seamos penalizados.

José Luis de Prado: Sin duda, EEUU es el mercado. Es el segundo mayor consumidor del mundo con casi 390.000 toneladas -que podrían ser 450.000 t. a finales de 2026, algo increíble- y un mercado donde aún se puede ganar dinero, que no es tan competitivo como España. Nuestra apuesta allí es clara e infinita con Dcoop y *Pompeian*, que posee una cuota de mercado de más del 20%. Desde mi punto de vista, en el tema de los aranceles lo importante es que España no se quede en una situación de desventaja competitiva respecto al resto de países; ése es el único escenario que podría ser problemático, porque el consumo, con los aranceles actuales, va como un tiro. Los aranceles se imponen en teoría para proteger la producción local, y en EEUU se producen 15.000 t., un 3,5%, y eso no es un problema.

Gonzalo Guillén: Si el arancel es global, el mismo en todos los países, el efecto sólo será inflacionario para la producción local. El problema surgiría si existe diversidad de aranceles dependiendo del país de origen, lo que crearía mucha tensión y modificaría radicalmente el movimiento de los flujos de aceite a EEUU. Y coincido con José Luis en que el consumo va a seguir tirando, porque en cualquier caso, como venimos de costes muy altos, los precios van a bajar. En Acesur también hemos realizado alguna inversión importante en EEUU, donde envasamos desde hace aproximadamente cinco años, lo que nos permite estar preparados para trabajar con



diversidad de orígenes, aunque España sea nuestra principal fuente de suministro. En la situación de precios en origen tan elevados que hemos sufrido, el consumo en EEUU no se ha resentido, por lo tanto hay que ser optimistas. Empieza a ser un mercado un poco maduro y, aunque no sé si tiene capacidad de duplicarse, sí es un mercado con un potencial interesante.

Antonio Gallego: En EEUU el consumo no bajó cuando los precios en origen alcanzaron los 8 ó 9 euros. Por tanto, ahora que han bajado a la mitad, aunque pongan un arancel del 10, 20 o incluso del 30%, el consumidor norteamericano va a seguir consumiendo; creo que el consumo de aceite de oliva en EEUU no se verá afectado. El único problema sería que a la UE le impusieran un arancel del 30% y a Turquía ninguno, porque entonces EEUU compraría en Turquía.

Antonio Luque: Dcoop posee el 50% de una compañía que el año pasado vendió 800 millones de dólares en EEUU, por lo que estamos preparados por si hubiera que tomar alguna decisión un poco más drástica como consecuencia de los aranceles. Más que las decisiones de Trump, me preocupan mucho más las decisiones de la UE y del Gobierno de España. La UE se debe mantener unida y no puede haber un sector que pague el pato de otro. Por tanto, lo que más me preocupa de

esta situación es que haya una buena negociación por parte de la UE y del Gobierno de España.

Cristóbal Valdés: La conclusión que extraigo es que, tanto en el mercado norteamericano como en el resto de mercados exteriores, que son tan importantes para el sector, existen muchas más oportunidades para todos trabajando la acción comercial, la calidad y la comunicación del valor diferencial del aceite de oliva, y esto debe ser una prioridad. El mercado de EEUU tiene aún mucho recorrido, pues el aceite de oliva tan sólo tiene una penetración del 60%. Con independencia del arancel, creo que quienes operamos allí debemos seguir apostando por este mercado, y es fundamental que no se produzca nunca ninguna merma en el prestigio del aceite de oliva español; de ahí la importancia de contar con un sector unido, de apostar por la calidad y la trazabilidad para que el consumidor norteamericano descubra la grasa vegetal más natural y saludable del mundo, porque eso beneficiará a todo el sector. En el caso de Deoleo, EEUU representa el 30% de las ventas totales del Grupo, tenemos marcas como *Bertolli* y *Caparelli* muy presentes allí, y lo que hemos hecho es prepararnos, reforzar la comunicación con nuestros clientes y nuestras acciones de promoción porque, pase lo que pase, para nosotros va a ser un mercado prioritario en el futuro.

REIS

PACKAGING EUROPE



COLECCIÓN ACEITE - OIL COLLECTION

Reis Packaging Europe se complace en presentar su nueva colección de botellas premium para aceite, disponibles en diferentes formas y diseños para destacar la personalidad y el carácter único de su marca.

Nuestra colección está presente en numerosos mercados internacionales y colaboramos con importantes distribuidores locales.

Reis Packaging Europe is pleased to introduce its new collection of premium olive oil bottles, available in a variety of shapes and designs to enhance your brand's personality and distinctiveness.

Our collection is distributed across several international markets through trusted local partners.

Italia/Italy

Reis Packaging Italy Srl

Domestic Market - Mr. Daniele Porcù
International Market - Mr. Nicolas Del Bon
info@reispackaging.com
T. +39 02 80790124

Toscana/Tuscany

Lucca Vetro Srl

Mr. Tiziano Bonelli
info@luccavetro.it
T. +39 329 5923003



www.reispackaging.com

España/Spain

Envases y Botellas Ayrtaç

Mrs. Claudia Navascuez Marqueta
claudia@ayrtac.com
T. +34 686 52 88 45

Turquía/Turkey

Platin Ambalaj ve Tasarım A.Ş.

Mr. Ufuk Ozkan
uozkan@platinambalaj.com
T. +90 545 359 0898

USA California

International Packaging Supply INC. "IPS"

Mrs. Neha Patel
sales@ipspkg.com
T. +1 (510) 676-8196



Antonio Gallego

“En general, el consumo marcha estupendamente. Cuando el año pasado cayó en aquel escenario de precios altos, pensaba que iba a tardar en recuperarse y me equivoqué; es sorprendente cómo se recuperó en un mes. Pero no acabo de ver cómo podemos conseguir que se consuma mucho más; quizás nos empeñamos en el consumo del aceite de oliva en crudo y el reto es tratar de lograr que sea utilizado como ingrediente en otros productos”



Gonzalo Guillén

“Tenemos la suerte de pertenecer a un sector en el que todo lo que se produce se vende. No se vende más porque no hay. El precio justo es aquel que deja conformes a todos los eslabones de la cadena, y eso hoy en día es muy complicado. Al final la climatología es la que manda y, si no somos capaces que poner medios para amortiguar el impacto de los cambios climáticos, va a ser muy complicado; cuanto más resiliente y estable sea la producción, mucha menos volatilidad tendremos”

Hablemos de consumo. ¿Cómo se están comportando el resto de mercados internacionales y en qué países percibís mayores oportunidades de negocio?

Cristóbal Valdés: En este momento existen otros mercados internacionales que están reaccionando muy bien y van a seguir creciendo: norte de Europa (Francia, Alemania, Escandinavia), Asia (China, India), Oceanía, Latinoamérica... Son mercados que cuando descubren el aceite de oliva están dispuestos a pagar por su valor, con una clase media que quiere disfrutar del estilo de vida mediterráneo. Creo que las perspectivas de crecimiento son positivas y que tenemos mucho más que ganar todos juntos acudiendo a esos mercados y haciendo que el aceite de oliva español sea indiscutible en términos de calidad y trazabilidad, y teniendo en cuenta que, si extendemos el mercado, la promoción del producto en estas geo-

grafías puede ser la más positiva para la cadena de valor en su conjunto.

Antonio Luque: Los consumidores nos han dado una lección espectacular de confianza en el producto y en el sector. Hay muchos mercados donde se puede producir un importante incremento del consumo. Al margen de EEUU, que estoy convencido de que se va a convertir en el primer consumidor de aceite de oliva del mundo, por delante de España y de Italia, me preocupa mucho el tema de Mercosur, que es un ámbito geográfico donde se podría registrar un crecimiento importante de las plantaciones de olivar. Hay muchas posibilidades, tratemos esos mercados para intentar ganar dinero todos.

Antonio Gallego: En general, el consumo marcha estupendamente. Cuando el año pasado cayó en aquel escenario de precios altos, pensaba que iba a tardar en recuperarse y me equivoqué; es sorprendente cómo se recuperó en un mes. Pero no acabo de ver cómo podemos conseguir que se consuma mucho más; quizás nos empeñamos en el consumo del aceite de oliva en crudo y el reto es tratar de lograr que sea utilizado como ingrediente en otros productos.

Gonzalo Guillén: Tenemos la suerte de pertenecer a un sector en el que todo lo que se produce se vende. No se vende más porque no hay. El consumo mundial ha descendido aproximadamente un 25% en esta última campaña y media porque había un 25% menos de disponibilidad, y ese porcentaje se ha recuperado de forma rapidísima. Por tanto, ese 25% es el que claramente es más sensible al precio. Si vamos a los mercados, hay distintos niveles. En primer lugar está el mercado mediterráneo, que es hipermaduro, esto es, en bajada continua de consumo per cápita. Luego hay mercados que empiezan a arrojar ciertos síntomas de madurez, como EEUU o Norte de Europa. Y existen países con mucho potencial -México, Brasil, Corea del Sur, Taiwán...- donde el nivel adquisitivo de la población está aumentando y cada vez hay más clase media. Tenemos la suerte de que el aceite de oliva es la mejor grasa vegetal que existe, como

demuestran numerosos estudios, todo el mundo prefiere el aceite de oliva por salud, es una grasa aspiracional. Por último, el resto de la parte asiática tiene mucho potencial, así como el África subsahariana, que más pronto que tarde empezará a tirar del consumo.

José Luis de Prado: Diferenciaría mucho los países que son muy sensibles al precio y los que no lo son. EEUU, por ejemplo, no es sensible al precio; Europa sí lo es. Existen grandísimas oportunidades en mercados nuevos como Australia, México, Corea... Me gustaría lanzar un mensaje muy positivo en cuanto al consumo; lo que tenemos que hacer es aprender a gestionar los precios en esos entornos, porque hasta 4,5 euros el consumo no bajó nada, para que todos los eslabones ganen dinero.

Jorge de Melo: Creo que los datos son positivos, distinguiendo entre mercados



Pasemos ahora a preguntas más personalizadas y adaptadas al perfil de vuestras compañías. Cristóbal, Deoleo ha certificado más de 330.000 hectáreas bajo su Protocolo de Sostenibilidad y ha conseguido reducir un 30% sus emisiones. ¿En qué consiste exactamente este Protocolo de Sostenibilidad y qué actuaciones estáis llevando a cabo?

Cristóbal Valdés: Se trata de ver cómo somos capaces de trabajar con los agricultores para fomentar prácticas de sostenibilidad que a su vez nos permitan comercializar el producto con ese valor y retribuir correctamente a toda la cadena. Con ello lo que conseguimos es que los agricultores se acerquen cada vez más a este modelo que permite adoptar en los entornos más desfavorables procesos más eficientes. Deoleo tiene una vocación de generación de valor para el sector -que yo vivo como un reto en mi actual función- que debe implicar aumentar el número de agricultores aso-

maduros, con incrementos de recuperación de consumo muy fuertes en España y Portugal; y otros mercados fuera de Europa, como Brasil, con un proceso más lento porque la cadena logística es más larga y ahora es cuando empiezan a tener

precios más competitivos. En cuanto a lo que ha dicho Gonzalo, creo que aprovechamos poco las características y beneficios saludables del producto, debemos promover este aspecto porque es un gran activo para los nuevos mercados.

VITROVAL

Envases de vidrio que elevan tu producto.
Diseño, calidad y sostenibilidad para destacar en el mercado.





José Luis de Prado

“Sin duda, EEUU es el mercado. Un país donde aún se puede ganar dinero, que no es tan competitivo como España. En el tema de los aranceles lo importante es que España no se quede en una situación de desventaja competitiva respecto al resto de países; ése es el único escenario que podría ser problemático, porque el consumo, con los aranceles actuales, va como un tiro”



Jorge de Melo

“La volatilidad es lo más difícil de gestionar para una empresa. Para que haya consumo son necesarios dos factores: la estabilidad de precio y el trabajo de promoción, y en este punto pienso que el sector debería estar más unido. Creo que aprovechamos poco las características y beneficios saludables del producto, debemos promover este aspecto porque es un gran activo para los nuevos mercados”

ciados y hectáreas cultivadas de esta forma, y conseguir así que el conjunto de la cadena de valor vaya siguiendo este camino de sostenibilidad que para nosotros es un elemento fundamental para el soporte del valor de nuestras marcas: el 31% del virgen extra que comercializamos hoy día en todo el mundo proviene de estas prácticas y procesos sostenibles, y queremos llegar al 70% en 2030. Y, mucho más allá, pensamos que somos un actor relevante en el mundo del aceite y pretendemos que nuestra mayor aportación sea este protocolo, animando a todos a trabajar de una manera parecida e impulsar colectivamente como sector estas prácticas, prestigiar cada vez más nuestro aceite y hacer que eso facilite su comercialización en todo el mundo.

Antonio, sabes que no puedo resistirme a formularle esta pregunta. Participaste a finales del pasado año en un encuentro con medios de comunicación en el que abordaste los principales temas de actualidad del sector,

aprovechando la ocasión para denunciar que “existe un fraude importante en el sector y nadie está haciendo nada”. Estas declaraciones causaron un gran revuelo. ¿Ha cambiado algo en estos meses? ¿Sigues pensando lo mismo?

Antonio Luque: Por supuesto, sigo pensando lo mismo. En aquel momento el lampante estaba a más de 7 euros y el refinado a 6, algo que nunca he entendido. Hoy la situación ha mejorado, porque el lampante está a 2,90 y el refinado a 2,80 euros, existe menos diferencia. ¿Ha hecho alguien algo? La Administración -el Ministerio de Agricultura y las CCAA- no, pero tampoco me sorprende mucho porque, aunque lo denunciemos públicamente hace sólo seis meses, yo llevaba haciéndolo 40 años. Confío en que se haga algo de verdad en los próximos meses, antes de 40 años, porque ya no estoy para esperar tanto tiempo. Sí es cierto que hay cosas que se están moviendo en el sector para mejorar su imagen, trabajar en algún sistema de autocontrol, qué podemos promover dentro de la Interprofesional... y eso me anima mucho. Tenemos que vender en el futuro muchos millones de litros de aceite, el aceite español debe ser el de más calidad y mejor imagen del mundo. Si lo hacemos bien, lo podemos conseguir, y esto es prioritario. En definitiva, confío mucho más en el sector que en las administraciones.

Grupo Migasa ha experimentado un grandísimo crecimiento dentro del sector diversificando su cartera de productos y realizando diferentes adquisiciones. ¿Qué han aportado estas acciones a la compañía?

Antonio Gallego: Nosotros empezamos siendo un grupo aceitero enfocado principalmente en aceite de girasol y aceite de oliva. ¿Qué ocurre? Que los márgenes se han ido estrechando, los mercados son cada vez más competitivos, y la única forma de tratar de mantenerte es integrándote verticalmente. Lo que buscamos con las adquisiciones es estabilidad en el futuro, es decir, no depender de un solo producto, de una única situación de mercado. Intentar que los factores que rodean las incertidumbres derivadas de ser un monoproducto no te afecten.

Acesur inauguró en octubre de 2023 unas nuevas instalaciones productivas en el municipio jiennense de Jabalquinto, una almazara de diseño que también acoge un innovador centro de oleoturismo, todo un hito para el Grupo. Hasta ahora el sector del vino ha sido pionero en brindar este tipo de recursos y ofertas turísticas. ¿Cómo se puede aprovechar el potencial del aceite de oliva desde la perspectiva turística?

Gonzalo Guillén: La innovadora almazara de diseño de Jabalquinto, que es una maravilla, forma parte de la estrategia o plan de integración vertical que tenemos en el Grupo desde hace varios años con el que construimos marca y compañía. Nuestro objetivo claro es cubrir el 25% de nuestras necesidades con el aceite de oliva producido en nuestras propias almazaras, y ya estamos en esos niveles, con alrededor de 40.000 t. que nos otorgan una garantía extra de calidad, trazabilidad y transparencia.

¿Por qué no convertir a Jaén, el epicentro mundial de la producción de aceite de oliva, y a parte de Córdoba y Granada, en La Rioja de los aceites, creando un polo de atracción turística muy importante en torno al aceite de oliva? Creo que nosotros debemos ser el tractor que impulse a otras compañías a hacer cosas parecidas y así ser capaces de construir algo bueno para nuestra región.

De Prado es, sin duda, uno de los grandes actores a nivel internacional si hablamos de olivar superintensivo y en seto. ¿Cuáles consideras que son las claves para impulsar la modernización del sector y garantizar la rentabilidad futura de las explotaciones?

José Luis de Prado: Es un trabajo de 360° por la parte agrícola, industrial y comercial. La parte agrícola está clara: el cultivo superintensivo permite producir a 1,5 euros, mientras el tradicional de secano lo hace por encima de 4 euros; es decir, hablamos de un coste de producción en el que puedes ahorrar más de 2 euros. La reconversión es obligada excepto en aquellos casos en que no es posible, que es donde tiene hueco el cultivo ecológico, la diferenciación por IGP o DOPs... El 100% de las plantaciones en otros países son en superintensivo. En almazara, si comparas el coste de producción de una de 100 millones de kilos con otra de 12, como ocurre en nuestro caso, hay una diferencia de 15-20 céntimos. Y a nivel comercial, desde mi punto de vista hay que apostar por proyectos grandes; el pequeño agricultor tiene que ser eficiente en agricultura, industria y en la parte comercial, que en los proyectos pequeños es muy complicada. Por último, y apoyando a mi amigo y socio Antonio Luque, me gustaría apuntar que la lucha contra el fraude se está reconduciendo, pero el fraude existe. Todos debemos contribuir a su erradicación, porque es el principal drama de nuestro negocio.

Sovena siempre ha defendido la importancia de contar con una política de agua seria, estructural y a largo plazo. Ahí está el ejemplo de Portugal y el pantano de Alqueva, que ha resultado determinante en la revolución que ha experimentado el cultivo del olivo en el país vecino. Jorge, en tu opinión ¿cómo se podría replicar el modelo portugués en España?

Jorge de Melo: En efecto, el agua es un tema estructural del que se habla muy poco. Políticamente no da votos, porque requiere una gran inversión y los resultados de esa inversión tardan muchos años. Portugal tiene el Alqueva, pero también presenta sus problemas, porque sólo el 16% de la superficie agrícola es irrigable, por lo que hay mucho trabajo por hacer. El Alqueva nos ha permitido crear 120.000 hectáreas en la primera fase y, lo más importante, el desarrollo de una serie de nuevas culturas en una zona que apenas tenía uso agrícola a pesar de la calidad de los suelos. En 10-12 años, Portugal ha pasado de 60.000 toneladas de producción a 200.000 t., con el objetivo de convertirse en el segundo mayor productor europeo de aceite de oliva. Pero el Alqueva ha tardado 30 años, no sé si hoy sería posible construir el Alqueva en Portugal por temas políticos e ideológicos; por eso también hay esperanza de que en España se pueda hacer algo parecido. 🟡

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

SpectraAlyzer 2.0 Olive

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



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.



Cómo hacer de la sostenibilidad ambiental el paradigma de la sostenibilidad económica



Jordi Mateu, CEO de Grupo Agromillora, moderó la mesa redonda.

En la segunda mesa redonda de MUNDOLIVAR 2025 se habló de sostenibilidad -ambiental, económica y social-, un concepto harto manido pero no por ello menos trascendental. Moderada por Jordi Mateu, CEO de Grupo Agromillora, contó con la presencia de Lola Gómez, del Departamento de Ingeniería Agronómica de la Universidad Politécnica de Cartagena; Tomás Jónatas, COO de Bolschare Agriculture; Gregorio Álvarez, presidente de Olivérica, la Asociación Ibérica de Olivar en Seto; Javier Martínez, director general de la División de Agricultura de Veolia España; Candi Cervera, director general de Cerestia Iberia (Grupo MatHolding); y Lorena Ruiz, responsable de Negocio Agroalimentario de Santander España.

Hoy en día, la sostenibilidad es un concepto omnipresente que constituye la columna vertebral de la mayoría de las estrategias empresariales. Y no es casualidad: la sostenibilidad -no sólo ambiental, sino también económica, social y de buen gobierno- se antoja clave para la supervivencia de las organizaciones modernas. Pero, ¿la sostenibilidad es una oportunidad o también representa un riesgo y/o amenaza?

En términos medioambientales, el cambio climático y la pérdida de biodiversidad son desafíos globales que ya no pueden ser ignorados. En este contexto, la agricultura -y en particular la olivicultura- está llamada a desempeñar un papel clave. La sostenibilidad ambiental ya no es una opción, sino una necesidad urgente. La implantación de procesos productivos respetuosos con el entorno, la gestión eficiente del agua y del suelo o la reducción de la huella de carbono son indicadores reales que influyen en la toma de decisiones empre-

sariales y que además se traducen en una cuenta de resultados más positiva. Buena gestión medioambiental equivale a mayor rentabilidad. La sostenibilidad ya no se limita a preservar el medio ambiente, sino que es sinónimo de eficiencia, innovación y rentabilidad.

Lola, ¿qué le dirías a un olivicultor o empresario agrícola para convencerle de que la sostenibilidad es algo importante para él, para su finca, su futuro y su bolsillo?

Lola Gómez: Le diría que la sostenibilidad no es una opción, sino una oportunidad. Hay que respetar el medio y el entorno, cultivar de forma rentable y eficiente, y la sostenibilidad consiste en buscar esas prácticas de manera que obtengamos los mayores beneficios. Con la adopción de prácticas sostenibles y responsables se reducen costes e insumos y se generan beneficios ambientales, generando un ecosistema en nuestra plantación.

En la actualidad, Bolschare Agriculture está manejando alrededor de 10.000 hectáreas de distintos cultivos en España y Portugal, y se está mostrando muy activa en la aplicación de prácticas de sostenibilidad. ¿Cuáles son vuestros objetivos y qué pretendéis integrando estas prácticas?

Tomás Jónatas: Además de la defensa y protección del medio ambiente, la sostenibilidad tiene igualmente una vertiente social y otra económica. El modelo que se viene implementando en Portugal, que es el caso que conozco mejor, desde hace años está generando una economía circular alrededor de los pueblos que está fijando población y profesionales especializados. En Bolschare intentamos garantizar que desde la plantación hasta la venta del producto se cumplen los criterios de sustentabilidad. Para ello incluimos la sostenibilidad en el propio modelo de negocio, realizando estudios de las fincas que adquirimos para saber qué cultivo se adapta mejor, qué variedades son más adecuadas en función de las condiciones edafoclimáticas existentes y de las necesidades de agua... todo ello con objeto de definir áreas de biodiversidad, fauna y flora para ayudar a nuestros cultivos. Procuramos trazar unas *best lines* sociales y ambientales para alcanzar nuestros objetivos y cumplir con las normativas.

Olivérica es una asociación de productores fundada hace un año que representa unas 20.000 hectáreas de olivar en seto pertenecientes a una veintena de socios. Vuestro decálogo habla de fauna, biodiversidad, economía circular, aprovechamiento de agua de lluvia, secuestro de CO₂... ¿cómo estáis llevando a la práctica estos conceptos en vuestras plantaciones?

Gregorio Álvarez: Estamos siguiendo una hoja de ruta y queremos llevar a cabo acciones concretas en todos estos ámbitos. Por ejemplo, estamos realizando junto con la UCO un estudio para



KOCAMAZ

OLIVE OIL TECHNOLOGIES

www.kocamaz.com.tr



QUIERES PRODUCIR TU
PROPIO ACEITE DE OLIVA?

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 ver el catálogo, por favor
escanee el código QR.



*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



Lola Gómez

“La sostenibilidad no es una opción ni una amenaza, sino una oportunidad. Hay que respetar el medio y el entorno, cultivar de forma rentable y eficiente, y la sostenibilidad consiste en buscar esas prácticas de manera que obtengamos los mayores beneficios”



Tomás Jónatas

“Además de la defensa y protección del medio ambiente, la sostenibilidad tiene igualmente una vertiente social y otra económica. La sostenibilidad es rentable siempre y cuando se haga desde el principio. En Bolschare intentamos garantizar que desde la plantación hasta la venta del producto se cumplen los criterios de sustentabilidad, y para ello incluimos la sostenibilidad en el propio modelo de negocio”

conocer la riqueza y biodiversidad del olivar en seto. En el caso del secuestro de CO₂, estamos generando una plataforma para trabajar de forma conjunta y poder certificarnos y comercializar esas emisiones de CO₂ en el mercado. Asimismo, también hemos llegado a un acuerdo en materia formativa con el COI y estamos compartiendo experiencias y formando a nuestros socios en temas como riego, variedades, etc. Otro proyecto consiste en digitalizar todas nuestras fincas y proponer esa experiencia a los socios. Al final, se trata de que la sostenibilidad no sólo sea medioambiental, sino económica, ya que contamos con tecnología y medios para poder aplicarla en el olivar en seto.

Javier, la sostenibilidad es un pilar fundamental dentro del proyecto y el ADN de Veolia. Considerando todas las restricciones y requerimientos que existen en la actualidad desde el punto de vista reglamentario, ¿es posible llevar a cabo prácticas sostenibles que a su vez sean también sostenibles en el tiempo?

Javier Martínez: Casi. Creo que a nivel de empresas estamos preparados técnicamente para cumplir los compromisos del Pacto Verde excepto en algunas cuestiones para las que necesitamos

más tiempo. No se trata de una cuestión de soluciones, empresas y tecnología, que las tenemos, sino de un problema de mentalidad y perfil de los productores y proyectos de olivar que nos encontramos. El cumplimiento de estas normativas es muy complicado para un productor pequeño, mientras que es más accesible para el productor de mayor volumen, que además se lo empieza a creer porque está monetizando. Los proyectos deben arrancar de forma sostenible desde el inicio para ser más rentables, porque los remiendos posteriores son más caros. Ser sostenible implica trabajar el suelo, implementar digitalización... a veces pensamos que sólo podemos monetizar la sostenibilidad vendiendo créditos, y no es así. Se monetiza ahorrando en insumos y gasto energético, etc., e incluso cuando empresas de otros sectores buscan compensar sus impactos negativos acometiendo inversiones sostenibles en agricultura. En definitiva, es necesario tener volumen para poder enfocar la sostenibilidad hacia lo que marcan las normativas.

Candi, desde vuestra posición ¿habéis observado si en los proyectos que practican la sostenibilidad existe realmente una mejora en términos de eficiencia en el uso de los distintos inputs que intervinen en una explotación?

Candi Cervera: Cerestia es una nueva marca del Grupo MatHolding que hemos lanzado para aportar todo nuestro conocimiento y experiencia al servicio de la agricultura. No sabemos cómo será la agricultura dentro de 20 ó 30 años, pero sí sabemos que será diferente a la actual. Uno de los cambios se refiere sin duda a la sostenibilidad, que no tiene que ser un PowerPoint, un mensaje bonito que guste a la gente o una acción más de marketing de las empresas, sino un Excel; tiene que ser realmente una decisión estratégica de las compañías, medible, perdurable en el tiempo y rentable. Y no nos gusta tanto hablar de ahorros de insumos, de agua o energéticos, sino de ahorros de costes y de eficiencia. Desde el punto de vista estratégico, la sostenibilidad tiene sentido para la agricultura siempre que tenga un retorno, ya sea en menores costes o en mayores producciones. Y aquí reside la clave de cómo enfocar la sostenibilidad,

en cumplir estos requisitos. La sostenibilidad tiene que ser un factor para producir con más calidad y más cantidad, pero sin desligarla de la eficiencia, porque de lo contrario la sostenibilidad va a ser una moda, y no nos lo podemos permitir.

Desde el punto de vista financiero, ¿en qué medida está afectando y condicionando el concepto de sostenibilidad el acceso a nuevos créditos para empresas agrícolas?

Lorena Ruiz: Más que condicionando el acceso al crédito, lo está orientando a inversiones cada vez más sostenibles y rentables a largo plazo. En Banco Santander hemos incorporado la sostenibilidad desde hace años de forma estructural dentro de nuestra estrategia a la hora de analizar riesgos y conceder créditos. Estamos viendo explotaciones cada vez más sostenibles, eficientes y rentables, con agricultura regenerativa, inversión en I+D... La sostenibilidad ayuda a obtener precios diferenciales y líneas de financiación verdes en condiciones preferentes.



38 AÑOS
PESANDO
JUNTOS!

CONTROLA LA ENTRADA DE ACEITUNAS
EN TU ALMAZARA CON NUESTRAS

BÁSCULAS PARA RECEPCIÓN DE ACEITUNA

PRECISIÓN | EFICIENCIA | RENTABILIDAD



**GRAN BÁSCULA PARA TOLVAS DE ACEITUNA
CONTÍNUA AUTOMÁTICA**

**BÁSCULA PUENTE
PESA CAMIONES**



**INDICADOR DE AUTOSERVICIO
MC-SELFEST**



**BÁSCULA DE ACEITE
OLIVA 3D PRO**

Aumenta la productividad y el rendimiento
de su almazara

Contáctenos

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





Javier Martínez

“El problema radica en la mentalidad y perfil de los productores y proyectos de olivar, es necesario tener volumen para poder enfocar la sostenibilidad hacia lo que marcan las normativas. La sostenibilidad no es negociable y requiere continuidad, hay que acompañarla desde el inicio hasta el final del proyecto. Ser sostenible implica trabajar el suelo, implementar digitalización... a veces pensamos que sólo podemos monetizar la sostenibilidad vendiendo créditos, y no es así”



Candi Cervera

“La sostenibilidad tiene que ser realmente una decisión estratégica de las compañías, medible, perdurable en el tiempo y rentable. Desde el punto de vista estratégico, la sostenibilidad tiene sentido para la agricultura siempre que tenga un retorno, ya sea en menores costes o en mayores producciones. La sostenibilidad tiene que ser un factor para producir con más calidad y más cantidad, pero sin desligarla de la eficiencia”

Al final, cuando una empresa invierte en sostenibilidad, en ser cada vez más eficiente, está siendo más resiliente. La sostenibilidad es una oportunidad para mejorar, para tener menores costes y mejores producciones y de mayor calidad.

Lola, una vez que el agricultor o productor decide orientar su explotación hacia la sostenibilidad, ¿cómo puede medirla, certificarla y monetizarla, que es de lo que se trata?

Lola Gómez: Nosotros siempre aconsejamos elaborar un plan estratégico de sostenibilidad ambiental. Una vez que se decide adoptar e implantar este tipo de prácticas, tienes que disponer de un reporte para comprobar la evolución de esos indicadores ambientales. Es el caso de la huella de carbono, la más sencilla, que es un indicador muy claro basado en emisiones, pero también tenemos los análisis de ciclo de vida, la norma ISO 14067, la huella hídrica,

la huella de nitrógeno y de fósforo, etc. Continuamente están surgiendo indicadores, como los que certifican qué es o no regenerativo. Por último, están los créditos de carbono, concebidos para soportar esa transición hacia la sostenibilidad de las explotaciones y reflejar y contabilizar lo que están secuestrando. Ya se está vendiendo secuestro de carbono, de suelo, reducción de emisiones nitrogenadas y biodiversidad -la UE obliga a demostrar un incremento en biodiversidad (microfauna, mesofauna, macrofauna) para vender cualquier crédito asociado a la sostenibilidad-. Un consejo: no se debe vender todo lo que se secuestra, porque hay que compensar para ser neutros. Actualmente, se está debatiendo la normativa sobre las certificaciones y quiénes van a ser los evaluadores de esas certificaciones. Ya se conoce que el registro europeo se abrirá en 2028 y que se solicitará a todas esas certificadoras que reporten todo lo que se ha certificado hasta ese momento.

Tomás, cuando habláis con inversores para desarrollar proyectos, ¿qué nivel de criticidad posee la sostenibilidad en esas conversaciones?

Tomás Jónatas: Cada día más importante, la sostenibilidad tiene una demanda casi universal y los inversores nos trasladan su preocupación por aplicar la sostenibilidad en sus fincas de forma transversal en todos sus cultivos. En Bolschare estamos desarrollando desde el año pasado una plataforma que nos permitirá realizar cálculos de huella de carbono, huella hídrica e incluso todo lo relacionado con la gestión y comercialización futura de créditos de carbono, que va a añadir más valor, beneficios y rentabilidad para las fincas. Como dato, nuestro grupo obtuvo el pasado ejercicio un resultado neto de 2.400 toneladas de CO₂, lo cual está bien, gracias a nuestras políticas de sostenibilidad.

Gregorio, ¿qué papel pueden jugar las energías renovables en la olivicultura en términos de sostenibilidad? Y desde tu experiencia empresarial, ¿cómo se debería comunicar de forma eficiente al mercado y al consumidor final?

Gregorio Álvarez: Yo procedo del sector de las energías renovables -y sigo en él,

y creo que la sostenibilidad energética no debe verse como un coste, sino como una inversión que mejora la eficiencia y la competitividad. En nuestros proyectos estamos introduciendo energía fotovoltaica para los riegos y, en las almazaras y refinerías, estamos adoptando un modelo de cero emisiones que utiliza biomasa para generar energía térmica, además de energía fotovoltaica, eólica y almacenamiento, lo que nos permite diferenciarnos y tener unos costes fijos. En cuanto a la comunicación, hay que informar de lo que se hace, pero la eficiencia y la sostenibilidad no tienen un coste; en mi opinión es fácil comunicar las bondades de las energías renovables porque son bastante más baratas que la convencional, y más eficientes, además de ser ideales para el campo.

Javier, desde el punto de vista de la huella hídrica, ¿qué aspectos fundamentales debemos tener en cuenta a la hora de diseñar una instalación para aprovechar al máximo sus beneficios?

EL CLÁSICO QUE LO TIENE TODO

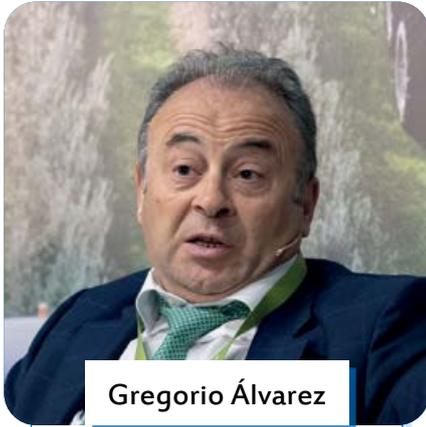
Elegancia, eficiencia y compromiso.

RAÍZ 50



280G DE ECO DISEÑO

Peso: 280g · Diámetro cuerpo: 67,8mm · Altura: 230mm
Color: AV y CA · Norma de boca: Rosca 31,5 STD V



Gregorio Álvarez

“La sostenibilidad es sinónimo de máxima eficiencia y no sólo debe ser medioambiental, sino económica, ya que contamos con tecnología y medios para poderla aplicar en el olivar en seto. La sostenibilidad energética no debe verse como un coste, sino como una inversión que mejora la eficiencia y la competitividad”

Javier Martínez: Vuelvo a lo que decía antes, en el tema de la huella hídrica hay que empezar a trabajar en el inicio del proyecto, pensar de manera sostenible para que el diseño de la instalación de riego nos permita no sólo ahorrar agua, ser más precisos y eficientes y, por tanto, tener una huella hídrica inferior, sino también ahorrar costes en insumos, sobre todo en fertirrigación. Para ello necesitamos disponer del equipamiento necesario, que en la mayoría de los casos se reduce a digitalizar para controlar caudales, presiones y humedad en suelo. El agua también va asociada al suelo, que hay que trabajarlo para que tenga mayor capacidad de retención del agua. Y, por último, hay que pensar en el clima a la hora de diseñar las plantaciones. La sostenibilidad requiere continuidad, es algo vivo que hay que seguir midiendo partiendo de donde estés. Además, los proyectos son mucho más valiosos cuanto más sostenibles son.

Evidentemente, la tecnología juega un rol importante en todo esto. Candi, en una de vuestras empresas, VEGGA, estáis desarrollando una plataforma digital para capturar datos. ¿Qué papel puede desempeñar esta nueva tecnolo-

gía en la medición y valoración del impacto sostenible en cada explotación?

Candi Cervera: Si queremos ser realmente sostenibles hay que medir esa sostenibilidad, y para ello necesitamos la tecnología. Hace 10 años nos faltaban datos, la digitalización de la agricultura prácticamente consistía en un programador de riego y poco más. Hoy ocurre todo lo contrario, tenemos muchos datos. Un ejemplo: en España a finales de 2024 existían 202 *start-ups* agrícolas con una vida media de tres años. Es decir, tenemos un ecosistema muy potente pero que dura poco. Uno de los pilares de VEGGA y de Cerestia es realizar ese trabajo de cribaje, analizar cuáles de estas tecnologías tienen sentido, y apoyarlas, incorporarlas y ofrecerlas a largo plazo. Porque, ahora que hay una conciencia clara sobre la digitalización, no tendría sentido que los agricultores comiencen a invertir en determinadas tecnologías que dentro de dos años no van a existir. La tecnología, los datos, es una condición necesaria pero no suficiente. Lo que le aporta al agricultor es saber qué decisión tomar con estos datos para ser más eficiente, rentable y productivo; y ése es el siguiente paso que tenemos que dar para ser realmente sostenibles.

Lorena, ¿qué tipo de apoyo presta Banco Santander al agricultor para que pueda cumplir los objetivos de sostenibilidad pactados con la entidad?

Lorena Ruiz: Como decía antes, en Banco Santander llevamos muchos años trabajando en materia de sostenibilidad. Tenemos una plataforma muy consolidada en la que, cuando concedemos financiación con unos KPIs o condicionantes de sostenibilidad, tenemos que medirlos, y de eso se encarga un equipo que no sólo mide la sostenibilidad desde el punto de vista medioambiental, social o de gobernanza, sino también documental y de acompañamiento por parte de terceras empresas mediante diferentes certificaciones que son validadas. También realizamos mucho trabajo de formación, acompañando a los clientes, algunos de los cuales ni siquiera tienen una memoria de sostenibilidad, por ejemplo, que hoy día es vital. Se trata de que todos cumplamos, nosotros ante el regulador y nuestros clientes ante la sociedad y ante el consumidor final, que cada vez es más exigente a la



Lorena Ruiz

“En Banco Santander hemos incorporado la sostenibilidad desde hace años dentro de nuestra estrategia a la hora de analizar riesgos y conceder créditos. La sostenibilidad ayuda a obtener precios diferenciales y líneas de financiación verdes en condiciones preferentes; es una oportunidad para mejorar, para generar mayor rentabilidad y competitividad, tener menores costes y mejores producciones y de mayor calidad”

hora de elegir un producto u otro en el lineal. Nuestro objetivo es que esta transición sea lo más sencilla y ágil posible para los clientes y, sobre todo, que se genere mayor rentabilidad y competitividad, que el sector la contemple como una oportunidad para diferenciarse, y eso pasa por sostenibilidad, digitalización e innovación.

Para finalizar, y en una frase, ¿cuál consideráis que es el mensaje más importante a tener en cuenta si hablamos de sostenibilidad?

Lola Gómez: La sostenibilidad es una oportunidad, no una amenaza.

Tomás Jónatas: La sostenibilidad es rentable siempre y cuando se haga desde el principio.

Gregorio Álvarez: La sostenibilidad es sinónimo de máxima eficiencia.

Javier Martínez: La sostenibilidad no es negociable, y hay que acompañarla desde el inicio hasta el final del proyecto.

Candi Cervera: La sostenibilidad forma parte de la estrategia.

Lorena Ruiz: Oportunidad, competitividad y mayor rentabilidad. 🍃



OLIVE OIL SOMMELIER SCHOOL in JAPAN

• Since 2005 •



Over 2,500 association members

The largest professional olive oil association and an organizer of **OLIVE JAPAN INTERNATIONAL OLIVE COMPETITION**



The Olive Oil Sommelier Association of Japan

“Buy 4 & Get 1 Free” offer

Those who registers 5 olive oil or 5 table olives products can only pay for 4 entries.



OliveJapan®

INTERNATIONAL OLIVE COMPETITION

2026



“EARLY BIRD” special discount REGISTRATION had been already started.

The discount offer is valid by November 30th, 2025 !

<https://olivejapan.com/en/competition/entry-euro>

OLIVE OIL & TABLE OLIVE Contest



Nuevas variedades: la mejora genética al servicio de la cuenta de resultados



Manuel López, director de AGR España, moderó la mesa redonda.

En Córdoba, donde nació el primer programa de mejora genética de España gracias a la iniciativa de la UCO y el IFAPA, la tercera mesa redonda de MUNDOLIVAR 2025 puso el foco en las "Nuevas variedades: la mejora genética al servicio de la cuenta de resultados". Moderada por Manuel López, director de AGR España, en ella intervinieron Juan Carlos Cañasveras, director de I+D y Desarrollo de Negocios en Balam Agriculture; Pedro Valverde, investigador del Departamento de Agronomía de la UCO; Antonio Sánchez, CEO de Agrosan; Francisco Coca, director de Proyectos Hidráulicos y Desarrollo Rural de Todolivo; y Salvatore Camposeo, profesor de Arboricultura y Cultivos Arbóreos de la Universidad de Bari.

El cambio climático ya no es una amenaza futura, sino una realidad palpable que está transformando la agricultura tal y como la conocíamos. La escasez hídrica, el aumento de temperaturas y la presión de enfermedades emergentes exigen respuestas ágiles y eficaces. En este escenario, la mejora genética no es solo una herramienta de adaptación, sino también una poderosa palanca de rentabilidad y diferenciación.

Hoy, los programas de obtención de nuevas variedades no sólo están enfocados en la resistencia y adaptación, sino también en aspectos decisivos como la eficiencia productiva, la calidad del AOVE, el comportamiento agronómico para nuevos modelos de cultivo o la reducción de costes. Nuevas variedades

significan nuevas oportunidades de negocio y una olivicultura más resiliente y rentable. Bienvenidos a una mesa en la que la genética se convierte en estrategia y el ADN en herramienta para construir la cuenta de resultados del futuro.

Juan Carlos, ¿qué otras variedades al margen de la arbequina y la arbosana van a ser protagonistas en los próximos años en el olivar en seto?

Juan Carlos Cañasveras: Lo que nos están demandando los agricultores y empresas que acuden a nosotros es el vigor. Una vez resuelto el problema de la mano de obra en la recolección, la siguiente tarea pendiente para abaratar los costes es la poda. La alternativa que ofrece Balam a los agricultores agobiados por la falta

de mano de obra es jugar con las nuevas variedades haciendo una combinación de podas mecanizadas y podas manuales. El agricultor proveniente del olivar tradicional es más reticente a estas nuevas variedades y entra con la arbequina, pero una vez la prueba tiene claro que debe apostar por otra variedad.

Pedro, como miembro del grupo de investigación Recursos Genéticos y Mejora del Olivo, ¿cómo se puede armonizar la labor de la empresa privada y la empresa pública en aras de lograr mejores variedades?

Pedro Valverde: Me gustaría destacar la importancia de la colaboración entre entidades públicas y privadas en este tipo de proyectos. Las primeras, por ejemplo las universidades, pueden aportar tanto el conocimiento, con grandes equipos de investigación, como las instalaciones; mientras que las segundas saben que se trata de proyectos a medio plazo en los que se obtienen resultados a partir de los 10 años, pero todas ellas están satisfechas, como demuestra el hecho de que ninguna se haya caído de un proyecto de mejora. La empresa privada aporta la capacidad y el músculo económico que garantiza que el proyecto se pueda desarrollar de forma más rápida, así como la experiencia y herramientas necesarias para llevarlo a cabo.

Antonio, ¿cómo está aceptando el agricultor más tradicional la irrupción de las nuevas variedades?

Antonio Sánchez: La demanda real de nuevas variedades es una realidad mucho más elevada de lo que el sector piensa, pero todavía no se refleja en su totalidad debido a la limitación de capacidad productiva de ese nuevo material vegetal. Y esa demanda obedece a que el olivicultor tradicional está poniendo el foco en estas nuevas variedades más allá de la arbequina o la arbosana.

Industrial
Machinery
Solutions

servicio postventa

Nuestro compromiso

En Treico, el servicio postventa es una parte integral de nuestro compromiso de calidad. Disponemos de un equipo técnico altamente especializado que realiza servicios de instalación, mantenimiento preventivo y correctivo, y asistencia técnica continua, garantizando el correcto funcionamiento y la seguridad operativa de nuestros equipos.

treico[®]



www.treico.com

REPUESTOS

En horario laboral:

Horario Invierno
L-V: 08:00 - 18:00

Horario Verano
L-V: 07:00 - 14:30

(+34) 655 876 939

repuestos@treico.com

AVERÍAS

En horario laboral:

Horario Invierno
L-V: 08:00 - 18:00

Horario Verano
L-V: 07:00 - 14:30

(+34) 957 600 150

Fuera del horario laboral:

((+34) 684 730 977



Francisco, hablemos del recorrido de una nueva variedad que ha obtenido un gran éxito, la I-15^P de Todolivo, procedente de su Programa de Mejora Genética. ¿Cuándo comenzaron los cruzamientos y ensayos? ¿Cuáles han sido los tiempos, localizaciones y superficie ensayada?

Francisco Coca: Todolivo inició su Programa de Mejora Genética en 2007, cuando nos planteamos la necesidad de obtener nuevas variedades de una manera más o menos rápida. La primera fase de este programa vivo se hizo en 2008 y el objetivo que nos marcamos fue obtener variedades más rentables que las tradicionales, con mayor producción y contenido graso, más precoces en cuanto a su maduración y con una tolerancia a las principales enfermedades del olivar -*Verticillium*, tuberculosis y repilo-. En 2008 teníamos 3.000 genotipos que entraron en el invernadero, y de allí salieron 1.345 que llegaron a campo en 2010. La primera evaluación se hizo en la finca “El Rayo” y en 2015 realizamos la primera selección, de la que se obtuvieron 38 variedades que fueron clonadas y llevadas a campo en Córdoba de forma masiva. Al mismo tiempo, los ensayos se llevaron a cabo en otras localizaciones en España, Portugal y Francia, en fincas de algunos de nuestros clientes. Esa segunda evaluación, a la que llevamos las 38 nuevas variedades junto con otras 19 tradicionales para compararlas, se realizó en la finca “La Mata”, en riego y con marcos de plantación de 5 y 6 metros. Posteriormente, en 2018, los ensayos se extendieron a otras dos fincas más, “El Calderito Alto” -en secano- y “Las Hazuelas” -en riego-, donde comparamos las 38 variedades de la primera fase más 32 procedentes de la segunda, además de 31 variedades tradicionales para compararlas. De ellas resultaron seleccionadas 15 variedades provenientes de las dos fases que se están comercializando desde 2021, entre ellas la I-15^P, nuestra variedad estrella. Por ello, cualquiera de nuestras variedades tiene detrás un respaldo de al menos 14 años antes de su comercialización y puesta en el mercado. Nuestras variedades no sólo es-



tán presentes en Córdoba y en el resto de provincias andaluzas, sino en el resto de España -Navarra, Cataluña-, Portugal, sur de Francia, Italia, EEUU, Israel, Australia...

Salvatore, en España nos fijamos mucho en lo que ocurre en Italia. Me gustaría que nos hablaras de la situación actual del olivar moderno y de la olivicultura superintensiva en un país como Italia donde también se encontró con dificultades en sus inicios.

Salvatore Camposeo: En Italia la olivicultura de alta densidad comenzó hace aproximadamente 20 años y la respuesta al olivar superintensivo está siendo muy positiva. Hoy día, cuenta con alrededor de 7.000 hectáreas cultivadas y se está trabajando para aumentar el número de plantaciones en casi 1.000 hectáreas por año, exclusivamente de las variedades creadas por la Universidad de Bari, que ha creado una *spin-off* dedicada a estas nuevas variedades que se encargará de su gestión y manejo en campo con un enfoque de 360°, con 200 hectáreas ya solicitadas.

Juan Carlos, ¿cuáles son las principales virtudes y en qué mejora a las existentes la variedad sultana creada por Balam Agriculture y la UCO, que

tanto revuelo ha causado en el sector debido a su comportamiento?

Juan Carlos Cañasveras: A nivel de poda, sultana es la variedad con menos vigor -esto es, menos coste de poda- que existe ahora mismo en el mercado. Se trata de una variedad temprana y de lenta maduración que, por sus características, se adapta perfectamente a la poda mecanizada al 25%, y menos de eso es imposible. Al margen de su productividad, su principal fortaleza es el rendimiento, con 2-3 puntos por encima de una arbequina. También destaca por la calidad de su aceite, diferente y muy parecido al de coratina; y, por último, tal y como ha salido recientemente publicado gracias a un estudio de la UCO, es la variedad más resistente al repilo de entre todas las que hay en el mercado.

Está claro que todos queremos más kilos de aceite por hectárea. Pedro, como mejoradores genéticos, y al margen de ello, ¿dónde ponéis el foco?

Pedro Valverde: Nuestro objetivo es el mismo que persiga el sector, que es quien va a explotar esa variedad. Además de la rentabilidad y de cumplir unos requisitos de productividad, en los últimos años se está trabajando mucho en aspectos como la calidad del aceite o la menor necesidad de riego. Al final, la sostenibilidad siempre implica rentabili-



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



Juan Carlos Cañasveras

“La alternativa que ofrece Balam a los agricultores agobiados por la falta de mano de obra es jugar con las nuevas variedades haciendo una combinación de podas mecanizadas y manuales. A nivel de poda, sultana es la variedad con menos vigor -esto es, menos coste de poda- que existe ahora mismo en el mercado”



Pedro Valverde

“Además de la rentabilidad y la productividad, en los últimos años se está trabajando mucho en aspectos como la calidad del aceite o la menor necesidad de riego. Al final, la sostenibilidad siempre implica rentabilidad; si una variedad tiene menos costes es más rentable y sostenible”



Antonio Sánchez

“La demanda real de nuevas variedades todavía no se refleja en su totalidad debido a la limitación de capacidad productiva de ese nuevo material vegetal. Para hablar de una variedad hace falta tiempo para conocerla y analizarla, un mínimo de 4 ó 5 cosechas. El principal divulgador de la variedad es el agricultor, en Agrosan nos hemos centrado en transmitir la experiencia del olivicultor”

dad; si una variedad tiene menos costes es más rentable y sostenible.

Antonio, ¿cómo trata Agrosan de persuadir al agricultor para que invierta en una nueva variedad?

Antonio Sánchez: El factor principal es el tiempo. Nosotros no somos obtentores, sino divulgadores, pero para hablar de una variedad hace falta tiempo para conocerla y analizarla, un mínimo de 4 ó 5 cosechas. Una vez disponemos de esos datos (suelo, clima, comportamiento de estrés) es cuando los divulgamos. Pero, al margen del trabajo desarrollado en universidades y centros de investigación, sin el impulso y la fuerte inversión de la empresa privada a la hora de desarrollar dichas variedades, éstas no se conocerían. En cuanto a la estrategia planteada, el principal divulgador de la variedad es el agricultor, en Agrosan nos hemos centrado en transmitir la experiencia del olivicultor.

Francisco, ¿qué os solicitan los agricultores de las nuevas variedades

más allá de la mera rentabilidad de kilos de aceite por hectárea?

Francisco Coca: Cuando llegó el superintensivo, el agricultor lo único que quería era kilos de aceite por hectárea, pero se ha dado cuenta de que no es suficiente porque eso tiene un coste, y lo que busca ahora es rentabilidad, explotar fincas que sean rentables, y eso es precisamente lo que persiguen las nuevas variedades: ser rentables, que tengan alto rendimiento y producción, y que sean tempranas, porque de lo contrario van a llegar tarde al mercado. Lo que hasta ahora se consideraba una variedad temprana de aquí a nada se considerará una variedad de maduración media. Nosotros estamos cosechando en octubre, pero es que ya tenemos variedades que se podrían recolectar en septiembre. Y el otro tema que hay que abordar es la poda -que yo defiendo que tiene que ser manual-, que supone el coste más importante; por eso hay que tener variedades de porte abierto y fáciles de podar. Al margen de estas premisas, otros aspectos importantes en las nuevas variedades son la calidad del aceite obtenido y la salud, esto es, que

ofrezcan un aceite diferenciado y que tengan un elevado porcentaje de polifenoles y, dentro de éstos, de oleocanthal. Y, por último, variedades que sean resistentes a la sequía y se adapten bien a suelos pobres.

Salvatore, ¿qué características estáis buscando en las nuevas variedades obtenidas gracias al programa de mejora genética de la Universidad de Bari?

Salvatore Camposeo: La mejora genética es fundamental. Los primeros programas se han focalizado en alguna enfermedad o problemática ya conocida, como el repilo o la tuberculosis, pero la *Xylella fastidiosa* será seguramente uno de los parámetros que introduciremos en el programa de mejora genética; si bien ya hemos desarrollado alguna nueva variedad como la lecciana que es resistente a esta enfermedad. Los nuevos programas de mejora genética prestan especial atención al cambio climático y sus consecuencias, en particular las





10%. Desde Balam apostamos por el olivar en seto de secano y por la sostenibilidad, dada la capacidad del olivar en seto para secuestrar carbono. A partir de 2028, cuando todos estemos obligados a medir la huella de carbono, nos daremos cuenta de las posibilidades que ofrece nuestro olivar con la entrada en el mercado de los créditos de carbono. Hay agricultores que están obteniendo entre 2 y 3 créditos por hectárea y eso se traduce en un beneficio extra para ellos y en una oportunidad para nosotros.

Pedro, ¿podrías explicarnos qué es la edición genética? ¿Se va a permitir trabajar con técnicas de edición genética y cuánto tiempo se puede tardar en lograr la variedad perfecta con dichas técnicas?

Pedro Valverde: Desde mi punto de vista, en los próximos 10 ó 15 años se registrará y consolidará un buen número de nuevas variedades con muy

altas temperaturas o la cantidad de luz que recibe la planta, el estrés térmico y el estrés radioactivo.

Juan Carlos, ¿cómo crees que será el olivar dentro de 10 años? ¿Cuál es la visión de Balam Agriculture?

Juan Carlos Cañasveras: Si ahora disponemos de 10 ó 12 variedades, creo que en 10 ó 15 años tendremos en nuestro catálogo 20 ó 25 nuevas variedades, y que el porcentaje de plantas de arbequina y arbosana descenderá del 60% que ronda en la actualidad al

INTERMEDIACIÓN ODORICO S.L.



Empresa de Intermediación de aceite de oliva y sus derivados, con base en España y cobertura en los países de la Cuenca Mediterránea



+34 691 298 656



PARQUE TECNOLÓGICO DE CÓRDOBA

Calle Astrónoma Cecilia Payne
Edificio ALDEBARÁN, M2.1 · 14014 Córdoba



int.odorico@gmail.com



Francisco Coca

“Cualquiera de las variedades de Todolivo tiene detrás un respaldo de al menos 14 años antes de su comercialización. La expansión de la I-15P se está produciendo a nivel global, su demanda es absoluta, y lo único que la está frenando es el aspecto burocrático”



Salvatore Camposeo

“La *Xylella fastidiosa* será uno de los parámetros que introduciremos en el programa de mejora genética, aunque ya hemos desarrollado alguna nueva variedad como la lecciana que es resistente a esta enfermedad. Los nuevos programas de mejora genética prestan especial atención al cambio climático y sus consecuencias, en particular las altas temperaturas o la cantidad de luz que recibe la planta”

buenas características, y es posible que en algún caso su evaluación se haya visto ayudada de nuevas técnicas de decisión genética o mejora asistida por marcadores. En la UE aún no está permitida la comercialización de organismos genéticamente modificados, excepto una variedad de maíz. Parece que próximamente la legislación va a permitir incluir un gen de la misma especie o inducir por mutación características de interés. Para ello es muy importante tener secuenciado el genoma del olivo -como es el caso de farga y arbequina- y asociar esas características fenotípicas a esos genes. Es de esperar que este trabajo evolucione más rápido en los próximos años, pero ello no va a significar que la mejora clásica, mediante cruzamientos, deje de realizarse.

Antonio, ¿cómo intuyes que será el abanico varietal en los próximos 10 años? ¿Y cómo tendrán que evolucionar las empresas de servicios para adaptarse a ese escenario y atender las demandas de las nuevas generaciones de agricultores?

Antonio Sánchez: Creo que hay que establecer una diferenciación a dos niveles: agrónomicamente, donde existe un desarrollo brutal y se podrá diseñar una finca a medida según sus condicionantes; e industrialmente, donde se descartarán variedades según lo demande la industria. Lo normal es un escenario donde convivan las nuevas variedades con las tradicionales. A nivel de servicios, la falta de mano de obra se está trasladando a las empresas de servicios, porque cada vez cuesta más tener personal cualificado, de modo que los próximos años se presentan complicados.

Todolivo ha tenido desde sus inicios una fuerte proyección internacional. Francisco, ¿qué aceptación ha tenido la I-15P y el resto de las nuevas variedades fuera de España?

Francisco Coca: La expansión de la I-15P se está produciendo a nivel global y lo único que la está frenando es el aspecto burocrático. La demanda de I-15P a nivel mundial es absoluta, pero hay que registrarla, pasarla a cuarentena... lo que va a retrasar su comercialización durante 1 ó 2 años. Al margen de toda la UE y EEUU, ya está a punto en México, Uruguay, Brasil, Perú, Chile, Argentina, Túnez, Marruecos o Argelia, y también está en Israel, Australia, Azerbayán, Georgia... Una vez se cumplan esos procesos burocráticos, se podrá comercializar en todos los países.

Terminamos. Salvatore, ¿cómo resumirías a día de hoy la situación real de la *Xylella fastidiosa* en Italia? En España hace tres años se hablaba mucho de ella, pero ahora parece que se ha silenciado. ¿Se siguen arrancando hectáreas en Italia por culpa de la *Xylella*?

Salvatore Camposeo: La *Xylella* no es un hecho italiano o *pugliese*, sino mediterráneo. El problema de esta enfermedad es que tanto en la Península Itálica como Mediterránea y Balcánica tenemos el vector. Y no se trata de un problema que afecta a cultivos abandonados, o bien o mal manejados, sino ligado a la resistencia del cultivo. Con la variedad lecciana hemos superado

el problema y este año y el próximo se van a cultivar en la zona infectada de Puglia un millón de plantas. El aspecto positivo de la *Xylella* es que ha servido para separar la agricultura de la jardinería, el emprendedor agrícola de la persona que considera el cultivo del olivo como un simple hobby; una división que contribuirá al futuro de una nueva olivicultura asociada a nuevas variedades como la lecciana, reconocida por la UE el pasado mes de mayo como una variedad típica de un territorio específico de Italia, lo que aumentará mucho su valor. Y, afortunadamente, la velocidad con la que se arrancaban hectáreas de olivar en Italia por culpa de la *Xylella* se ha ralentizado mucho, gracias a la aplicación de las medidas y protocolos recomendados por la UE para esta bacteria y también debido a un cambio cultural y de mentalidad de los agricultores en Puglia y en Italia. 🟩

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**®



Olivicultura en secano: donde el más con menos se eleva a la máxima potencia



Antonio Machado, responsable Zona Sur y Portugal de Grupo Agromillora; y Brígido Chambrá, CEO de Chambrá Agraria.

La primera jornada de MUNDOLIVAR 2025 concluyó con una *masterclass* a cargo del empresario Brígido Chambrá denominada "Olivicultura en secano: donde el más con menos se eleva a la máxima potencia". Moderada por Antonio Machado, responsable Zona Sur y Portugal de Grupo Agromillora, la charla -abierto, directa y técnica, pero también cercana- permitió conocer de primera mano la experiencia y visión del CEO de Chambrá Agraria, una figura muy respetada en el sector por su visión práctica, capacidad de adaptación y apuesta decidida por la innovación en el secano.

El olivar en seto en secano representa una innovación significativa en el sector olivarero, surgiendo como respuesta a la necesidad de optimizar la rentabilidad y sostenibilidad del cultivo en zonas con limitaciones hídricas. Esta evolución en el sistema productivo ha generado un creciente interés por variedades que combinen adaptabilidad a condiciones de secano con aptitud para la formación en seto.

Las 1.912.496 hectáreas de olivar de secano representan aproximadamente un 67% de la superficie olivarera de España. Las principales zonas productoras son Andalucía, Castilla-La Mancha y Extremadura, por este orden de importancia. Cada región se caracteriza por unas determinadas condiciones edafoclimáticas, con precipitaciones irregulares que oscilan entre 350-600 mm. anuales, veranos calurosos y secos, y suelos predominantemente francos y franco-arcillosos. En este entorno, la mayoría de las zonas de secano suponen desafíos específicos para el cultivo del olivo, que requieren soluciones adaptadas para obtener resultados constantes a lo largo de los años.

Como resultado de la baja productividad de los olivares tradicionales, a la que se suman las dificultades de mecanización, estos sistemas tienen su viabilidad económica muy comprometida. Los modelos de producción basados en abun-

dante mano de obra y baja productividad conducen al abandono de muchos olivares tradicionales de secano, cuya rentabilidad económica desciende año tras año.

Las ayudas concedidas gracias a la Política Agrícola Común (PAC), en concreto al olivar tradicional y ecológico, llevan sosteniendo en cierta medida la viabilidad económica de estos olivares. En la gran mayoría de los casos, el olivar de secano no es contemplado, por parte de agricultores y empresarios agrícolas, como un cultivo económicamente rentable y sostenible a largo plazo.

En un escenario marcado por la escasez de agua, los crecientes costes y la necesidad de mantener la rentabilidad del campo, el modelo tradicional de olivar en secano -con sus limitaciones de productividad y mecanización- empieza a ceder terreno ante propuestas innovadoras como el olivar en seto en secano. Este nuevo modelo agronómico -más eficiente en el uso del agua, más mecanizable y con menores costes por kilo de aceite- está permitiendo recuperar la rentabilidad en zonas donde el abandono era, hasta hace poco, una realidad inevitable. Por tanto, parece claro que el olivar en secano no está condenado a desaparecer, sino a transformarse, y que la innovación bien aplicada puede ser una tabla de salvación para muchas explotaciones.

Comencemos por contextualizar la necesidad del cambio del modelo tradicional a los nuevos modelos en seto en secano. ¿Cuál es tu opinión al respecto? ¿Qué te llevó a plantearte un cambio de modelo en las fincas de secano?

Brígido Chambrá: Comencé mi actividad como olivicultor en 1990, hace 35 años, y entonces pensábamos que la única manera de evolucionar en el olivo, de obtener una mejora cuantitativa y de rentabilidad, era a través del regadío. En 1999, y de forma absolutamente casual, me enteré de un proyecto en Portugal y nos desplazamos allí, donde empezamos a realizar inversiones importantes en olivar de regadío. En ese momento teníamos un modelo en intensivo de alrededor de 400 árboles por hectárea. Llegó entonces la que posiblemente es la mayor revolución en la historia del olivar, la del seto, con una gran demanda de tierras, y se van agotando las posibilidades de cultivar olivar de regadío.

En Andalucía padecemos además un tema estructural de carencia de agua y entonces, hace 11 años, se me ocurre hacer una plantación de secano aplicando las técnicas del olivar en seto en una finca con el marco más estrecho conocido, de 3,5 x 1,30 metros. Tras comprobar que el resultado era muy bueno, la idea era encontrar tierras más baratas donde llevar a cabo la misma revolución que había representado el seto en regadío sin la dependencia del agua. Pero nos dimos cuenta de que habíamos errado en el planteamiento o filosofía en el seto. Habíamos referenciado todas las necesidades y todo el manejo en cuanto al número de pies, pasábamos de 200-400 árboles a 1.800-2.000, y eso nos desorientó al pensar que tenía muchas más necesidades hídricas, nutricionales y fitosanitarias. Pero no era así. Comenzamos entonces a realizar reducciones drásticas de abonado y de agua, y a trabajar con los riegos deficitarios. Nos percatamos de que lo que teníamos que considerar no era el número de pies y que, por algún mecanismo que desconozco, la alta competencia entre plantas favorece la eficiencia de la volumetría de copa, pasando



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



“La revolución que supone pasar del olivar tradicional al seto es mucho mayor que la llegada del agua. Cada euro invertido en el seto en secano, teniendo en cuenta el inmovilizado del suelo, es más rentable que en regadío. Lo único que podría estabilizar la oferta de aceite en los mercados sería la transformación del olivar tradicional”



Brígido Chambrá

“Hoy por hoy, la genética no ha aportado prácticamente nada al olivar; no existe la variedad ni el modelo perfecto, todas sin excepción tienen aspectos positivos y negativos, y tenemos que adaptarnos y saberlos manejar. No hay ninguna variedad que te garantice el éxito. La variedad más importante es sin lugar a dudas el agricultor, que es quien debe tomar decisiones y no puede errar”

de 0,6-0,8 kilos de aceituna por m³ a superar los 3 kilos por m³. Por eso hemos reducido las unidades de nitrógeno de 15 a menos de 5-6 unidades, esto es, hasta en un 70-80%. E igual ocurre con los fitosanitarios. Hemos visto que un seto bien manejado tarda más en entrar en estrés hídrico que un olivo en un marco de 7 x 7 ó 7 x 5 m., aunque no lo creáis.

Entonces vimos que cada euro invertido en el seto en secano, teniendo en cuenta el inmovilizado del suelo, es más rentable que en regadío, sobre todo en el valle del Guadalquivir, donde lo del regadío es entre comillas, porque cuando vienen restricciones nos quedamos sin agua. Por tanto, nos dimos cuenta de que era una oportunidad de negocio y hace 7 u 8 años empezamos a acometer inversiones más fuertes. Actualmente, en el negocio familiar tenemos aproximadamente un millar de hectáreas de olivar en seto en secano entre nuestras fincas de Carmona, Marchena, Écija y Tierra de Barros, en Badajoz.

En Portugal el modelo de seto en secano no es una realidad, a pesar de existir las condiciones -y el fundamento científico- para ello.

Brígido Chambrá: La revolución que supone pasar del olivar tradicional al seto es mucho mayor que la llegada del agua. Son muchos componentes los que influyen, el primero la práctica eliminación de la mano de obra, salvo en la formación del seto en los 2-3 primeros años, por lo que se reducen los costes. Después está la capacidad productiva y de recuperación del árbol, que es mucho más rápida. La lluvia, la pluviometría, no es tan importante, es un aspecto más. Un factor muy importante es el suelo.

En secano tenemos que estudiar muy bien los tipos de suelo, que sean francos, frescos, que no se agrieten, además de las diferencias en el manejo. Un aspecto importante es que sean suelos ergoscópicos, y la humedad relativa. Todos estos factores pueden llegar a tener más influencia que la lluvia. También es importante adaptar el seto a la capacidad de campo, intentando jugar con el rango genético y el tamaño de la aceituna.

En cuanto a las variedades, para mí es negativo recolectar muy temprano, porque el aceite que vamos a obtener cosechando en septiembre con 35° C no nos va a servir. Y tener un periodo de lipogénesis corto es peligroso si las lluvias otoñales llegan tarde. En definitiva, en el secano hay muchos más factores que tienen importancia a la hora de diseñar una finca que en el regadío. En Andalucía hay 1.300.00 hectáreas de regadío y el 60% es olivar -mayoritariamente en Jaén-, pero apenas consume el 20% del agua. El agua más rentable que se utiliza hoy por hoy en agricultura es en el olivar. Lo único que podría estabilizar la oferta de aceite en los mercados sería la transformación del olivar tradicional.

Hablemos de costes y rentabilidad. Cuéntanos cómo te planteas una inversión en olivar en seto en secano. ¿Qué producción media estáis logrando en campañas secas y en campañas normales y cuál es el coste medio por kilo de aceite?

Brígido Chambrá: El tema de las variedades de olivo es importante, porque no nos permite rectificar. Pero le doy menos importancia al tema varietal que al estudio de la finca y a la toma de decisiones culturales relacionadas con el manejo. Nosotros tenemos

ahora 6 ó 7 variedades, algunas en extensiones pequeñas aunque nos gusta hacer ensayos grandes, pero no hay grandes diferencias, más allá de las diferencias genéticas propias de cada variedad. Realmente, hoy por hoy, la genética no ha aportado prácticamente nada al olivar; no existe la variedad ni el modelo perfecto, todas sin excepción tienen aspectos positivos y negativos, y tenemos que adaptarnos y saberlos manejar. No hay ninguna variedad que te garantice el éxito. La variedad más importante es, sin lugar a dudas, el agricultor, que es quien debe tomar decisiones y no puede errar.

Y, por otra parte, está muy bien la estrellita de los polifenoles, pero a mí no me ha llegado un céntimo al bolsillo a través de la estrellita. Me llegan a través de los rendimientos, de los kilos, y para tenerlos debemos contar con variedades que sean tolerantes a las enfermedades, no a la *Xylella* ni al *Verticillium*, sino básicamente a la antracnosis y el repilo, que son las que nos quitan kilos.

Si hablamos de números, siempre va a haber dientes de sierra. Nosotros hemos tenido 700-800 kilos de aceite por hectárea en años muy secos y este año tenemos un aforo muy por encima de 1.500 kilos de aceite por hectárea de media, con un coste unitario muy bajo que no voy ni a decir, porque los costes se caen respecto al riego. El coste de implantación es aproximadamente la mitad, un 35-40% menos que en el regadío, con marcos de plantación de entre 3,75 x 1,35 m. el más cerrado y 4 x 1,5 m. el más abierto. Somos partidarios de hacer marcos cerrados porque en años de lluvia permiten dar un salto cuantitativo importante en la capacidad productiva. 🍷

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

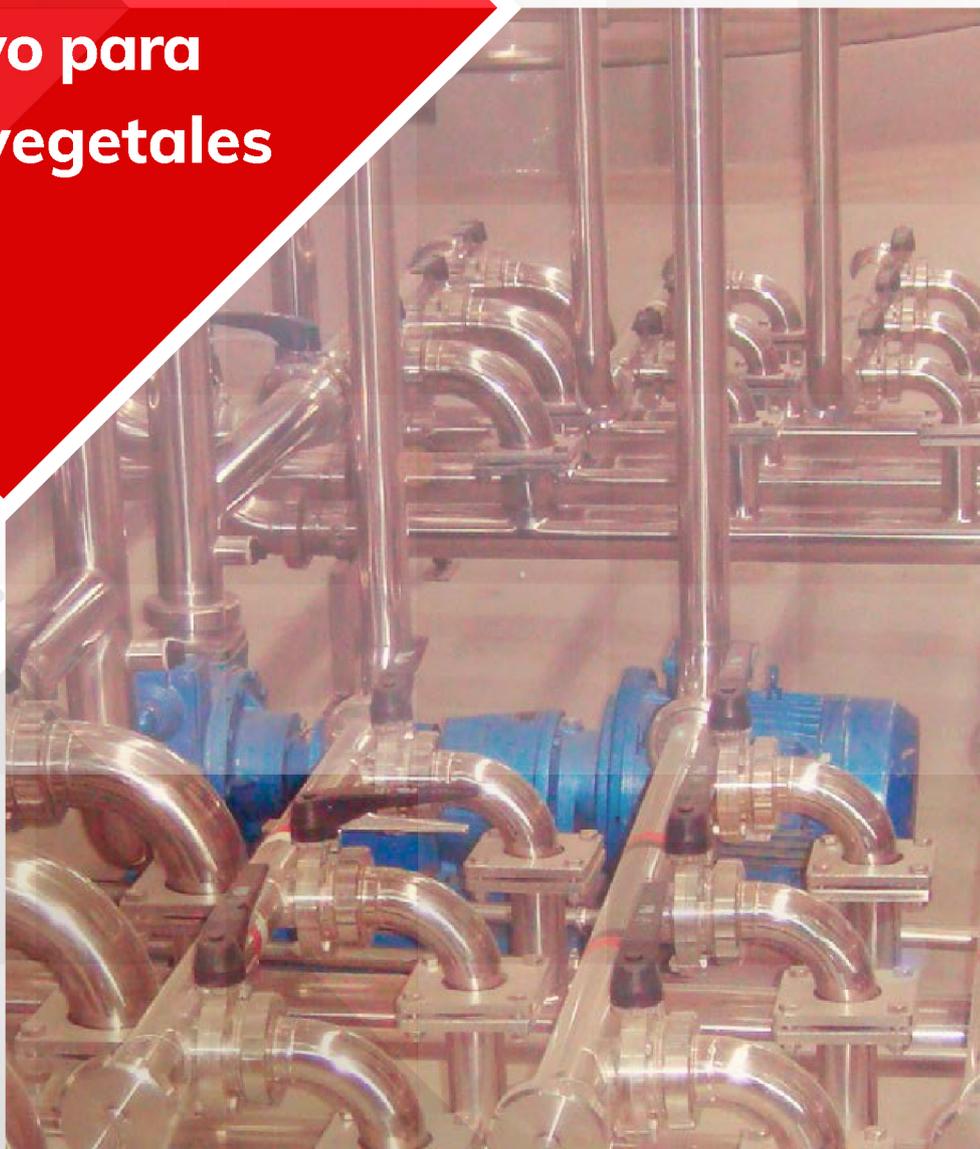


bombas

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



Las claves del futuro del sector del aceite de oliva en EEUU



La segunda jornada de MUNDOLIVAR 2025 comenzó con una interesante fotografía del panorama actual del cultivo del olivo en EEUU -sin duda un actor estratégico en la industria global del aceite de oliva- a cargo de Lizandro Magaña, vicepresidente de Agricultura de California Olive Ranch, el mayor productor del país, quien ofreció en primicia las claves del futuro del sector en el país norteamericano; además de contar con la intervención mediante videoconferencia de Joseph Profaci, director de la North American Olive Oil Association (NAOOA), la asociación norteamericana de productores y comercializadores de aceite de oliva.

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

En su introducción, Lizandro Magaña expuso los principales datos de la compañía californiana, fundada en 1998 y pionera en agricultura de alta densidad en EEUU, que cuenta en la actualidad con 50 socios agricultores y combina innovación genética, producción eficiente y transparencia al consumidor.

Entre otros, Magaña destacó que en 2008 California Olive Ranch -que lidera operaciones de más de 6.000 acres (2.428 hectáreas) en California- construyó la mayor almazara de EEUU, con capacidad para molturar 15 millones de litros, y en 2009 plantó el mayor olivar del Hemisferio Norte, con 2 millones de árboles en un solo año.

Según explicó, la demanda de aceite de oliva continúa creciendo en EEUU impulsada por sus beneficios para la salud y tendencias de consumo saludable. En este sentido, California se presenta como un Estado ideal para plantar olivos: si bien las áreas donde está cultivado presentan desafíos meteorológicos que afectan al rendimiento, la implan-

tación de nuevas variedades favorece una mayor tolerancia a las heladas y enfermedades como la tuberculosis.

También se refirió al consumo en EEUU, que importa el 95% del aceite de oliva y ofrece oportunidades de crecimiento significativas. Así, los consumidores norteamericanos consideran el AOVE "saludable, Premium y caro". En concreto, el 32% afirma que es el aceite más saludable; el 53%, uno de los aceites más saludables; y el 13% lo considera un aceite saludable, pero comparable a otros aceites.

Por ello, "nuestra empresa está educando al consumidor a través de un código QR en las botellas para ayudarle a saber qué es lo que está comprando (origen, atributos, fecha de caducidad o maridajes). Tenemos un compromiso con la transparencia y la educación, y queremos asegurarnos de informar a nuestros clientes de que lo que están consumiendo es un producto muy saludable y de la más alta calidad", subrayó.

Posteriormente, intervino por videoconferencia Joseph R. Profaci, director de la North American Olive Oil Association (NAOOA), quien aseguró que la visión del AOVE en EEUU ha cambiado, ya que "ahora es básico en los hogares, lo eligen por su sabor e incluso se regala el aceite en lugar de vino".

Según Profaci, sus beneficios saludables han contribuido a que el producto se consuma más, si bien ha apuntado que "seguimos enfrentándonos a informaciones erróneas sobre el aceite de oliva en los medios de comunicación".

Por ello, recordó que la NAOOA presentó el pasado año al Departamento de Agricultura de EEUU una solicitud para crear una Comisión de promoción del aceite de oliva. La asociación, según manifestó, pretende redoblar sus esfuerzos para concienciar a los responsables políticos acerca de la importancia del aceite de oliva como un ingrediente esencial para la salud. 🟢



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



Crisis geopolítica, las claves para afrontarla con éxito y sus repercusiones en el sector oleícola: la exportación del aceite de oliva en el punto de mira



Manuel Parras, exrector de la Universidad de Jaén (2007-2015), catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados de la UJA y expresidente de la IGP Aceite de Jaén, moderó la mesa redonda.

La quinta mesa redonda de MUNDOLIVAR 2025 abordó un asunto de gran trascendencia y rabiosa actualidad. Bajo el título *“Crisis geopolítica, las claves para afrontarla con éxito y sus repercusiones en el sector oleícola: la exportación del aceite de oliva en el punto de mira”*, y moderada por Manuel Parras, exrector de la Universidad de Jaén (2007-2015), catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados de la UJA y expresidente de la IGP Aceite de Jaén, la mesa contó con un panel de auténtico lujo: Juan Ignacio Zoido, eurodiputado y exministro del Interior del Gobierno de España (2016-2018); Carmen Crespo, presidenta de la Comisión de Pesca del Parlamento Europeo y portavoz adjunta de Agricultura del PP Europeo, y ex consejera de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía (2022-2024); Elena Busutil, directora general de Producciones y Mercados Agrarios en el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; David Prats, presidente y consejero delegado de Borges International Group; Teresa Pérez, gerente de la Organización Interprofesional del Aceite de Oliva Español; y Lizandro Magaña, vicepresidente de Operaciones Agrícolas de California Olive Ranch.

Las cuestiones de interés se centraron en torno a dos grandes asuntos. Por una parte, la incertidumbre provocada por la crisis geopolítica (Ucrania, Israel-Gaza) y la posible ampliación de la UE y su impacto en la próxima PAC. Por otra, la repercusión de los aranceles impuestos por la Administración Trump en el sector oleícola, una cuestión marcada también por la incertidumbre y agravada por los caprichosos vaivenes del presidente estadounidense.

“La incertidumbre es la mayor enemiga de los negocios, que funcionan mucho mejor a base de certezas”, comenzó señalando el moderador de la mesa, Manuel Parras, exrector de la Universidad de Jaén (2007-2015),

catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados de la UJA y expresidente de la IGP Aceite de Jaén. Parras continuó destacando que “en la actualidad, el sector oleícola vive momentos de gran incertidumbre debido a la crisis geopolítica en la que estamos inmersos, que está provocando y puede provocar en un futuro inmediato cambios muy relevantes”.

Me dirijo en primer lugar a Juan Ignacio Zoido y Carmen. ¿Cómo se está viviendo en Bruselas el conflicto y la negociación entre la UE y EEUU?

Juan Ignacio Zoido: Desde la UE queremos, por un lado, mantener una permanente flexibilidad en las negociacio-

nes con la Administración Trump; y, por otro, tener una respuesta inmediata en el supuesto de que el presidente norteamericano decida seguir adelante con la imposición del 50% generalizado de los aranceles a la UE. En el PP Europeo, el partido mayoritario tanto en la Comisión como en el Consejo, y también en el Parlamento, tenemos una gran responsabilidad: lograr que el sector agroalimentario no vuelva a padecer la presión de los aranceles como consecuencia de una serie de cuestiones concretas que no le afectan. Tras la imposición de los aranceles, hemos respondido con una negociación porque entendemos que a la industria y al sector productivo europeo no le interesa un conflicto. De seguir Trump por este camino, tenemos preparada una batería de medidas que podrían imponer unos tipos arancelarios a los productos norteamericanos por importe de 20.000 millones de euros, y esa cifra ya la conoce Trump. Aunque la presidenta Von der Leyen insiste en negociar hasta la extenuación, también hay que considerar las características del personaje que ahora mismo está gobernando EEUU, que lo primero que pregunta cuando alguien se sienta con él es cómo está la balanza comercial con su país; y lo segundo, qué ha dicho de él. Por tanto, es una persona de la que hay que desconfiar porque cambia de opinión de un día para otro, y eso es lo que menos necesitan en estos momentos convulsos los sectores productivos; lo que necesitan es claridad, seriedad y, sobre todo, un compromiso en la regulación. El único que tiene capacidad para decidir qué se hace es Trump, pero si sigue por este camino tendrá una respuesta muy fuerte por parte de la UE en defensa de nuestros sectores productivos, porque además entendemos que es lo mejor para mantener la unidad dentro de los 27 países de la UE.



INOELEC

Automatización industrial



Plataforma
DIGITAL
NEURONAL
interconectada

PROYECTOS INDUSTRIALES DE AUTOMATIZACIÓN Y DIGITALIZACIÓN

T. 607 97 14 29 | inoelec.com
Avenida de Málaga, 37-bis. 14550 Montilla, Córdoba.





Juan Ignacio Zoido

“De seguir Trump por este camino, tenemos preparada una batería de medidas que podrían imponer unos tipos arancelarios a los productos norteamericanos por importe de 20.000 millones de euros”



Carmen Crespo

“La alimentación es un arma de defensa fundamental para la UE y, por tanto, no deberíamos perder peso económico; no vamos a permitir que la PAC se diluya porque constituye un tema fundamental para la soberanía alimentaria de la UE y para las zonas rurales”

Carmen Crespo: En el tema de los aranceles no sólo debemos fijar la mirada en Trump, sino en el consumidor europeo y en el americano, y también tener una mirada de puertas adentro. Europa está en estos momentos virando hacia la competitividad del sector y esto es un acierto, porque estábamos haciendo lo contrario. Hay que simplificar y dar unos eco-esquemas que sean viables y adaptados a los territorios, y tener capacidad para ser rentables y competitivos en Europa. Para ello hay que contar con la Política Agraria Común post-2027, y en este momento se está dilucidando qué va a ocurrir. Existe cierto consenso en la necesidad de cambio, de simplificación, pero el problema que tenemos es que el 16 de julio sale el marco financiero plurianual y se va a destinar mucho dinero a Defensa. Nosotros estamos intentando poner encima de la mesa que la alimentación es un arma de defensa fundamental para la UE y, por tanto, no deberíamos perder peso económico. Se está planteando destinar un único paquete por país y eso significa que la PAC se podría diluir en ese paquete nacional; además de que el segundo pilar de la PAC se puede mezclar con los fondos de cohesión destinados al desarrollo

rural. Por tanto, hay que luchar por evitar ese fondo nacional y por que no se diluya la PAC, conservando sus dos pilares tal y como están diseñados en la actualidad para poder crecer, especialmente en el olivar. Por último, me gustaría apuntar que el agua es fundamental: en los últimos años estamos teniendo dificultades para equilibrar el agua en el sector agrario. Hemos trabajado con algunas administraciones para hacerlo a través del agua regenerada, pero no es suficiente; necesitamos una apuesta firme por el olivar y el regadío sostenible del futuro. E intentemos que todo pueda representar un valor añadido en nuestro sector a través de la economía circular. Un aspecto que Europa está tocando en la nueva PAC es el mercado de los créditos de carbono, y el olivar es un sector captador de carbono por naturaleza, lo que debe influir en la economía, en la rentabilidad y en la competitividad.

Elena, ¿cuál es la posición del Gobierno de España en el marco de las negociaciones con EEUU al respecto de los aranceles?

Elena Busutil: Es cierto que estamos en una situación compleja marcada por la incertidumbre. El Gobierno de España confía plenamente en la actuación coordinada de la Comisión Europea para negociar en nombre de todos sus Estados Miembros, es muy importante que el bloque comunitario permanezca unido porque se ha demostrado que cuando la UE actúa unida es más fuerte. Las negociaciones se están llevando a cabo con la mayor discreción posible dada la trascendencia del tema, que es tremendamente delicado. A diferencia del caso Airbus, en esta ocasión los aranceles de Trump en principio van a afectar a todos los países exportadores de aceite de oliva. De modo que primero, negociación, negociación y negociación, porque la subida de aranceles no beneficia ni a consumidores ni a operadores; y, en caso de no dar resultado, la UE está preparada para poder actuar. Una cuestión muy importante en la que se está trabajando, tanto por parte del Gobierno de España como por la CE, es en acelerar

todos los acuerdos comerciales con terceros países. EEUU es un mercado muy importante para nosotros y desde luego no vamos a renunciar a él, queremos seguir teniendo presencia y vamos a luchar por mantener y aumentar nuestra cuota de mercado, pero hay otros socios comerciales interesados en negociar con la UE porque somos un bloque atractivo de más de 300 millones de consumidores. En este sentido, la CE está acelerando la ratificación del acuerdo Mercosur, que debe pasar ahora por el Consejo y el Parlamento, y también se ha ampliado el acuerdo que existe con México y se están acelerando las negociaciones con India, Emiratos Árabes Unidos -donde han comenzado hace pocos meses-, Australia o Tailandia, además de reforzar las relaciones con el sudeste asiático. Y España, con unas exportaciones del sector agroalimentario por valor de 75.000 millones de euros y una balanza comercial positiva por encima de 19.000 millones de euros, se juega mucho en términos de rentabilidad, por lo que debemos apostar por esta apertura y por fortalecer negociaciones y relaciones comerciales con otros socios.





Especialistas en Automatización, Control y Gestión de Procesos para **Almazaras.**



SISTEMA PROPIO 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



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

6* Avd. 0-60, Gran Centro Comercial,
Zona 4 / Torre IL. 8* Nivel. Oficina 801
01004 Guatemala CA. (Guatemala)

Tfno.: +(502) 2335-2320 / +(502) 2338-0022



PROCISA
PROYECTOS, CONTROL E INVESTIGACIÓN

procisa.es



Elena Busutil

“Se está trabajando en acelerar todos los acuerdos comerciales con terceros países. EEUU es un mercado muy importante para nosotros y no vamos a renunciar a él, pero hay otros socios comerciales interesados en negociar con la UE porque somos un bloque atractivo de más de 300 millones de consumidores”



David Prats

“El arancel genera una incertidumbre que desata un movimiento especulativo en el mercado; todo ello en un sector en el que la rentabilidad es muy baja y en el que hay que repercutir cualquier coste para sobrevivir y disponer de suficientes recursos para reinvertir en innovación y creación de valor”

David, como exportadores de aceite de oliva, ¿cuál fue vuestra experiencia con los anteriores aranceles impuestos por la Administración Trump? ¿Cómo afectó a vuestra empresa y a la relación con vuestros importadores y consumidores en EEUU? ¿Y qué impacto tendrían si ahora alcanzasen o superasen el 20%?

David Prats: En primer lugar, me gustaría decir que los aranceles sólo representan una variable, junto con la divisa, la materia prima, el coste laboral o logístico, etc. Nos hallamos en un escenario en el que la materia prima en origen ha ido bajando en los últimos meses, lo que compensa cualquier otro coste. El arancel, en primer lugar, genera una incertidumbre que desata un movimiento especulativo en el mercado; todo ello en un sector en el que la rentabilidad es muy baja y en el que hay que repercutir cualquier coste para poder sobrevivir y disponer de suficientes recursos para reinvertir en innovación y creación de valor. Lo que sí se ha demostrado en el último año, cuando se produjo un aumento muy relevante de la materia pri-

ma, es que la demanda no es inelástica. La categoría tiene claramente todos los elementos para desarrollarse y que el consumo per cápita en EEUU fuese 3 ó 4 veces mayor, y esta incertidumbre va en contra de este desarrollo natural. ¿Qué va a ocurrir? No lo sabemos. Dependemos de Trump y de las negociaciones, que se encuentran en pleno desarrollo. Los aranceles actuales del 10% tienen un impacto muy relevante en el aceite de oliva por el coste de la materia prima, pero en otros sectores como la aceituna de mesa, que ya arrastraban unos aranceles de la época del Boeing Airbus, ese impacto es brutal. Es obvio que, desgraciadamente, todo esto va a acabar afectando.

Lizandro, ¿existe una demanda por parte de los productores y operadores estadounidenses hacia la Administración Trump para aumentar los aranceles o se trata únicamente de una ocurrencia de este personaje? ¿Cuál crees que puede ser el impacto en EEUU si los aranceles -ojalá que no- rondasen el entorno del 20%?

Lizandro Magaña: Nosotros no consideramos tan exagerados los aranceles impuestos a España y al resto de la UE en términos de mercado, pero es cierto que la mayor parte de los productores de EEUU están haciendo lobby en el Congreso para elevar esos aranceles y así establecer un precio más justo considerando la producción en EEUU y en la UE. Lo que tememos es que haya una producción bastante alta y llegue al mercado una cantidad muy grande de aceite, acelerando un proceso de bajada de precio en el que nosotros no podemos competir. Nuestro enfoque debe consistir en lograr una mayor penetración en el mercado doméstico y educar al consumidor, porque sólo estamos presentes en el 50% de los hogares y, por tanto, el potencial a cubrir es enorme. Otro aspecto que hay que tener en cuenta es que, al margen de los aranceles, el consumidor estadounidense está dispuesto a pagar un plus por un aceite de alta calidad.

Teresa, en esta época de incertidumbre ¿qué medidas tiene previsto lle-

var a cabo la Interprofesional del Aceite de Oliva Español en el ámbito de la promoción para mitigar no sólo los aranceles, sino esta corriente proteccionista que vivimos desde hace unos años?

Teresa Pérez: En estos últimos dos años de escasa producción y precios máximos históricos, en la Interprofesional hemos estado trabajando en preparar nuestra hoja de ruta para los próximos cinco años. Ello ha implicado identificar muy bien cuáles son los mercados objetivo, lo que conlleva una diversificación para minimizar riesgos. En un escenario cambiante y de incertidumbre hay que abrir el abanico del mercado, más con un producto global como el nuestro. Por otra parte, estamos desarrollando varias campañas a nivel nacional porque España sigue siendo nuestro mercado número 1; tenemos que cuidarlo y trabajar en rejuvenecer el perfil del consumidor -ahí está nuestra campaña actual del “complemento perfecto”, en potenciar la presencia de nuestros aceites de oliva en la restauración, perfectamente envasados y etiquetados, para que el consumidor





pueda disfrutarlo y apreciarlo como un producto de valor añadido. Exportamos casi el 70% de lo que producimos, por lo que también hay que poner el foco fuera de nuestras fronteras. EEUU es el gran mercado y, con o sin aranceles, sin duda vamos a seguir trabajando en educar al consumidor, en darle a conocer el producto no sólo por sus beneficios saludables, sino por el aspecto diferencial del sabor. Además, existen mercados europeos muy interesantes como Alemania, y en Asia debemos recuperar el terreno perdido por la situación de precios en las últimas campañas en mercados como China, con un amplio margen de desarrollo por delante; o incluso Oceanía, donde estamos desarrollando campañas de promoción en Australia junto a las asociaciones de importadores, ya que el efecto de los precios también se ha hecho notar en la penetración en los hogares. En definitiva, se trata de desarrollar y estimular el consumo en mercados internacionales donde España

tiene una posición predominante en las exportaciones; la clave está en no dejar pasar ninguna oportunidad.

Juan Ignacio, ¿en qué estado se encuentra el acuerdo entre la UE y Mercosur y cuál es tu opinión acerca de si dicho acuerdo es beneficioso o no para el sector del aceite de oliva?

Juan Ignacio Zoido: El acuerdo de Mercosur se ha venido negociando desde hace 25 años, por fin ha sido aprobado por la Comisión Europea y falta su ratificación por el Parlamento Europeo. Creo que es una gran oportunidad en un momento como el actual en el que el proteccionismo de EEUU está desestabilizando un tanto la multilateralidad. Es cierto que tiene algún punto que no satisface al sector agroalimentario europeo, en especial al español, pero concretamente al sector del aceite le beneficia porque todas las IGP van a gozar de un gran respaldo. Creo que es necesario preservar este producto

de calidad y seguir realizando campañas de concienciación y potenciación de sus cualidades, tanto en Europa como en EEUU, Mercosur o el mercado indico-pacífico, que también es muy interesante. Y se acaba de abrir por parte de la UE el mercado de la India, con más de 1.300 millones de habitantes. Pero, en mi opinión, la gran oportunidad a medio-largo plazo para el aceite de oliva está en China, donde en los últimos años han salido de la pobreza 900 millones de habitantes y el consumo crece cada año entre un 8 y un 10%.

Elena, el ministro Planas ha manifestado estar de acuerdo en este asunto...

Elena Busutil: Nosotros consideramos que se trata de una oportunidad para todo el sector agroalimentario y, en concreto, para un producto como el aceite de oliva, del que somos el primer productor y exportador mundial con mucha diferencia. La apertura es gradual, pero desde el momento en

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





Teresa Pérez

“En un escenario cambiante y de incertidumbre hay que abrir el abanico del mercado, más con un producto global como el nuestro; se trata de desarrollar y estimular el consumo en mercados internacionales donde España tiene una posición predominante en las exportaciones, la clave está en no dejar pasar ninguna oportunidad”



Lizandro Magaña

“La mayor parte de los productores de EEUU están haciendo lobby en el Congreso para elevar los aranceles y establecer un precio más justo considerando la producción en EEUU y en la UE; nuestro enfoque debe consistir en lograr una mayor penetración en el mercado doméstico y educar al consumidor”

que entre en vigor el acuerdo ya hay una rebaja de un 6,5% en el arancel, que es algo sustancial. Acceder a un mercado de unos 300 millones de consumidores, con una clase media que va incrementando su renta media y poder adquisitivo, representa una oportunidad clarísima.

Carmen, ¿cuál es tu opinión sobre Mercosur y qué crees que va a ocurrir el 16 de julio con el presupuesto comunitario?

Carmen Crespo: En relación a Mercosur, las cláusulas de salvaguarda del acuerdo son fundamentales para evitar el hundimiento de mercados, así como, sobre todo, las cláusulas de reciprocidad. Al respecto, el comisario de Comercio ha puesto encima de la mesa un instrumento muy interesante que a España le interesa mucho, la Oficina de Control de Importaciones, que se ocupe de controlar los acuerdos comerciales para que exista una reciprocidad con los agricultores y el producto europeo. Por tanto, Mercosur sí, pero

siempre con cláusulas de salvaguarda, con igualdad de oportunidades y con reciprocidad. En cuanto al presupuesto comunitario, me preocupa mucho la situación, creo que la defensa está pesando mucho, así como el hecho de pagar los intereses del Next Generation, y todo ello va a mermar el presupuesto del marco financiero comunitario plurianual en todas las facetas, no sólo en la agraria. Pero este es un sector muy sensible que necesita de toda la aportación económica y no estamos dispuestos a aceptar que se mezclen los fondos, el cheque nacional, y a que la PAC se diluya dentro de esos fondos porque constituye un tema fundamental para la soberanía alimentaria de la UE y para las zonas rurales.

David, ¿qué opinas de las barreras no arancelarias, de las que no se habla tanto en los foros pero que frenan también las operaciones comerciales entre países?

David Prats: De forma genérica, el mundo empresarial está a favor del libre comercio, pero con puntualizaciones. El problema surge cuando la regulación y normativa que hay detrás del productor y de la industria no son comparables; no se trata sólo de un tema numérico de aplicar un 10 o un 20%, sino que está relacionado con la permisividad, responsabilidades y obligaciones que tenemos en unos países o en otros. Ahora mismo, en el aceite de oliva tenemos una problemática interna enorme en Europa, de la que no se está debatiendo lo suficiente, con el tema de los MOSH/MOAH. A veces las problemáticas más mediáticas acosumbran a robar todo el protagonismo cuando existen otros debates y cuestiones muy relevantes a las que no se presta la atención adecuada.

Por último, ¿creéis que la posible aplicación del artículo 167 bis del reglamento comunitario regulador de las normas de comercialización del aceite de oliva puede resultar útil para evitar la volatilidad de los precios?

Elena Busutil: Esa medida es un instrumento adicional que fue defendido por el sector productor para estabilizar

las cantidades comercializadas, lo que redundaría en la rentabilidad -y en precios razonables- de toda la cadena. Y la experiencia nos ha demostrado que cuando hay cantidades y campañas de comercialización muy elevadas el funcionamiento de la cadena no es bueno, se rompe.

Teresa Pérez: España, como líder en este sector, tiene la obligación desde sus administraciones de contar con herramientas por si tuviera necesidad de utilizarlas. Otra cosa es que las tenga que utilizar, porque aquí habría que reflexionar sobre el coste de inmovilizar producto y si no merecería la pena invertir ese coste en estimular la demanda.

Carmen Crespo: Tenemos que aprovechar para solicitar la actualización de los precios en el almacenamiento, que es muy importante, y desde luego creo que es una magnífica herramienta, estoy a favor de todos los mecanismos que puedan actuar en el mercado; cuantas más herramientas tengamos, mayor capacidad para estabilizar y equilibrar el sector. 🟩



Robótica e IA: cuando los datos se convierten en acciones eficientes que reducen nuestros costes



Rosa Gallardo, directora de la Cátedra de Inteligencia Artificial y Agricultura de la Universidad de Córdoba (UCO), moderó la mesa redonda.

Moderada por Rosa Gallardo, directora de la Cátedra de Inteligencia Artificial y Agricultura de la Universidad de Córdoba (UCO), la sexta mesa redonda de MUNDOLIVAR 2025 se centró en la robótica y la Inteligencia Artificial bajo el subtítulo “*Cuando los datos se convierten en acciones eficientes que reducen nuestros costes*”. Un tema de rabiosa actualidad que contó con la participación de Raúl de la Rosa, investigador científico del Instituto de Agricultura Sostenible del CSIC (*Predicción de cosecha*); Inmaculada Garrido, del Departamento de Producción Vegetal de la UCO (*Modelos predictivos de plagas*); Pilar Montesinos, del Departamento de Agronomía de la UCO (*Predicción de demanda de agua/gemelos digitales*); José María Penco, director de AEMO (*Digitalización de una finca de olivar en seto*); y Antonio Roldán, Product Specialist Wine & Oil en FOSS (*Calidad-NIRS: caso práctico*).



En el momento actual, marcado por una vertiginosa revolución tecnológica, la Inteligencia Artificial (IA) y la robótica ofrecen un enorme potencial para adoptar decisiones mejor informadas que permitan avanzar en rentabilidad, en eficiencia en el uso de los recursos y en calidad; así como en un mejor posicionamiento en los mercados, en logística o en mayores garantías para el consumidor.

La IA tiene mucho que ofrecer al sector oleícola, y de hecho está ya presente en una parte importante del sector, pero hay mucho aún por adaptar y ajustar. En esta mesa redonda se analizó cómo la IA y la robótica están revolucionando la lucha contra plagas y enfermedades; al tiempo que se mostró su aplicación

en la gestión integral de explotaciones, permitiendo decisiones más precisas y ágiles, y en la predicción de cosechas, donde el análisis de grandes volúmenes de datos facilita una planificación más certera. Además, en ella se pudo constatar cómo la IA está ayudando a gestionar el riego de manera más eficiente, conservando recursos hídricos sin comprometer la productividad.

Y es que ha llegado el momento de mostrar -y demostrar- lo que la IA, los datos, la robótica y las herramientas digitales en general pueden aportar al sector, cómo pueden empezar a transformarlo, aquello para lo que es útil y para lo que no. Nos hallamos en un momento de profundo cambio en el que se antoja clave la necesidad de

acompañar al sector en la adopción de la tecnología, poniéndolo en el centro. En definitiva, explorar las oportunidades, pero también las dificultades y riesgos de su implantación.

Pilar, ¿en qué y cómo está ayudando la IA para tomar mejores decisiones en la gestión del agua de riego en olivar?

Pilar Montesinos: En nuestro grupo llevamos bastantes años trabajando en temas de IA, sobre todo focalizados en la predicción de la demanda a diferentes escalas -agricultor, comunidad de regantes- y plazos temporales -diaria y casi semanal-. En este tiempo hemos ido mejorando los diferentes algoritmos, llegando a aplicar las redes neuronales tipo *Transformer* -que aprenden del contexto- para predecir la demanda en comunidades de regantes con un mínimo margen de error, inferior al 6% en un intervalo de tiempo de unos seis días. Se trata de herramientas que no sólo son fundamentales para la gestión del agua, sino de la energía, dos recursos cruciales para la rentabilidad de las explotaciones de olivar. Estos algoritmos pueden ser muy buenos desde el punto de vista matemático y computacional, pero no sirven para nada si las fuentes de datos no son de calidad ni suficientemente largas. Estas herramientas de IA pueden explotar todo su potencial cuando los incorporamos en sistemas como los gemelos digitales, en el que estamos trabajando, aplicados a la gestión del riego tanto a escala de parcela como de comunidad de regantes. Un gemelo digital es una reproducción virtual de una realidad física, un conjunto de modelos conectados a través de una red de sensores -tanto locales como remotos- y alimentados con datos reales que permiten simular múltiples situaciones sin que estén ocurriendo en la realidad, proporcionando al usuario las bases para tomar decisiones bien informadas. Y si damos un paso más e



Pilar Montesinos

“Los algoritmos pueden ser muy buenos desde el punto de vista matemático y computacional, pero no sirven para nada si las fuentes de datos no son de calidad ni suficientemente largas; hay que ir acumulando cada vez más datos de calidad”



Raúl de la Rosa

“Si queremos construir un modelo de IA para predecir la cosecha deberemos basarlo en datos de años anteriores, pero la olivicultura está cambiando mucho, tanto por el clima como por la propia estructura productiva”



Inmaculada Garrido

“La IA puede aportar muchísimo en la toma de decisiones para el control de plagas, y va a ser primordial en los próximos años; es muy importante contar con bases de datos fiables y numerosos que puedan alimentar a los algoritmos predictivos”

incorporamos esos algoritmos de IA al gemelo digital, éstos van a alimentar a otros, los de aprendizaje automatizado, de forma que el sistema puede llegar a adoptar las decisiones automáticamente sin necesidad de intervención del agricultor y darle las instrucciones directas al programador de riego.

Raúl, desde tu experiencia y conocimiento profundo del cultivo del olivar, ¿cómo puede ayudarnos la IA a mejorar los modelos de predicción de cosecha y qué avances y dificultades estáis encontrando en este campo?

Raúl de la Rosa: Si queremos construir un modelo de IA para predecir la cosecha deberemos basarlo en datos de años anteriores, pero la olivicultura está cambiando mucho, tanto por el clima como por la propia estructura productiva, con el olivar en seto representando un porcentaje cada vez más importante en la olivicultura en España y en el mundo. En mi opinión, lo más interesante para el agricultor es identificar, entre todos los eventos -sobre todo climáticos- que están ocurriendo, cuáles son los que más influyen en la productividad del olivar. Por ejemplo, hace unos años construimos un modelo que demostró

que temperaturas anormalmente altas en verano, sobre todo en las semanas en las que se produce el endurecimiento del hueso, provocan un descenso del rendimiento graso del fruto, lo que podría explicar en parte que en los dos últimos años el rendimiento graso general en Andalucía haya sido muy bajo. Esta temperatura, además, afecta no sólo a la productividad, sino a la composición del aceite. Junto a IFAPA y las Universidades de Córdoba y Cádiz, vamos a intentar construir este año un modelo predictivo robusto en base a la temperatura del aire para determinar el contenido en ácido linoleico de la variedad arbequina. Por último, la temperatura en invierno también es importante: hemos realizado ensayos en Tenerife y hemos visto que, cuando al olivo le falta frío invernal, baja la intensidad de floración, la cantidad de flor del árbol es menor, y la brotación de las flores se desordena; un fenómeno que hasta la fecha no ha predicho ningún modelo de fenología de floración en olivo, seguramente porque hace falta bajar al terreno y disponer de más datos de campo reales que nos permitan calibrar los modelos que tenemos.

Otras iniciativas interesantes son una gran investigación sobre drones

y teledetección llevada a cabo por la UCO para evaluar el crecimiento vegetativo del olivo en distintos momentos, o la aplicación de técnicas de visión artificial para realizar vídeos de la pared del seto e ir identificando todas las aceitunas para estimar la productividad de una finca.

Inmaculada, desde tu amplia experiencia en el control de plagas, ¿cómo puede ayudar la IA a tomar mejores decisiones en el control de plagas en el olivar y, en concreto, en el de la mosca del olivo?

Inmaculada Garrido: La IA puede aportar muchísimo en la toma de decisiones para el control de plagas, y va a ser primordial en los próximos años. En el caso de la mosca del olivo, su principal fitófago, una vez conocido su nivel de población, si se supera un determinado umbral es cuando se puede tratar. Para conocer el nivel poblacional colocamos trampas, que son de dos tipos, cromotrópicas (amarillas) o de tipo mosquero (McPhail). La digitalización y la IA permiten que el agricultor no tenga que visitar semanalmente sus trampas para tomar los datos, ya que éstas lo hacen de forma automática y se los en-

vían al agricultor, disminuyendo la frecuencia, ya que pueden ser muestreos diarios u horarios, lo que permite aumentar la precisión de los tratamientos en el tiempo y disminuir el coste de los mismos, así como los costes de transporte y mano de obra. También hemos trabajado en un proyecto nacional elaborando un algoritmo que determina qué es mosca y qué no, diferenciando tanto mosca macho como hembra, optimizando la trampa para que caigan en ella menos insectos benéficos y más fitófagos.

José María, ¿puede la IA ayudar al olivicultor a tomar mejores decisiones de gestión de la explotación? Según tu experiencia, ¿qué avances observas en su utilización en este ámbito y cuáles son las claves para avanzar en una correcta digitalización integral de la explotación de olivar?

José María Penco: En el olivar tenemos un conjunto de técnicas -riego, fertilización, tratamientos fitosanitarios, gestión del suelo o de la cubierta vegetal, poda y recolección- que están asociadas a un proceso continuo de toma de decisiones a lo largo del año. En esta amalgama de decisiones lo que esperamos de la IA es que contribuya a mejorar la competitividad y la eficiencia de los procesos. ¿Cómo? Mediante toma de datos de calidad a través de distintas fuentes -entre ellas el agricultor o el agrónomo de campo, además de drones, imágenes satelitales y a pie de parcela, sensores y estaciones climatológicas- que sean procesados para servir de apoyo o soporte final en la toma de decisiones. Un ejemplo sería el de la poda, tan importante en olivar en seto: si pudiéramos modelizar no sólo el volumen, sino la estructura de madera del árbol para que nos informe de cómo podar cada año, de la intensidad de poda para mantener un volumen foliar determinado, optimizando así la producción... La IA también nos tiene que ayudar a conocer qué manejo es el más adecuado según el objetivo que busquemos, porque el agricultor del futuro, en función de la demanda y de la valoración diferencial en el mercado de los aceites de alta calidad, terminará haciendo unos u otros manejos. La IA es bienvenida porque lo que aporta es el procesado rápido de datos y, a través del autoaprendizaje, considerar variables que no estábamos detectando. Y permitidme una reflexión. Qué importante sería, hablando de los gemelos digitales, simular escenarios con un tipo de suelo o de clima determinados, introduciendo los datos de las nuevas variedades, para ayudar al agricultor en la toma de decisiones acerca del marco de plantación y de la variedad de cultivo idónea.

Antonio, como experto en tecnología NIRS -espectroscopía de infrarrojos cercanos- y en robótica aplicada al manejo del olivar en condiciones reales, ¿qué logros se han alcanzado en este campo y con qué dificultades os habéis encontrado?

Antonio Roldán: Tengo más de 35 años de experiencia en el sector, siempre vinculado a la agronomía con soluciones analíticas desarrolladas por mi empresa, FOSS, que están destinadas a aportar valor a través de los datos en

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



tiempo real para la toma de decisiones. Los datos son la clave para que la IA funcione, pero hoy día ya no es suficiente aportar datos. Estamos viviendo la transición de la era del rendimiento a la de la calidad eficiente y sostenible. Los datos -el momento óptimo de recolección, la separación por calidad en el momento de entrada del fruto en el patio de recepción, controlar la eficiencia de los procesos de extracción o la calidad del producto final obtenido- no significan nada si no se hace inteligencia de ellos, si no tienen conexión entre sí. Hay que intentar integrar toda esa información mediante algoritmos predictivos, gemelos virtuales que simulen las condiciones de proceso, etc., para facilitar la información necesaria que permita al maestro de almazara tomar las decisiones más adecuadas... y en eso estamos.

Por último, hablemos del siguiente paso. ¿Qué habría que hacer para que todas estas innovaciones lleguen al sector y puedan ser utilizadas por olivicultores y técnicos?

Pilar Montesinos: Hay que ir acumulando cada vez más datos de calidad; en el caso del agua, son importantes los datos relativos al funcionamiento de las redes hidráulicas -las urbanas están más monitorizadas-. Las herramientas que hemos comentado tienen que plasmarse en plataformas que sean intuitivas para el usuario y, con ayuda de la IA, poder extraer de ellas la máxima utilidad.

Raúl de la Rosa: Hemos ido cada vez más hacia olivos más pequeños, hacia una miniaturización de la agricultura que ha posibilitado la mecanización y que dentro de poco permitirá la robotización. Necesitamos variedades que hagan setos menos vigorosos y estén adaptadas a un aumento de operaciones que cada vez más serán efectuadas por máquinas y robots en detrimento de las personas.

Inmaculada Garrido: Para que las trampas sean verdaderamente competitivas es necesario actuar en tres áreas de mejora: en el dispositivo, explorar las diferentes vías en el mecanismo de transmisión; fiabilidad en el algoritmo de identificación del insecto, sea cual sea su



José María Penco

“Lo que esperamos de la IA es que contribuya a mejorar la competitividad y la eficiencia de los procesos mediante datos de calidad logrados a través de distintas fuentes para servir de apoyo en la toma de decisiones; también nos tiene que ayudar a conocer qué manejo es el más adecuado según el objetivo que busquemos”



Antonio Roldán

“Los datos son la clave para que la IA funcione, pero hoy día ya no es suficiente aportar datos, los datos no significan nada si no tienen conexión entre sí; el reto más importante es que nuestros datos se conviertan en acciones, que esas acciones sirvan para anticiparnos con criterio y que esa anticipación se traduzca en mayor eficiencia y rentabilidad”

posición en la trampa; y, lo más importante, contar con bases de datos fiables y numerosos que puedan alimentar a los algoritmos predictivos, porque no las hay, y que éstos sean igualmente fiables.

José María Penco: Quizás el reto de los próximos años sea contar con proyectos piloto integrales de digitalización y aplicación de IA en casos prácticos reales

que permitan a los agricultores la implantación de sistemas más eficientes.

Antonio Roldán: Para FOSS, el reto o desafío más importante es que nuestros datos se conviertan en acciones y que esas acciones sirvan para anticiparnos con criterio, y que esa anticipación se traduzca en mayor eficiencia y rentabilidad. 🍷



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



Nuevos avances en digitalización e IA: casos prácticos



José María Penco, director de AEMO, moderó la mesa redonda.

Como continuación -y complemento- de la mesa de Robótica e IA (*"Cuando los datos se convierten en acciones eficientes que reducen nuestros costes"*), el director de AEMO, José María Penco, presentó una mesa de casos prácticos sobre los *"Nuevos avances en digitalización e IA en almazara"* que contó con la presencia de Rafael Vilches, CEO de Indea Technologies, que se refirió a la digitalización completa (4.0) de la almazara; y de Rosario Barrero y Ramón Jiménez, ingeniera electrónica del Departamento de Automatización y delegado comercial en IMS Control Industrial, respectivamente, quienes hablaron del proyecto TEDAES (Tecnologías Digitales Aplicadas a la Eficiencia y Sostenibilidad).

En su introducción, José María Penco habló de la almazara ideal: aquella en la que el fruto entra en el patio después de un proceso de selección en campo y de ser recolectado en su momento óptimo. Ya en la tolva de recepción, el fruto sano y fresco es clasificado de forma rápida y eficaz en función de parámetros como el momento de maduración, la humedad o su contenido en ácido grasos o fenoles. Una vez clasificadas las distintas partidas, se trata de optimizar la extractabilidad de la fruta y obtener la máxima calidad posible. El siguiente paso, con el aceite extraído ya en los decantadores, consistiría en establecer los parámetros para su envío y clasificación en bodega, aplicando la tecnología NIR.

Digitalización completa (4.0) de la almazara

Indea Technologies lleva automatizando almazaras desde 1992, con siete pa-

tentes desarrolladas y registradas en el sector oleícola. En la actualidad, más de 230 fábricas cuentan con sus sistemas de control instalados. Como recordó su CEO, Rafael Vilches, "el objetivo final de la automatización de una almazara es lograr una rentabilidad y una mejora de calidad para el cliente". Según explicó, "los sistemas de control constan fundamentalmente de una serie de sensores reunidos en una interfaz que es la clave para que el operario pueda optimizar ese proceso automatizado y rentabilizarlo. Desde Indea Technologies siempre hemos intentado que esa interfaz fuese lo más intuitiva posible para salvar la brecha digital, demostrando al operario que un sistema de control y digitalización de la fábrica va a servir para empoderarlo".

"El siguiente paso es ayudar a ese operario en la toma de decisiones, un proceso en el que la experiencia resulta

determinante -continúa-. Para ello, nosotros le aportamos un conocimiento muy preciso del proceso, una gran cantidad de datos y ahora también incorporamos herramientas y técnicas de IA para aconsejarle en aras de lograr un adecuado rendimiento. Un sistema de digitalización o IA puede llevar a la fábrica a un nivel muy avanzado de automatización, pero no sustituye a un operario o maestro de almazara -que en definitiva es el responsable del proceso-, sino todo lo contrario. También es muy importante que la sensorización para la obtención de los datos sea adecuada: por ejemplo, si una almazara dispone de 3 ó 4 KPIs -puntos de información claves- de su proceso, puede aumentar alrededor del 30% la eficiencia del mismo. Y existen ya modelos avanzados de IA que predicen en determinadas circunstancias -y variedades- con un 90% de eficacia el momento óptimo de recolección de la cosecha. En definitiva, hay que ser consciente de la importancia de los datos, de la información, de toda la ayuda que representa la instalación de un sistema de control y automatización".

Proyecto TEDAES (Tecnologías Digitales Aplicadas a la Eficiencia y Sostenibilidad)

Ramón Jiménez, delegado comercial en IMS Control Industrial, definió el sistema TEDAES desarrollado por esta empresa ubetense como "la aplicación de las tecnologías digitales a la eficiencia y sostenibilidad en el proceso de extracción". Un proyecto -recientemente galardonado con el Primer Premio en el XXII Concurso de Innovaciones Técnicas de Expoliva 2025- que "acompaña al operario o maestro de almazara dotándole de datos y elementos necesarios para lograr una mayor eficiencia y sostenibilidad en el proceso de extracción, seleccionando por calidades en busca de la excelencia del AOVE obtenido". Los datos se generan "desde la recepción de aceituna y se

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



BALAM.ES

An aerial photograph of a large agricultural plantation. The trees are arranged in neat, parallel rows, creating a grid-like pattern. The ground between the rows is a reddish-brown color, likely soil. In the background, there are other green fields and a road.

BALAM
|AGRICULTURE|

Congreso Mundial de Olivicultura y Elaiotecnia



Ramón Jiménez

“El proyecto TEDAES de IMS Control Industrial se puede definir como la aplicación de las tecnologías digitales a la eficiencia y sostenibilidad en el proceso de extracción”

vinculan a una trazabilidad completa para que el consumidor conozca de dónde procede el aceite que está consumiendo”.

Dentro del proyecto -dirigido a todo tipo de fábricas, como un “traje a medida”, Jiménez destacó un elemento patentado por la empresa, el aportador perimetral de agua, que ayuda “a ser más eficiente en el proceso de extracción en el decánter, tal y como demuestran varios estudios realizados por nuestros clientes”.

Por su parte, Rosario Barrero, ingeniera del Departamento de Automatización de IMS Control Industrial, citó las tres grandes particularidades del proyecto TEDAES: el modelo de IA, los analizadores en continuo de aceite, aceituna entera y orujo, y los sensores encargados de facilitar los datos. Barrero subrayó la importancia de la recepción de aceituna, que supone el primer paso para la obtención de un aceite de calidad, así como la flexibilidad que aporta el proyecto TEDAES para conseguir los objetivos fijados por el maestro de almazara en función de las condiciones de cada campaña. “El maestro podrá determinar el tipo de aceite que desea, por ejemplo un AOVE verde frutado, y dependiendo de ello se realizarán los distintos controles: el de velocidad diferencial, vibraciones, consumo de motores, aportación de agua, temperaturas, etc”.

Industria 5.0, ¿un enfoque más filosófico que práctico?

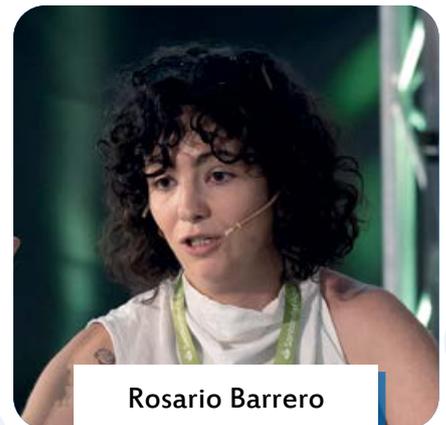
Para concluir, José María Penco preguntó a los protagonistas de la mesa de casos



Rafael Vilches

“El objetivo final de la automatización de una almazara es lograr una rentabilidad y una mejora de calidad para el cliente”

prácticos acerca de dos cuestiones sobre lo que viene: el concepto de la Industria 5.0 y la posibilidad de elaborar aceites a la carta. Al respecto, Rafael Vilches afirmó que la idea de la Industria 5.0 supone “un cambio de paradigma que pretende que las máquinas sean más amigables y exista una integración humano-máquina más fluida. Normalmente, la Industria 5.0 se asocia a aquellos sistemas capaces de interactuar con un público general. Sin embargo, en el sector oleícola, más especializado, se trata de que el HMI (*Human Machine Interface*) de esos datos sea fácilmente comprensible por el operario, que tenga unos puntos críticos bien definidos y que también sea visual-



Rosario Barrero

“Las tres grandes particularidades del proyecto TEDAES son el modelo de IA, los analizadores en continuo de aceite, aceituna entera y orujo, y los sensores encargados de facilitar los datos”

mente atractivo. Pero, más allá de los titulares de Industria 4.0 ó 5.0, lo realmente importante es instalar sistemas eficientes y fáciles de manejar, que no requieran una curva de aprendizaje importante por parte de un operario con experiencia. Si lo logramos, entonces ya estaremos instalados en la Industria 5.0”.

En cuanto a la posibilidad de producir aceites a la carta, en su opinión “es un paradigma que algún día se conseguirá,



Rafael Vilches

“Un sistema de control, digitalización e IA puede llevar a la fábrica a un nivel muy avanzado de automatización, pero no sustituye a un operario o maestro de almazara, sino que sirve para empoderarlo”

pero para ello es necesario vincular campo y almazara, compartir esos datos, un nivel de integración que aún no existe.



Ramón Jiménez

“El aportador perimetral de agua patentado por IMS Control Industrial ayuda a ser más eficiente en el proceso de extracción en el decánter”

Entonces pasaremos de producir y vender a producir lo que se quiere vender”.

Rosario Barrero coincidió en que la Industria 5.0 busca “hacer más amigable la tecnología al operario y maestro

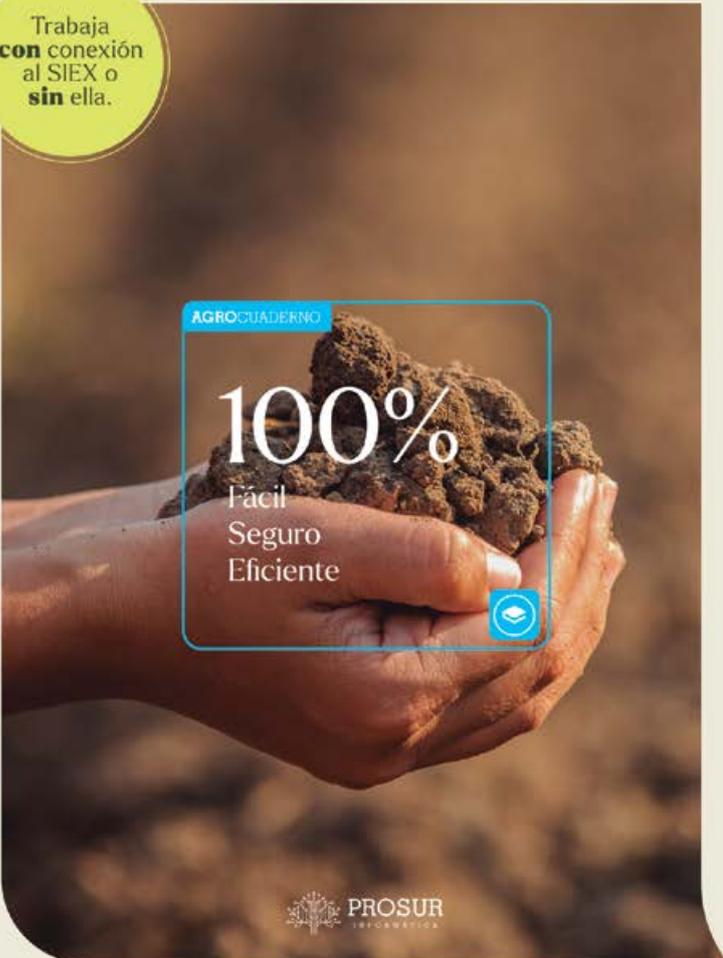


Rosario Barrero

“La Industria 5.0 busca hacer más amigable la tecnología al operario y maestro de almazara, facilitar su labor”

de almazara, facilitar su labor”. Por último, Ramón Jiménez incidió en la importancia de la formación y de “dotar al maestro de herramientas potentes para que pueda hacer un uso adecuado de esta Industria 4.0 ó 5.0”.

Trabaja con conexión al SIEX o sin ella.



AGROCUADERNO
100%
Fácil
Seguro
Eficiente

Transforma el cambio en evolución.

El Cuaderno de Campo Digital de los Agricultores.





La carrera por la mecanización eficiente



Gregorio Blanco, del Departamento de Ingeniería Rural de la Universidad de Córdoba (UCO), moderó la mesa redonda.

La penúltima mesa redonda de MUNDOLIVAR 2025 abordó "La carrera por la mecanización eficiente". Moderada por Gregorio Blanco, del Departamento de Ingeniería Rural de la Universidad de Córdoba (UCO), en ella participaron Jaime Muguero, director comercial de John Deere; Javier Lodaes, Business Director Iberia CNH AG/New Holland; Francisco José Moreno Toscano, International Sales Manager de Moresil; y Diego Martín, Smart Farming Solutions Specialist/Precision Farming Product Manager en Kubota España.



toda la parte de logística de maquinaria es tecnología y digitalización.

Y luego tenemos la agricultura de precisión, donde hablamos de la gestión del dato, de los mapas de rendimiento, de la dosificación variable... y eso también es el presente. Respecto a las resistencias del agricultor, creo que todos estamos concienciados de que la principal forma -o quizás la única- de afrontar los retos que tenemos de falta de mano de obra, de costes de producción o de regulaciones es la tecnología, la agricultura de precisión. A partir de ahí, se trata de ser capaces de llevar esa tecnología al mercado. Por eso no creo que haya tanta resistencia al cambio, pero lo que sí recomendamos desde John Deere es que este no es un viaje que se haga de 0 a 100 en 10 segundos; es un viaje de digitalización que hay que hacer paso a paso, que supone un cambio cultural para las organizaciones, las explotaciones agrícolas y los operarios, y que requiere muchísima formación.

Javier Lodaes: Cuando hablamos de mecanización no sólo hay que pensar en la agricultura de precisión. Desde New Holland/CNH estamos muy centrados también en la mecanización eficiente comenzando con los motores, las motorizaciones, que durante los últimos 25 años han experimentado un cambio brutal que nos ha obligado a todas las marcas a trabajar en busca de esta eficiencia. Por tanto, para New Holland toda mecanización eficiente arranca desde el propio motor, con un compromiso por lograr un mundo más sostenible, por reducir al máximo las emisiones y la huella de carbono. Y, por último, hay que garantizar la conectividad de las máquinas. Toda esta mecanización responde a un proceso: la primera parte es la pura automatización, reduciendo la intervención del hombre para que la agricultura sea mucho más eficiente; luego podemos hablar de la digitalización, que consiste en cómo transformar todos los datos que somos capaces de manejar en nuestro día a día en datos utilizables con un sentido

La rentabilidad se rige por una fórmula tan básica como implacable: *ingresos menos costes*. Mientras los ingresos están marcados por variables que escapan a nuestro control -precios internacionales, política comercial, climatología o consumo global-, los costes sí están, en gran medida, bajo nuestra responsabilidad directa. En este contexto, la mecanización emerge como un factor clave y estratégico. No se trata sólo de incorporar maquinaria, sino de repensar el modelo productivo, optimizar cada recurso disponible, reducir la dependencia de la mano de obra -cada vez más escasa- y aplicar tecnologías que permitan producir más con menos. Los retos del campo se agudizan -la falta de mano de obra, la presión sobre los costes de producción, el cambio climático y la necesidad de una agricultura más precisa y sostenible- y la mecanización eficiente no es una opción, sino una necesidad urgente; es la palanca que puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso. La innovación tecnológica, aplicada con inteligencia, es el camino más eficiente hacia la sostenibilidad económica y la competitividad global.

En la actualidad, la mecanización agroforestal está marcada por cuatro pilares fundamentales: la calidad de las operaciones, el respeto a las condiciones medioambientales, la apuesta por la seguridad y salud de los operadores, y la formación.

¿Cómo se ha abordado desde vuestras empresas el viaje hacia la transformación digital? ¿Y cómo enfrentáis la tradicional resistencia al cambio del sector?

Jaime Muguero: En John Deere, toda la tecnología alrededor de la maquinaria agrícola se divide en dos partes diferenciadas. Por un lado, la tecnología que no es agricultura de precisión, es decir, todo lo relacionado con la conectividad de las máquinas, que te ofrece ventajas en cuanto a la gestión de las flotas, la ubicación de la máquina, de posibles alertas que el tractor esté enviando... Esto parece el futuro, pero ya es el presente; nosotros tenemos en España y Portugal 18.222 máquinas conectadas. Y esto tiene mucho valor para los grandes flotistas que poseen 20, 30, 50 ó 100 tractores. Por tanto,



CON EL MEJOR ACEITE DEL MUNDO

El de nuestra tierra. El de nuestra gente. El de todos los días...



cajamar
CAJA RURAL

Con nuestra tierra. Con nuestra gente.
También todos los días, en tu oficina.



Jaime Muguero

“Cuando inauguramos el Centro de Innovación hace dos años y medio la visión fue la de incrementar la rentabilidad y sostenibilidad del productor de cultivos de alto valor a través de la adopción y la utilización de la tecnología”



Javier Lodaes

“El concepto de la máquina cabalgante autopropulsada no está acabado, sino en proceso de desarrollo, y es la solución para minimizar la falta de mano de obra que tendremos en el futuro no sólo en el olivar, sino en otros cultivos”

y un objetivo claro para ser más rentables y eficientes; y, por último, está la transformación digital o cómo vamos a utilizar esos datos definitivamente para implementar cambios dentro de nuestra cadena de valor. Todo ello basado en soluciones propias que primero probamos normalmente en nuestras cosechadoras de cereal y después vamos desescalando al resto de productos. En cuanto a la formación, creo que no hay que tener miedo a la tecnología, a la digitalización, porque nos ayudan a hacernos la vida más sencilla; lo que sí es muy necesario, además de la formación, es el asesoramiento posterior.

Fco. José Moreno Toscano: En Morenil vemos la digitalización como un instrumento para alcanzar los verdaderos objetivos de los agricultores: simplificar su operativa, reducir el error humano y mejorar su rentabilidad. Ésa es la filosofía con la que desarrollamos nuestra gama completa de productos, entre ellos la línea de olivar, donde destaca la cosechadora para cultivo superintensivo con su sistema automático de sensores de guiado. No encontramos una resistencia al cambio por parte de los agricultores, sino una demanda; lo que quieren es obtener más datos para mejorar la toma de decisiones y mejorar sus cuentas al final del día.

Diego Martín: Desde Kubota se están haciendo grandes inversiones, como los 470 millones de euros invertidos en 2024 en I+D, los seis centros de investigación o las casi 10.000 patentes con que cuenta la compañía. Estas inversiones no sólo se enfocan en el desarrollo de los productos actuales y en maquinaria, sino también en software y en nuevas tecnologías, ya sea con desarrollos propios o invirtiendo en *start-ups*. En el caso del olivar, cabe destacar nuestra tecnología Als, un gran ejemplo de digitalización que permite realizar una aplicación en tiempo real de acuerdo al estado de la vegetación y del cultivo en ese momento, recopilando información para un posterior análisis, además de la trazabilidad de todas las tareas. También ofrecemos telemetrías de serie y específicas, y soporte remoto. Vinculado a ello, la compañía ha decidido crear en 2025 una nueva división europea, Smart Farming Solutions, con el principal objetivo de que estas nuevas tecnologías sean intuitivas y sencillas. En cuanto al aspecto formativo, la formación continua a toda nuestra red de distribución -más de 40 concesionarios en España y Portugal-, sobre todo de nuestros productos nuevos y más tecnológicos, es un punto crítico. En Kubota nos caracterizamos por trabajar de forma muy cercana al concesionario, al cliente final, somos una compañía accesible a todos los niveles, y creo que esa es una de nuestras fortalezas.

John Deere Parla Innovation Center es el primer centro de innovación específico para cultivos de alto valor que John Deere ha desarrollado en Europa. ¿Qué innovaciones estáis desarrollando en este centro y cómo se trasladan a los agricultores?

Jaime Muguero: Cuando inauguramos el Centro de Innovación hace dos años y medio la visión fue la de incrementar la rentabilidad y sostenibilidad del productor de cultivos de alto valor a través de la adopción y la utilización de la tecnología. Tenemos dos centros, uno en Parla y otro en California, y lo que se hace en ellos es validar los conceptos que salen fruto del esfuerzo y las inversiones de John Deere en I+D, y de los proyectos surgidos en colaboración con otras em-

presas del sector y *start-ups*. Ejemplos muy claros de ellos son el atomizador 100% autónomo GUSS, que hemos estado probando en los campos de España y Portugal para ver cómo se adaptaba a las condiciones del olivar y del almendro, principalmente; y Smart Apply, un sistema de dosificación variable en función del volumen de copa de árbol que permite acoplarse a cualquier atomizador. Uno resuelve el problema de la falta de mano de obra y el otro, los costes de producción de un kilo de aceituna. Hablamos, por tanto, de un ecosistema abierto de colaboración y estamos encantados de recibir las llamadas de los productores y validar conceptos con ellos.

New Holland ha liderado el desarrollo de cosechadoras cabalgantes para olivar en seto, un sistema que ha transformado la recolección en plantaciones superintensivas. ¿Estáis trabajando en incorporar tecnologías como los monitores de rendimiento de cosecha?

Javier Lodaes: La cabalgante es muy importante para New Holland y un producto del que estamos muy orgullosos, pero no queremos quedarnos sólo en los monitores de rendimiento o mapas de prescripción. Muchas veces nos



LECCIANA®

— LA VARIEDAD ITALIANA DE LOS —
GRANDES ACEITES

AGR

by De Prado

VIVEROS Y PLANTACIONES

MUCHO MÁS QUE AGRICULTURA

Estamos **especializados en olivares y almendros**, desde la fase de producción en vivero, hasta plantación, asesoría y gestión posterior. Contamos con la **experiencia de más de 30.000 hectáreas de plantaciones**, lo que nos permite utilizar nuestro conocimiento, experiencia en el sector, **técnicos especialistas y maquinaria especializada** a disposición de nuestros clientes.



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI BARI
ALDO MORO

Lecciana es una variedad propiedad de Universidad de Bari



Fco. José Moreno Toscano

“En Moresil vemos la digitalización como un instrumento para alcanzar los verdaderos objetivos de los agricultores: simplificar su operativa, reducir el error humano y mejorar su rentabilidad”



Diego Martín

“La sensórica aplicada a los diferentes cultivos de alto valor, entre los que destaca el olivar, y cómo utilizar la información de esos sensores para mejorar la eficiencia, van a ser aspectos clave en los próximos años”

centramos en buscar un rendimiento por kilo y no nos damos cuenta de que eso no nos va a dar la solución. Lo importante es que exista una correlación con el resto de acciones que estamos realizando. Antes de llegar a los mapas de prescripción en esta evolución de la agricultura de precisión es necesario seguir cinco puntos: saber dónde estoy (tener sistemas de GPS), saber por dónde estoy pasando (trazabilidad), qué es lo que estoy haciendo (cuadernos digitales), cómo lo estoy haciendo (mapas de rendimiento o mapas de vuelo con drones) y, por último, cómo puedo mejorar lo que estoy haciendo. Es decir, no podemos pensar en un mapa de prescripción si no tengo un GPS.

Kubota ha presentado varios modelos de robots autónomos. ¿Cuáles son los desarrollos en el ámbito de la robotización y qué viabilidad se vislumbra a día de hoy?

Diego Martín: Cada semana vemos un nuevo robot autónomo para la agricultura. Desde Kubota lo dividimos en tres pilares: el primero sería un tractor convencional que convertimos en una unidad autónoma mediante un kit especial y específico para cada serie o modelo. El segundo se refiere a máquinas autónomas para tareas específicas y diferentes cultivos, cuyo primer prototipo

fue presentado en 2024 bajo la marca Pulverizadores Fede, una compañía del Grupo Kubota Corporation, y del que estamos finalizando su desarrollo y certificaciones para lanzarlo comercialmente en 2026. El tercer pilar es una máquina autónoma portaherramientas, por ejemplo *Robotti Made for Kubota*, con cinco unidades trabajando en Europa, destinada principalmente a cultivos hortícolas, que es una herramienta muy útil y polivalente que va a mejorar la eficiencia, ayudar a reducir costes y cubrir la falta de mano de obra en el campo.

Moresil es una empresa cordobesa que toca todas las tipologías de olivar: tradicional, intensivo y superintensivo. ¿Qué desarrollo atisbas en la maquinaria utilizada en estos sistemas en los próximos años?

Fco. José Moreno Toscano: En Moresil llevamos más de 40 años fabricando maquinaria para olivar. Sea cual sea la tipología y marco de plantación, el problema transversal a solventar es la mano de obra. Todo lo que sea transformable, adaptable y mecanizable va a tener éxito. Pero hay que ofrecer soluciones no sólo al superintensivo, sino al resto del olivar: *buggies* con paraguas, barredoras... Intentamos desarrollar productos con una serie de automatizaciones que permitan a cualquier operario sin excesiva experiencia o formación ser capaz de manejar la máquina. En definitiva, se trata de reducir costes y mano de obra, y mejorar la rentabilidad de los agricultores.

Para finalizar, ¿algo más que queráis aportar?

Jaime Muguero: Dos temas: uno, los nuevos sistemas de propulsión, podríamos hablar mucho de electrificación en la agricultura; y otro, pensando en los 2.000 millones de dólares que John Deere invierte al año en I+D, cómo nos aseguramos de que llegan al agricultor. En nuestro caso, como en el del resto de mis compañeros, es a través de la red de concesionarios, cómo el concesionario es capaz de llevar esa agricultura de precisión al agricultor a través del asesoramiento y el nivel de especialización.

Javier Lodaes: Por mi parte, una de las claves es esta economía colaborativa: la intención no es que cada agricultor tenga que hacer una inversión enorme, sino que pueda tener acceso, a modo de *marketplace*, a soluciones de terceras empresas que puedan hacer uso del dato, que es propiedad del agricultor, quien lo tiene que gestionar con ayuda de la maquinaria. Por último, creo que el concepto de la máquina cabalgante autopropulsada no está acabado, sino en proceso de desarrollo, y que es la solución para minimizar la falta de mano de obra que tendremos en el futuro no sólo en el olivar, sino en otros cultivos.

Fco. José Moreno Toscano: En Moresil seguramente centremos nuestros esfuerzos el próximo año en desarrollar la cabalgante para más cultivos y ofrecer novedades en lo que se refiere a los vehículos autónomos.

Diego Martín: Creo que la sensórica aplicada a los diferentes cultivos de alto valor, entre los que destaca el olivar, y cómo utilizar la información de esos sensores para mejorar la eficiencia; así como el cuidado del medio ambiente y la reducción de costes, van a ser aspectos clave en los próximos años. En 2026 y 2027 todas las marcas lanzaremos nuevos productos al mercado, innovadores y bastante revolucionarios. 🍷

Contigo en cada paso

AgroBank, más de 1.100 oficinas
y 3.000 especialistas en tu negocio

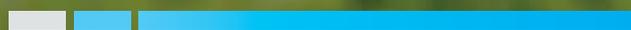
Descubre más en
CaixaBank.es



Si tienes a alguien
acompañándote,
todo es posible

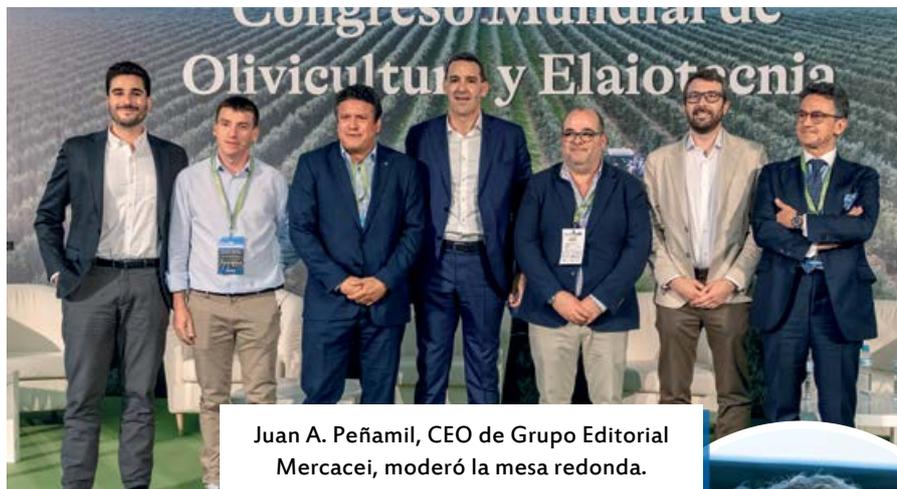
Tú y yo.

Nosotros.





Ahorro de costes en la fase de extracción: rendimientos y eficiencia para ser más competitivo



Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei, moderó la mesa redonda.

MUNDOLIVAR 2025 concluyó con la mesa redonda *“Ahorro de costes en la fase de extracción: rendimientos y eficiencia para ser más competitivo”*, moderada por Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei. En ella intervinieron Francisco Plaza, responsable de Servicio de Aceite de Oliva de GEA Westfalia Separator Ibérica; Juan del Prado, director comercial de Manzano-Flottweg; Carlos Fuentes, Sales & Operations Manager de Opticcept Ibérica; Aurelio Mesa, director técnico de Amenduni Ibérica; Rodrigo Jaén, director general de Perialisi para España y Portugal; y Cristóbal Balboa, director de Instalaciones y Servicio Postventa de HAUS Iberia.



producto la extractabilidad no llega a buen término; y, por supuesto, el manejo y el mantenimiento preventivo de la maquinaria a lo largo del año también adquieren gran importancia.

Aurelio Mesa: En primer lugar, me gustaría decir que creo que hemos llegado a un nivel de eficiencia que hace 10 años era impensable que pudiésemos alcanzar, y es muy complicado seguir avanzando en términos de rendimiento y extractabilidad. ¿Qué es necesario? Revisar el modelo de almazara que tenemos. En otros países existe un modelo que analiza todo de forma transversal desde el inicio, desde el marco de plantación, los manejos, el riego... todo ello para que esa extracción sea fácil y proporcione un aceite de óptima calidad. El modelo que tenemos en España de cooperativas o almazaras industriales difícilmente va a poder llegar al nivel de eficiencia que se está alcanzando en ese otro tipo de modelos, a no ser que se establezcan unas colaboraciones que hoy día apenas existen.

Rodrigo Jaén: Yo hablaría antes del modelo de negocio. Si mi modelo de negocio está enfocado en la calidad, las claves de la extractabilidad van a ser unas, y si me centro en el volumen, van a ser otras. También, en el caso de los cultivos de seto, por ejemplo, hay que tener en cuenta factores como el adelanto del índice de maduración de la aceituna, con temperaturas mucho más altas en octubre, o la humedad de esa aceituna, que es clave. Hay modelos que están dimensionando sus fábricas para procesar toda la aceituna que entra cada día lo más rápidamente posible. En cuanto a la parte técnica del decánter, se puede jugar con factores como el sinfín de alto rendimiento, que estamos desarrollando y hemos tratado de adaptar a las nuevas variedades, el doble motor o la regulación automática de chapas... pero la clave está en el campo, en el momento de la recogida, en toda la trazabilidad de la aceituna.

En la última mesa redonda del III Congreso Mundial de Olivicultura y Elaiotecnía participaron algunos de los principales actores del sector de la extracción y se abordó el ahorro de costes para obtener mayor rendimiento, eficacia y, en definitiva, competitividad. Así, se habló de la implementación de tecnologías avanzadas para optimizar la producción y eficiencia en la fase de extracción, mejorando la calidad y estabilidad del aceite obtenido.

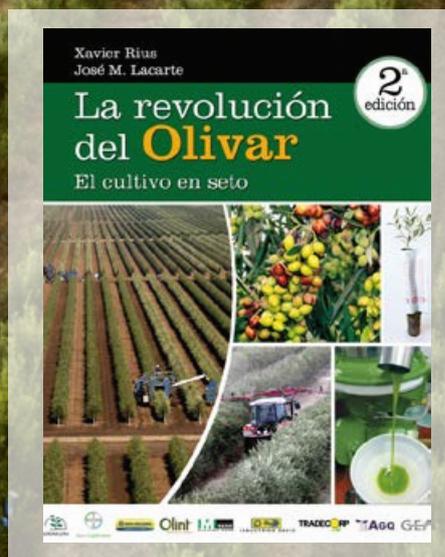
¿Cuáles son las claves para conseguir la máxima extracción?

Francisco Plaza: Esta pregunta es el Santo Grial de todos los que nos dedicamos a esto y la más acertada para empezar, pero le añadiría una coletilla: ¿cuáles son las claves para conseguir la máxima extracción pero sin perjudicar las expectativas de calidad generadas? A partir de esas expectativas, que representan

el listón mínimo, hay dos puntos fundamentales: una buena preparación de la pasta y una buena separación. Dentro de la preparación de la pasta podemos hablar del tamaño de la gota, que es un factor clave, porque lo que buscamos es reducir la viscosidad al máximo. Muchas gotas pequeñas cohesionan la pasta, y al hacerlo, hacen que se comporte como un sólido y, conforme vamos batiendo, aumenta la fracción relativa de la parte líquida. Contar con el estado óptimo de la pasta de aceituna es fundamental, pero como a día de hoy no lo conocemos al 100%, necesitamos la otra parte, que es una buena separación, tratando de adaptar el decánter a esa pasta.

Juan del Prado: Por nuestra experiencia, la clave reside en un equilibrio entre la tecnología, el mantenimiento y el manejo del operario. La preparación de la pasta es el 80% del éxito de una buena separación, si no separamos bien el

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



Francisco Plaza

“Para conseguir la máxima extracción sin perjudicar las expectativas de calidad generadas hay dos puntos fundamentales: una buena preparación de la pasta y una buena separación”



Juan del Prado

“La clave reside en un equilibrio entre la tecnología, el mantenimiento y el manejo del operario; la preparación de la pasta es el 80% del éxito de una buena separación”



Aurelio Mesa

“Hemos alcanzado un nivel de eficiencia impensable hace 10 años y es muy complicado seguir avanzando en términos de rendimiento y extractabilidad. Lo que hay que hacer es revisar el modelo de almazara que tenemos”

Cristóbal Balboa: Nos centramos siempre en el decánter, pero al margen del decánter existen otros factores en la almazara que es preciso examinar: la capacidad de almacenamiento de aceituna, el batido.... Hay que ser muy cautos a la hora de trabajar con el decánter, porque simplemente por añadir agua fría estamos empeorando la extractabilidad de esa aceituna. Lo que está claro es que ni el agua ni el aceite quieren que les molesten. Se trata de analizar los factores de cada almazara y, en función de ello, trabajar nuestra maquinaria y tener capacidad de adaptación. Si tengo una batidora grande, puedo utilizarla con ese fin y, si en un momento dado no la necesito como grande, hago un *bypass* y la empleo como batidora pequeña; pero si no tengo, no la puedo utilizar. Y lo mismo pasa con el decánter y la velocidad diferencial. Cada fábrica es distinta y el secreto está en poder adaptarnos a sus necesidades.

Carlos Fuentes: Para alcanzar la mejor extracción es necesario tener una visión global. Hay que preparar la pasta de forma correcta, y lo mismo con todos los procesos: colocar una criba correcta en el molino, el batido, el decánter... Pero, en el caso de aquellos productores que no se conforman con una aceptable o buena extracción, que quieran ir un paso más allá, deben saber que exis-

ten nuevas tecnologías como los pulsos eléctricos, que favorecen la preparación de la pasta, que hacen que sea más rápida y eficiente, para lograr una mejor extractabilidad. Opticept es una empresa de origen sueco que trabaja con nuevas tecnologías dirigidas al sector alimentario como los pulsos eléctricos, que aplicamos al sustrato biológico para la extracción de zumos, aceites vegetales o vino, favoreciendo la electroporación o rotura celular, esto es, la transferencia de materia entre el interior y el exterior de la célula, lo que permite dotar de mayor eficiencia a todos estos procesos de extracción.

¿Las nuevas tecnologías de control de calidad en la recepción de aceituna van a influir en la optimización de costes y mejora de la calidad?

Cristóbal Balboa: Por supuesto. Si somos capaces de analizar qué es lo que vamos a obtener, podremos estar preparados para lo que viene, de saber si tenemos que esforzarnos más o menos. Lo importante es estar bien preparados para esas tecnologías.

Rodrigo Jaén: Lo importante es el control desde el campo, disponer de datos, en línea e históricos, e ir tomando decisiones para mejorar en términos no sólo de eficiencia, sino de calidad de los aceites que vamos a producir.

Aurelio Mesa: De hecho, en algunas instalaciones ya lo están utilizando: Boundary Bend, por ejemplo, lleva varios años desarrollando los clasificadores en línea, seleccionando una a una las aceitunas que procesan y desechando aquellas que pueden causar problemas en cuanto a la calidad. Y con ello consiguen situarse en índices por encima del 95% de aceite de oliva virgen extra de alta calidad.

Juan del Prado: Totalmente de acuerdo. Sin duda, cuanto más conozcamos de la aceituna antes de procesarla, mejor sabremos qué hacer con ella, y a qué ritmo. Cuanta más información tengamos, mejores decisiones tomaremos.

Francisco Plaza: Sí, absolutamente. Lo que haría es aprovecharla a efectos de ganancias -obteniendo mayor calidad- y pérdidas -evitando averías, que pueden ser leves o muy costosas-. Por tanto, se puede utilizar siempre en positivo, para ganar y para no perder.

¿Está la maquinaria actual adaptada a las nuevas variedades para optimizar la extractabilidad? ¿Se están adaptando las almazaras a los picos de entrada derivados del olivar en seto?

Francisco Plaza: Bajo mi punto de vista, sí. En mi opinión, el desarrollo de



una variedad no está completo hasta que no se analiza la extractabilidad. Cuanto más contenido graso suele tener una variedad, mejor es la extractabilidad. Y, dado que las nuevas variedades suelen tener un elevado contenido graso, no hay nada que nos lleve a pensar que podamos tener problemas en ese sentido; en cualquier caso, iremos atendiendo según demanda. En cuanto a las almazaras, hay dos tipos de almazara: las que nacieron ya con el concepto de superintensivo, como ha ocurrido en Portugal, que han tenido un éxito rotundo e inesperado, y las que se tienen que adaptar a estos cultivos superintensivos, que permiten sustituir cuatro máquinas por una, con el enorme ahorro en volumen y costes que ello implica.

Juan del Prado: El campo es el que manda, y el olivar en seto se está imponiendo, por lo que todas las empresas hemos desarrollado maquinaria de gran capacidad. El sector nos ha llevado a reducir sustancialmente la época de recolección y a fabricar maquinaria de tallas más grandes, adaptándonos por obligación -y con mucho gusto- a esta nueva forma de trabajar.

Aurelio Mesa: Desde luego que estamos adaptados, y a la espera de que llegue lo inesperado. Casi todos los proyectos que se están acometiendo son abiertos, sabiendo que lo que hoy se ha montado mañana va a tener que ser modificado y ampliado, y procurando que esa actualización sea lo más rápida y simple posible, y pueda hacerse prácticamente de una campaña para otra. La almazara ha pasado a ser como el campo: algo vivo que tiene que ir creciendo según sus propias necesidades.

Rodrigo Jaén: El desarrollo del campo buscando la rentabilidad del agricultor nos ha llevado a los fabricantes de maquinaria a adaptarnos sin estar coordinados. Está muy bien desarrollar variedades, pero hagamos un trabajo en conjunto antes, porque hay variedades que son realmente complicadas de extraer. Quiero decir que nosotros estamos preparados, empujados por ese cambio de la tecnología, nuestra maquinaria se está adaptando a esa nueva realidad y a la dimensión de las almazaras.

Cristóbal Balboa: Los fabricantes de maquinaria estamos perfectamente capacitados para proporcionar grandes máquinas y absorber grandes volúmenes, pero el desarrollo de la almazara es una carrera de fondo en la que, en las zonas de olivar superintensivo, las almazaras se están adaptando rápidamente; pero no ocurre lo mismo en las zonas de olivar tradicional, donde no todas se están adaptando a esa misma velocidad.

Carlos Fuentes: He visitado muchas almazaras industriales en los últimos años y aún no he encontrado ninguna que no tenga ciertos problemas con la extracción de estas nuevas variedades. Por tanto, existe margen de mejora. Nuestra tecnología de pulsos eléctricos para mejorar la extracción consiste en un pretratamiento de la pasta de aceituna antes de que entre en la batidora, rompiendo la pared celular y favoreciendo que el aceite se pueda extraer más fácilmente y se pueda lograr la coalescencia durante más tiempo. La consecuencia es un batido más eficiente y, por ende, una

FOSS



CONOCE TU ACEITE EN 40 SEGUNDOS

PARÁMETROS

- ACIDEZ
- ESTERES
- 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



Rodrigo Jaén

“Lo importante es el control desde el campo, el momento de la recogida, la trazabilidad de la aceituna, disponer de datos e ir tomando decisiones para mejorar en términos no sólo de eficiencia, sino de calidad de los aceites producidos”



Cristóbal Balboa

“En HAUS apostamos por establecer barreras físicas para que las zonas de lubricación de nuestra maquinaria nunca entren en contacto con la pasta de aceituna o con el aceite, descartando así la posibilidad de que exista contaminación cruzada”



Carlos Fuentes

“La tecnología de pulsos eléctricos de Opticept favorece la preparación de la pasta y hace que sea más rápida y eficiente para lograr una mejor extracibilidad; nosotros garantizamos siempre un 3% más de aceite en primera extracción utilizando nuestra tecnología”

pasta mejor preparada -la preparación de la pasta es un componente primordial para que el decánter funcione adecuadamente- y de una forma más rápida para conseguir la mejor extracción.

¿Cuáles son los puntos críticos a controlar durante el proceso de elaboración de aceite de oliva para evitar la contaminación por MOSH-MOAH?

Cristóbal Balboa: En HAUS, y en lo que se refiere a la seguridad alimentaria, además de utilizar grasas alimentarias o vegetales para lubricar nuestra maquinaria, colocamos barreras físicas a la hora de diseñar nuestras máquinas para mejorar esa problemática. Por tanto, estamos apostando fuertemente por establecer barreras físicas para que las zonas de lubricación de nuestra maquinaria nunca entren en contacto con la pasta de aceituna o con el aceite, descartando así la posibilidad de que exista contaminación cruzada.

Rodrigo Jaén: El producto no está en contacto directo con las grasas y lubricantes. Además de las barreras físicas, es importante el tipo de grasa y lubricante que estamos utilizando; se están desarrollando a nivel mundial grasas

que logren dar un mayor nivel de lubricación en comparación a las actuales, sin duda es un paso adicional que hay que poner en marcha para evitar contaminación cruzada.

Aurelio Mesa: En España todavía somos muy aficionados a las cazas de brujas. Quienes fabricamos maquinaria para la extracción de aceite de oliva nos preocupamos de que el flujo del producto sea totalmente independiente de los canales donde puede haber algún tipo de lubricante. La cuestión es que tenemos que buscar donde a nadie se le había ocurrido buscar: no dentro de la maquinaria, sino en el sistema de transporte que estamos empleando, en el sistema de recolección, en las malas prácticas... El problema no viene provocado por la maquinaria, sino por el mal uso que hacemos de ella, por no revisar los puntos de posible contaminación.

Juan del Prado: Coincido en que el foco no está en los fabricantes de líneas de extracción. Tenemos que incidir en la formación del personal de toda la cadena, desde el campo hasta la industria.

Francisco Plaza: Existen dos vías por las que un aceite se puede contami-

nar por MOSH-MOAH, unas exógenas (contaminación por aceites industriales, disolventes, sacos, talco, cajas...) y otras endógenas. Lo fundamental es concienciar a toda la cadena, desde el agricultor hasta el envasador. Una vez concienciados, hay que poner los medios: aceites vegetales, barreras físicas... Luego están las variables endógenas, como la temperatura que estamos aportando en molino, batidora, durante el proceso... Y, si todo eso falla, es fundamental realizar análisis lo antes posible para poder detectarlo y aislarlo inmediatamente, y que no contamine el resto de la bodega.

Carlos, desde Opticept afirmáis que vuestra tecnología reduce los costes operativos y el consumo energético. Explicanos cómo...

Carlos Fuentes: Al final se trata de una herramienta que hay que utilizar de forma correcta y te permite tener un batido más efectivo. Nosotros garantizamos siempre un 3% más de aceite en primera extracción utilizando nuestra tecnología. La herramienta tiene cierta



flexibilidad y se puede utilizar de distintas maneras, por ejemplo reduciendo al máximo los tiempos y temperaturas de batido sin renunciar a conseguir una buena extracción y la mejor calidad.

El aprovechamiento de los subproductos del olivar representa una oportunidad para todo el sector en términos de rentabilidad económica. ¿Está vuestra maquinaria adaptada a esta nueva realidad?

Cristóbal Balboa: Estamos perfectamente adaptados y preparados para obtener buenos resultados. Este año, por ejemplo, en HAUS hemos lanzado un turbocompresor de rodamientos magnéticos para airear los subproductos.

Rodrigo Jaén: Creo que habría que definir las líneas de subproductos porque hay muchas áreas donde se puede innovar. Nuestro objetivo siempre es maximizar la primera, segunda o tercera extracción. Si nos centramos en el orujo, desde Perialisi estamos bus-

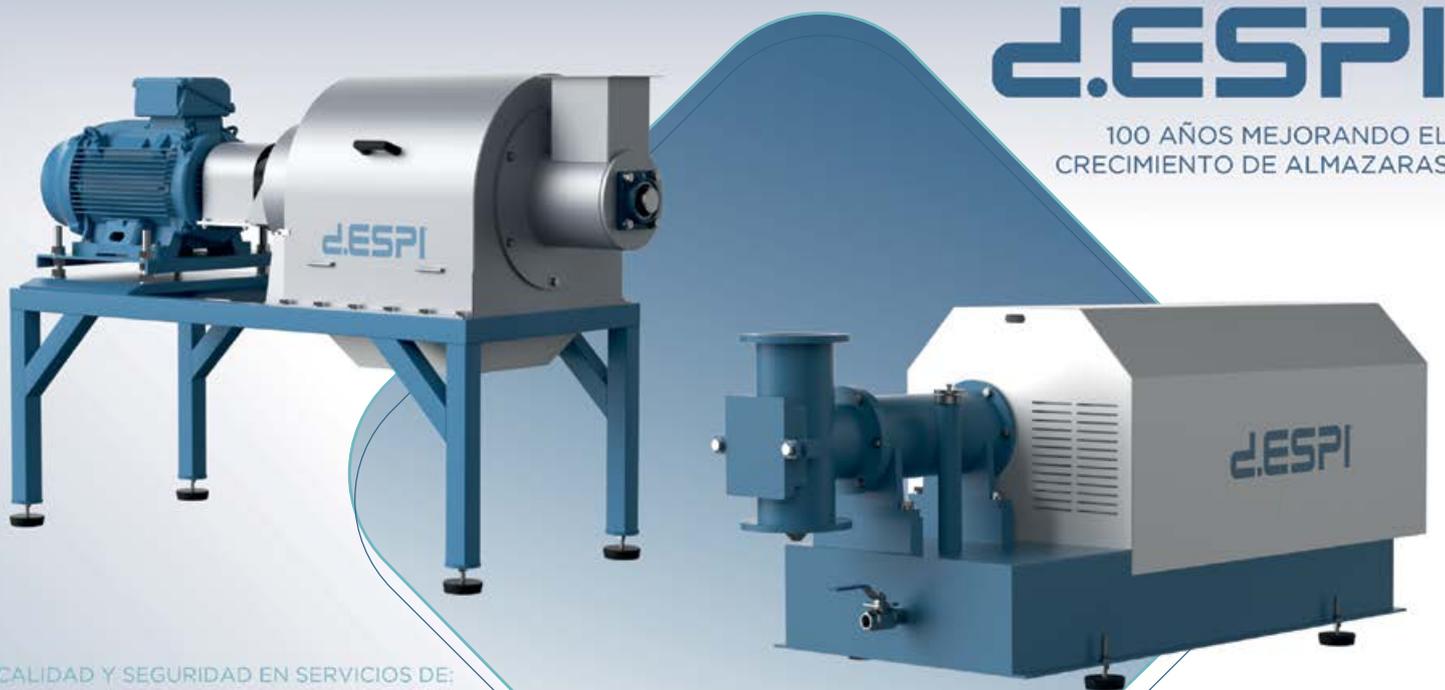
cando alternativas en caso de que éste suponga un problema, por ejemplo promoviendo la producción de biogás. Hemos firmado acuerdos con empresas que se encargan de instalar esta tecnología, participando en la deshidratación del biodigestato que al final será utilizado como un abono tanto sólido como líquido.

Aurelio Mesa: Los subproductos del olivar representan muchas vías diferentes, que varían en función de los países y los problemas medioambientales que tiene cada uno. En Amenduni, todas las últimas modificaciones que se han hecho, por ejemplo en los sinfines de la serie REX, sobre todo *Double Drive*, que son los que más estamos trabajando, han estado orientadas a poder trabajar a dos o tres fases e incluso tratamiento de fango.

Juan del Prado: A mí no me gusta hablar de subproducto porque prácticamente supone el 80% de la recolección de la aceituna. Creo que tiene su valor y

que estamos todos perfectamente preparados para su tratamiento.

Francisco Plaza: Me gusta decir que el sector del olivar no se está transformando, sino que ha explotado. Hasta hace nada sólo hemos estado haciendo uso del aceite de oliva, que es el producto estrella. En cuanto a la gestión de subproductos, como la demanda está tan dispersa, la tecnología se muestra expectante para saber a dónde vamos y cómo adaptarnos. En GEA estamos preparados; de hecho estamos trabajando con compuestos fenólicos en el alpechín que se utilizan para el tratamiento de pieles, incluso -y esto es una exclusiva- en el tratamiento sólido del alperujo de primera extracción de calidad, con el que algunas empresas de reconocido prestigio afirman que se puede conseguir algo parecido a un chocolate... Hay mucho por explorar, no sólo en la parte química, que también, sino incluso en la parte sensorial de esos subproductos de alta gama. 🟢



DESPI

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.tallerespi.com
Tif: 926 510 102
España | Tomelloso

**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



Cena-Cóctel **MUNDOLIVAR** *la velada del año*

La noche del 17 de junio tuvo lugar una cena-cóctel, por cortesía del Ayuntamiento de Córdoba, previa a la celebración de MUNDOLIVAR en los jardines del Alcázar de los Reyes Cristianos, que contó con la asistencia de patrocinadores, ponentes y algunos de los inversores más importantes del sector.







Adaptación y comportamiento agronómico de la variedad Lecciana cultivada en seto en seco en Extremadura

Xavier Rius García
Francisco Fernández Barroso
Jose Manuel Lacarte Peña
Anna Nin Lluçà



Descarga
el ebook
escaneando
este QR





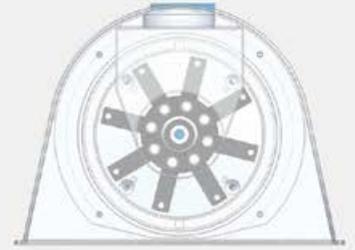
AMENDUNI



MARTILLOS



■ NUEVOS MOLINOS



CUCHILLAS



■ NUEVO ACONDICIONADOR DE PASTAS "HEATEX"



NUEVAS TERMOBATIDORAS ■

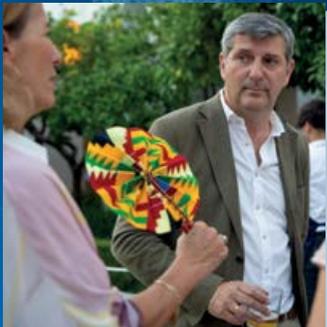
NUEVAS LINEAS "EVO" Y "REX LIMITED" ■



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

📘 amendunicolaspaspa • amenduniberica



Reducción de un **67%**

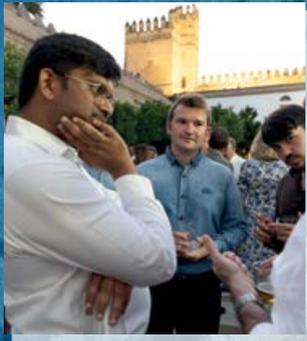
DE LA HUELLA DE CARBONO
EN LOS ÚLTIMOS CUATRO AÑOS



Acesur

INNOVAMOS POR TRADICIÓN





M ANZANO
Flottweg



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





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.





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



Galería de patrocinadores

MUNDOLIVAR

Además de las mesas redondas, MUNDOLIVAR 2025 albergó de nuevo un área expositiva con innovadores formatos para los patrocinadores del evento, donde las principales empresas proveedoras del sector pudieron establecer contacto directo y presencial con los participantes mediante *business meetings*. De hecho, en esta edición se cerraron importantes operaciones comerciales y relevantes acuerdos de colaboración entre las empresas expositoras.



AGR by De Prado.



Agromillora.



Agrosan.



Amenduni Ibérica.



Angibaud.



Autelec Tecnología.



BALAM Agriculture.



Biotecarios.



Caja Rural de Jaén,
Barcelona y Madrid
S.C.C.



Cazaux Rotorflex.



Multinivel Ibérica, S.L. (Cándido).



Cerestia.



Citoliva.



Corteva Agriscience.



DAYMSA.



SF Delta Chem Iberia, S.A.U.



Diputación de Córdoba.



EuroChem Agro Iberia.



Fertinagro Biotech.



FOSS.

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



HAUS Centrifuge
Technologies.



IMS Control Industrial.



INDEA Technologies.



ITC.



John Deere Ibérica, S.A.



Kelp Blue.



Manzano Flottweg.



Moresil.



New Holland - CNH
Industrial Maquinaria
Spain, S.A.



Olivérica - Asociación
Ibérica de Olivar.



OptiCept Technologies AB.



Perialisi España.



Fundación del Olivar (POOLred).



Banco
Santander.



Sea6 Energy Pvt. Ltd.



Selectis Agro.

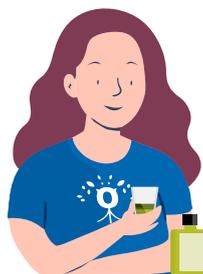


Todolivo.



Veolia - División de Agricultura.





Los talleres
prácticos de

MUNDOLIVAR

Una formación de primer nivel



Una edición más, MUNDOLIVAR 2025 contó con cuatro talleres prácticos que dieron a conocer, durante tres horas cada uno de ellos, las últimas innovaciones del sector, ofreciendo las

claves y las estrategias para garantizar la rentabilidad de las explotaciones y negocios.

En concreto, a lo largo de la tarde del 18 de junio se desarrollaron los talleres prácticos “*Todo lo que necesitas para diseñar y gestionar tu explotación*

en seto”; “*Optimización de la fertilización y el riego*”; “*¿Qué vale transformar mi finca a los nuevos modelos de plantación?*”; y “*Masterclass express maestros de almazara: Calidad, cantidad y rentabilidad*”, que fueron todo un éxito.



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





Taller

1

Todo lo que necesitas para diseñar y gestionar tu explotación en seto

- ❑ *Diseño previo de una plantación de olivar en seto*
Diseño previo: marco de plantación, variedades, elección de la tierra y diseño de riego
Ejecución: preparación de la tierra, plantación, movimiento de tierra
Pablo Ortigueira. Consultor y formador agrícola
- ❑ *Las claves del olivar en seto en secano*
Olivicultura de secano: diseño de olivar en seto en secano y sus variedades
(estudio de la variedad lecciana en secano)
Andrés Salvador. Ingeniero Técnico Agrícola en Cámara Agraria
- ❑ *Gestión y manejo de la plantación de olivar en seto*
Manejo: marcos de plantación, poda, formación y mantenimiento, nutrición, gestión del suelo, enfermedades y plagas (tratamientos)
Aurelio Mozo. Técnico asesor de Algosur
- ❑ *Olivar del mañana*
Variedades innovadoras para maximizar la rentabilidad y sostenibilidad de las explotaciones
Juan Carlos Cañasveras. Director de I+D y Desarrollo de Negocios de BALAM Agriculture
- ❑ *El impacto del diseño de plantación y de la mejora varietal en la rentabilidad y sostenibilidad del olivar*
Francisco Coca. Director de Proyectos Hidráulicos y Desarrollo Rural de Todolivo



Modera:

Álvaro Salas

Delegado Comercial Andalucía de Agromillora

El primer taller técnico de MUNDOLIVAR fue una sesión práctica dirigida a profesionales del sector que buscan diseñar o mejorar sus explotaciones bajo el modelo superintensivo. Con la participación de 30 asistentes y un plantel de expertos de primer nivel, el taller abordó el proceso completo desde la planificación previa a la gestión agronómica, pasando por la innovación varietal y la sostenibilidad.

La sesión arrancó con la intervención de Pablo Ortigueira, consultor agrícola, quien explicó los elementos clave a considerar antes de la plantación: análisis del suelo, orientación del terreno, elección del marco de plantación y variedades, así como el diseño del sistema de riego. Ortigueira subrayó que “lo que se hace bien antes de plantar se traduce en rentabilidad y eficiencia durante toda la vida útil del olivar”.

A continuación, tuvo lugar una intervención compartida entre Andrés Salvador (Cámara Agraria) y Aurelio Mozo (Algosur), que desarrollaron una presentación conjunta “al alimón”. Andrés Salvador centró su discurso en el comportamiento del olivar en seto en condiciones de secano, destacando su experiencia con la variedad lecciana y su idoneidad en entornos de menor disponibi-



lidad hídrica. Por su parte, Aurelio Mozo complementó la exposición con una mirada práctica al manejo del cultivo: poda de formación, mantenimiento, nutrición equilibrada, gestión del suelo y estrategias de control fitosanitario. La intervención conjunta permitió mostrar una visión técnica y realista del día a día en campo, enriquecida con casos concretos y respuestas personalizadas a los asistentes.

Seguidamente, Juan Carlos Cañasveras, director de I+D y Desarrollo de Negocio en BALAM Agriculture, presentó “El olivar del mañana”, un bloque centrado en nuevas variedades adaptadas al cultivo en seto. Cañasveras explicó cómo estas variedades permiten maximizar el rendimiento por hectárea, reducir costes y aportar



1



Álvaro Salas.



Pablo Ortigueira.



Andrés Salvador.



Aurelio Mozo.



Juan Carlos Cañasveras.



Francisco Coca.

valor añadido a través de aceites diferenciados. También resaltó el papel de la innovación varietal en la adaptación al cambio climático y en la sostenibilidad a largo plazo.

El cierre del taller corrió a cargo de Francisco Coca, director de Proyectos Hidráulicos y Desarrollo Rural en Todolivo, quien abordó la relación entre diseño de plantación, mejora varietal y rentabilidad. Coca destacó que una explotación rentable comienza con decisiones bien fundamentadas desde el inicio, e insistió en la importancia de integrar sostenibilidad y eficiencia económica.

La participación del público fue muy activa, con numerosas preguntas sobre riego, poda, variedades, costes de implantación y planificación técnica. El ambiente fue cercano y muy técnico, con un intercambio constante entre ponentes y asistentes.

Este taller demostró que el olivar en seto no sólo es un modelo agronómico viable, sino también una herramienta estratégica para modernizar el sector, responder a los retos climáticos y garantizar explotaciones más rentables, sostenibles y competitivas. 🌱



Reconocidos por el COI
Reconocidos como Laboratorio para
Análisis Físico-Químicos y
Contaminantes para el período actual.



Laboratorio Acreditado por ENAC
Acreditación Nº 749/LE 1295
Alcance Técnico completo en
www.enac.es



ACEITES DE OLIVA, ACEITUNAS Y ORJUS

En la actualidad ofrecemos todas las determinaciones incluidas en el Reglamento (UE) 2022/2104 (anterior Regl 2568/91) y todas sus enmiendas, base para la correcta clasificación de nuestros AOs en sus respectivas categorías, bajo Acreditación ENAC, incluido también en el Panel Test.

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

OTROS ACEITES VEGETALES



ANÁLISIS DE CONTAMINANTES



Dentro de este importante grupo de determinaciones, queremos destacar que, desde Grupo Tentamus España, en el que estamos integrados, ofrecemos **bajo el amparo de la Acreditación de ENAC** muchos de ellos, como por ejemplo, **Plaguicidas por GC-MS/MS y HPLC-MS/MS, Benzopirenos (HAPS), Ácido Erúxico-toxina, Metales Pesados** y otros; también a través del **Grupo Tentamus Internacional, MOSH y MOAH (LC hasta 0.5 ppm) y MCPDs**, Acreditados por **DAKKS (Alemania), y Dioxinas y PCBs similares, por ACCREDIA (Italia).**

No dude en consultarnos otro contaminante o materia activa que pudiera interesarle, así como su acreditación, dado que este Grupo de analitos, por su gran interés, está en continuo crecimiento.



Taller **2**

Optimización de la fertilización y el riego en olivar



Imparte:

Joan Torrents
Consultor en Fertirrigación
y experto de ModpoW
AgriTechnologies

En el marco de MUNDOLIVAR 2025, Joan Torrents impartió este taller con un enfoque práctico y riguroso orientado a la mejora del manejo hídrico y nutricional en el cultivo del olivo. A lo largo de la sesión se compartieron estrategias de aplicación directa en campo, respaldadas por datos reales y experiencia técnica acumulada en fincas productoras.

Uno de los ejes centrales del taller fue la correcta caracterización del suelo. Así, se expusieron ejemplos de cómo segmentar zonas dentro de una misma parcela mediante análisis por capas de profundidad, distinguiendo entre suelos estratificados y suelos más agregados, con mayor capacidad de intercambio. Esta lectura agronómica permite ajustar tanto la estrategia de riego como la formulación nutricional, adaptándose a las condiciones específicas de cada zona.



Joan Torrents subrayó que una fertirrigación eficiente no responde a calendarios fijos, sino a la demanda hídrica y nutricional real del cultivo. Por ejemplo, cuando la demanda es baja, ésta puede cubrirse con riegos más espaciados y ajustados al tipo de suelo. Se propuso un esquema de aportes escalonados: con niveles reducidos en fases de vegetación inicial, incrementos significativos durante la división celular del fruto -fase clave para el calibre-, y una reducción controlada en el tramo de estrés antes de la maduración.



En el plano nutricional, se abordaron prácticas de lavado físico del bulbo húmedo para reducir la conductividad eléctrica, con casos donde se logró bajar de 8 a 3 dS/m en el entorno radicular. Posteriormente, se discutió la aplicación de productos formulados para modificar la dinámica físico-química del suelo, como aminoácidos u otros compuestos con efecto sobre la estructura y la disponibilidad de nutrientes.

Asimismo, se dedicó una parte del taller a revisar detalles técnicos del manejo de riego: desde el uso estratégico de riegos largos para mejorar la infiltración en momentos puntuales, hasta la precisión en la inyección de fertilizantes, controlando el momento de corte del riego para optimizar la absorción y minimizar pérdidas.

El taller incluyó la presentación de casos reales, como una finca recientemente zonificada con criterios agronómicos y aplicada con éxito durante el último año de campaña, lo que permitió mostrar resultados concretos y aprendizajes actuales.

La sesión concluyó destacando la importancia de integrar información del suelo, sensores y conocimiento del ciclo del cultivo para tomar decisiones técnicas fundamentadas. Con una mirada clara y práctica, el taller ofreció a los asistentes herramientas reales para avanzar hacia una fertirrigación más eficiente, sostenible y adaptada a las exigencias del olivar moderno. 🟢



◆ 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



Taller **3**

¿Qué vale transformar mi finca a los nuevos modelos de plantación?



Imparten:

Ángel Ostos.
Director Técnico en ADOS OLEA
Lázaro Cano.
Responsable Comercial de AGR España
André Cardoso.
Operations Director de Duck River Agriculture
Ricardo Aguayo.
Socio fundador de LAND Gestión Agrícola
Juan José Luque.
Director Técnico en Carmonagro



Moderan:

Antonio Machado.
Responsable zona Sur y Portugal de Agromillora
Antonio Cordón.
Director Técnico de I+D+i de Agrosan

Este taller abordó desde múltiples perspectivas una de las decisiones más relevantes para los olivicultores actuales: la transformación del olivar tradicional hacia modelos en seto. En este sentido, se ofreció una visión realista y multidisciplinar que combinó aspectos técnicos, económicos y estratégicos. Y es que esta transformación no es sólo una cuestión agronómica, sino también una decisión empresarial, de evaluación de riesgos y rentabilidades.

La primera parte del taller estuvo dedicada a las ponencias técnicas y económicas. Lázaro Cano, de AGR España, presentó un análisis detallado sobre la rentabilidad de los proyectos de transformación, destacando los costes reales y cómo la economía de escala puede ju-

gar a favor si se gestiona adecuadamente. Cano mostró ejemplos concretos de proyectos "llave en mano" y alertó sobre las desviaciones presupuestarias más comunes.

A continuación, Juan José Luque, de Carmonagro, habló sobre los aspectos técnicos clave. Los asistentes aprendieron sobre la importancia de realizar un estudio previo de viabilidad, la preparación del suelo, la plantación y la fertirrigación. Luque compartió un caso real de transformación y las lecciones aprendidas, subrayando cómo ciertas decisiones técnicas pueden condicionar la eficiencia a largo plazo.

En la segunda parte del taller tuvo lugar una mesa redonda moderada por Antonio Machado, de Agromillora, y Antonio Cordón, de Agrosan, que supuso un espacio



ACABA
CON LA
CONIZA
ANTES
DE QUE SEA
DEMASIADO
GRANDE

Quelex[®]

Arylex[™] active

HERBICIDA

**El control más rentable de malas
hierbas en olivar y cítricos**

...y no solo coniza, es eficaz en muchas más hierbas



   Visítanos en: corteva.com/es | [@cortevaES](https://twitter.com/cortevaES)

Esta información puede no estar actualizada. Con el fin de evitar riesgos para las personas o el medioambiente, lea atentamente la etiqueta del producto y siga estrictamente las instrucciones de uso.

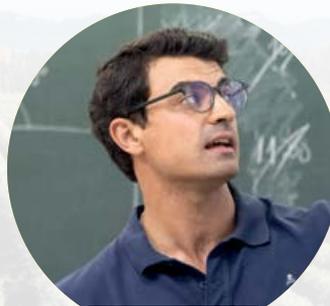
®, ™, SM Son marcas comerciales o de servicio de Corteva Agriscience y de sus compañías filiales. ©2025 Corteva Agriscience™.



3



Ángel Ostos.



Lázaro Cano.



André Cardoso.



Ricardo Aguayo.



Juan José Luque.



Antonio Córdón.



Antonio Machado.

muy dinámico donde se compartieron experiencias reales y visiones diversas. Al respecto, se reflexionó sobre si los agricultores priorizan correctamente entre lo técnico y lo económico, y se debatió sobre los errores más frecuentes en los procesos de transformación.

A su vez, André Cardoso, de Duck River Agriculture, ofreció una mirada desde el mercado y la valoración de fincas transformadas. Cardoso también explicó cómo la calidad de ejecución influye directamente en el valor de mercado y en la percepción de los inversores.

Además, Ricardo Aguayo, de LAND Gestión Agrícola, analizó la gestión integral post-transformación y subrayó que la profesionalización del agricultor es clave para mantener la rentabilidad a lo largo del tiempo.

po. También abordó cómo enfrentarse a la burocracia creciente y a las restricciones fitosanitarias sin comprometer la producción.

Por último, Ángel Ostos, de ADOS OLEA, compartió su experiencia como asesor técnico y ayudó a identificar las fases más críticas de un proyecto y los errores más comunes. También ofreció herramientas para construir relaciones eficaces entre técnicos y agricultores, así como estrategias para asegurar la continuidad del proyecto en los años posteriores.

El taller se cerró con un resumen de ideas clave y un espacio abierto para preguntas de todos los participantes, con un rol activo en los debates de los técnicos expertos y donde se pudieron plantear dudas y consideraciones. 🍷

La seriedad que buscas,
la calidad que necesitas.

OLIVOS NEBULIZADOS



Amplio catálogo de variedades:

Arbequina
Arbosana
Picual
Hojiblanca
Manzanilla cacereña
115
Lecciana
Coriana
Coratina
Arroniz
Martina
Sikitita
Sultana ...

VIVEROS
Lucena



VIVEROS LUCENA DE ENCINAREJO, S.L.

Móv.: + 34 661 257 457

info@viveroslucena.com

www.viveroslucena.com



Taller

4

Masterclass express de maestros de almazara: calidad, cantidad y rentabilidad



El taller se centró en hacer un repaso del proceso de extracción de aceite, desde el campo hasta el almacenamiento en bodega. Así, se comenzó hablando de cosecha temprana y cada ponente explicó la forma de controlar todo el proceso para elaborar aceites de alta gama, empezando por el control sobre el fruto y las características que debe tener para la obtención de este tipo de aceites. Cada ponente hizo hincapié en lo que consideran más importante y con qué tipos de variedades trabajan, explicando las características de cada una y lo que buscan en cada tipo de aceite.

Una vez seleccionado el fruto se habló de los controles que se llevan a cabo en la almazara a la hora de la recepción del mismo y cómo se trabaja para la obtención de aceites Premium. Todos coincidieron en la limpieza de la almazara, la extracción a baja temperatura y el bajo tiempo de batido, además de utilizar centrifugas para la limpieza del aceite. También subrayaron la importancia del filtrado del aceite, que debe hacerse lo antes posible para conservar todas sus características. En esta parte del taller tuvo lugar un enriquecedor debate, ya que los asistentes realizaron preguntas sobre la exposición de los ponentes y las dudas que se les presentan en sus propias almazaras.



Imparten:

Consoli Molero.

Maestra de Almazara, Gerente y Responsable de Producción de la cooperativa Colival

Mateo Martínez.

Maestro de Almazara, Responsable de Producción en Aires de Jaén

Carlos García Caracuel.

Jefe de Bodega de Almazaras de la Subbética

Rafael Sánchez Moreno.

Maestro de Almazara de Luque Ecológico

Antonio Vasco Navas.

Maestro de Almazara y Responsable de Producción de la SCA San Amador



Modera:

Manuel Caravaca.

Presidente de AEMODA y Director de Producción de Explotaciones Agrícolas Las Rozas

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

VLS
Technologies



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, N° 5
13600 Alcázar De San Juan - Ciudad Real
T. 926 544 256 / 926 544 228
www.velomaquinaria.es



4



Consoli Molero.



Mateo Martínez.



Carlos García Caracuel.



Rafael Sánchez Moreno.



Antonio Vasco Navas.



Manuel Caravaca.

También se abordó la manera de trabajar cuando la campaña está en plena producción: qué es lo que cambia a la hora de recibir fruto de diferentes características, de vuelo y suelo, además de diferentes variedades; cómo se trabajaba en fábrica; y qué controles se llevan a cabo para optimizar todo el proceso y buscar una mayor rentabilidad. Esta parte del taller generó también un debate muy interesante entre los ponentes y los asistentes, que pudieron aclarar conceptos.

Asimismo, se repasó la evolución del sector y se abordaron las nuevas tecnologías que se están implantando en

las almazaras. Cada ponente habló acerca de hacia dónde cree que puede ir evolucionando el sector y qué se debe investigar más para aportar mayor rentabilidad a la almazara.

Entre los ponentes hubo unanimidad en que el sector necesita buenos profesionales y que es muy difícil encontrar mano de obra especializada para trabajar en las almazaras. En este sentido, apuntaron que la temporalidad en este trabajo hace que sea muy complicado mantener a trabajadores cualificados que buscan estabilidad laboral, por lo que apostaron por la formación y por dicha estabilidad laboral. 💧



EL MAYOR VIVERO DE PLANTA DE OLIVO CERTIFICADA EN EL MUNDO



GROUPE  **leaplant**®



- Producimos cerca de 20 millones de plantas anuales
- Planta certificada para plantación en seto
- Contamos con un equipo completo para realizar proyectos llave en mano
- Disponemos de campos de planta madre -etiqueta blanca- del IRTA, destinada a la multiplicación
- Seleccionamos todos los clones, siendo los más productivos los de arbequina I18 y arbosana I43
- Somos el único vivero del mundo que dispone de 40.000 plantas madre para producir de forma independiente y controlada sanitariamente
- Ámbito de actuación: España, Portugal, Norte de África, Medio Oriente e Italia

CONTACTO:

Adriano Resta

📞 España: + 34 691 73 75 93

📞 Marruecos: +212 661-256499

Laura Encinas

📞 + 34 676 37 96 82

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





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

Carlos Jiménez, Director de Operaciones, Acesur



"Los resultados conseguidos con la tecnología OptiCept son magníficos, está permitiendo obtener excelentes resultados en la mejora de la calidad y los rendimientos"

Miguel Higuera, Maestro de almazara, Aceites Canoliva



"Tras observar el impacto del sistema OPTICEPT® la temporada pasada, vimos una mayor extracción de aceite de oliva de calidad"

Rafael Doncel, Gerente, Nuestra Señora de la Salud



PULSOS ELÉCTRICOS:

Mejore los Agotamientos y Calidad

¿Listo para notar la diferencia? Escanea el código QR y completa el formulario.

¡Agenda hoy mismo tu evaluación en sitio gratuito!





Una auténtica plataforma de negocios

Molino las Tinajas fue uno de los AOVEs protagonistas de los "Menús MUNDOLIVAR".



además de las mesas redondas, MUNDOLIVAR albergó un área expositiva con innovadores formatos para los patrocinadores del evento, donde más de 40 empresas proveedoras del sector pudieron estable-

cer contacto directo y presencial con los participantes mediante *business meetings*.

Este espacio expositivo y de *networking* se convirtió en la mejor plataforma de negocios. De hecho, en esta edición se cerraron importantes operaciones comerciales y relevantes acuerdos de

colaboración entre varias de las empresas expositoras.

Asimismo, cabe destacar que durante los dos días del evento, varios restaurantes de Córdoba ofrecieron una edición más "Menús MUNDOLIVAR" con el AOVE como protagonista. 🟢



Citoliva y Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía celebran la II Jornada "Un olivar en cambio"

En el marco de MUNDOLIVAR, Citoliva y Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía celebraron la II Jornada "Un olivar en cambio". La cita -presentada y conducida también por Olivia Aranda- reunió a expertos y profesionales del sector en un espacio dedicado a la transferencia de conocimiento y fomento de la innovación, con el respaldo del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) y la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía.



En este contexto, se presentaron los resultados de varios grupos operativos que están marcando un antes y un después en el sector olivarero andaluz.

Así, se dio a conocer **MOSOLIVE 10x10: "Factores determinantes de la contaminación por aceites minerales en el olivar tradicional"**, en el que participan Citoliva, Grupo Interóleo y Sovena España SAU. En concreto, Luis Aparicio, responsable de Calidad del Grupo Sovena, compartió los resultados de este proyecto que ha logrado identificar los puntos críticos donde se produce la contaminación por hidrocarburos minerales (MOH) en el proceso productivo del aceite de oliva procedente de olivar tradicional. Asimismo, presentó los métodos de control desarrollados y destacó la promoción de materiales alternativos para reducir estos compuestos derivados del petróleo. Los asistentes conocieron las buenas prácticas que se están difundiendo para conseguir una producción más segura y sostenible y se



Luis Aparicio.

subrayó el impacto positivo de estas medidas en la calidad del aceite y la confianza del consumidor.

Otro de los grupos operativos presentados fue **SAMM_IRO: "Smart Monitoring Modules for Irrigation & Phytosanitary Management in Olive Growing"**, en el que participan Citoliva, Irdetec Consulting y Asesoría, Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía, AePTIC y CENIT. Joaquín M^a Fernández, director de I+D de Irdetec Consulting y Asesoría, presentó una solución de Agricultura Inteligente adaptada al olivar, desarrollada en SAMM_IRO, que combina la gestión del riego y la fitosanitaria mediante tecnologías de monitorización avanzada. En su fase documental, el proyecto identificó los componentes clave de esta solución y evaluó, a través de encuestas en explotaciones andaluzas, el escaso uso actual de estas tecnologías y las principales ba-



Joaquín M^a Fernández.

rreras para su adopción: falta de financiación, necesidad de formación y asesoramiento, lo que pone de relieve "la urgencia de impulsar iniciativas que faciliten su implantación". En la fase experimental, SAMM_IRO diseñó y desplegó una red de sensores remotos y de proximidad en olivares de Córdoba, Granada y Jaén. Los datos recogidos se procesan mediante Big Data y generan recomendaciones agronómicas en tiempo real, accesibles para los agricultores a través de la web y dispositivos móviles, optimizando así las decisiones de riego y manejo del cultivo.

Respecto al Grupo Operativo **SOST-BISCUITS: "Desarrollo de un producto alimentario con AOVE procedente de manejo sostenible del olivar"** -integrado por Citoliva, la Universidad de Jaén (UJA) y Family Biscuits-, Raquel Costales, responsable de Cooking Lab y Elaio-tecnia de Citoliva, hizo públicos los resultados preliminares obtenidos sobre el consumo de las galletas elaboradas con AOVE procedente de manejo sostenible





del olivar, que se han desarrollado en el proyecto, frente a las convencionales. Los datos apuntan a que, además de afectar a otros parámetros fisiológicos como el peso corporal o la cantidad de grasa visceral, los principales efectos se relacionan con la regulación de los valores de Presión Arterial Sistólica (PAS). Estos efectos se han encontrado tanto en modelos animales convencionales como en un modelo en el que se desarrollaron características propias del Síndrome Metabólico tras la administración de una dieta alta en grasa y en azúcares. A nivel molecular, además de estudiar posibles cambios en la situación de estrés oxidativo, también se analiza la liberación de factores vasodilatadores como el óxido nítrico y vasoconstrictores como la AngII. Estos resultados preliminares abrirían la puerta al desarrollo de productos personalizados elaborados con AOVE dirigidos a grupos de población con especial susceptibilidad a padecer determinadas enfermedades.

En esta jornada también se dio a conocer VITA-TERRA: *“El rol de la microbiota de los suelos en la nutrición y salubridad del olivo”*, en el que participan Citoliva, Tecnova, Oro del Desierto, GrodiTech e Interjospal. Los resultados presentados por David Haigh Flórez, Crop Production de Tecnova, pusieron de relieve el papel de la microbiota del suelo en la nutrición y salubridad del olivo. El representante de Tecnova mostró los datos obtenidos en el análisis de suelos de olivar en Almería y Jaén mediante tecnología avanzada (imágenes satelitales, sensores hiperespectrales y estudios metagenómicos). También se compartieron los avances de los ensayos en campo e invernadero. En este sentido, el tratamiento con bioinsumos a base de PGPR ha comenzado a mostrar efectos prometedores frente a patógenos como *Verticillium* y nematodos, monitorizados



Marina Pérez.

con cámaras hiperespectrales. Estos resultados destacan la importancia de conservar la biodiversidad del suelo como estrategia para mejorar la resiliencia del cultivo.

A su vez, Daniel Lara, gerente de SAT Albarizas, presentó los resultados de OLIKE: *“Mejora económica y ecológica del proceso de cocción de la aceituna de mesa”*.

Este consorcio, compuesto por un equipo multidisciplinar formado por SAT Albarizas, CETEMET, Keyter y Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía, ha logrado resultados muy positivos. Entre las conclusiones del proyecto destacan el reciclado de todo el agua en el proceso de lavado del fruto y en

el de salmuera de fermentación, la reducción del 77% del consumo hídrico en el proceso del cocido de la aceituna y del 67% en el clasificado y deshuesado. Con la solución OLIKE, el consumo total de agua en la industria de aderezo ha pasado de los 2,5 litros por kilo de aceituna producido a 0,70 litros por kilo producido, es decir, un ahorro del

70%. Además, se han logrado reducir los vertidos en un 95% aproximadamente durante todo el proceso, reutilizando las aguas dentro de la propia fábrica. En cuanto a la gestión de los residuos, como el agua de balsas, se ha diseñado un equipo de deshumectación (DTS). Este equipo modifica el aire (creando un punto frío para condensar humedad y un punto caliente para secar el aire) para que actúe como una “esponja”, absorbiendo agua de las balsas. El objetivo es reducir la acumulación de aguas en las balsas de evapo-

ración o, incluso con una buena dimensión del sistema, eliminarlas. De hecho, un equipo de 4 kW puede extraer unos 2,5 millones de litros al año operando 24 horas los siete días de la semana. Además, la máquina se alimenta de forma autónoma con energía fotovoltaica de la propia industria.

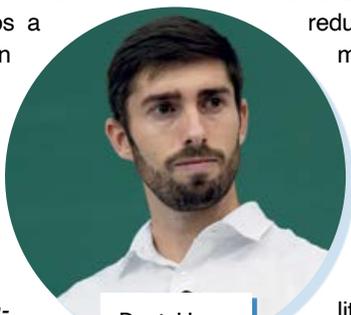
Finalmente, Marina Pérez, técnica de Innovación en la Fundación Ayesa, dio a conocer los resultados del proyecto oliVAR: *“Vision Artificial para la gestión integral de plagas en olivar”*. La Universidad Loyola, la Fundación Ayesa, Opracol Sevilla y Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía han formado un consorcio multidisciplinar para trabajar en el Grupo Operativo oliVAR, un innovador proyecto que ha desarrollado una solución tecnológica avanzada

para detectar e identificar plagas en el cultivo del olivar mediante visión artificial y sensores inteligentes. La solución desarrollada por oliVAR se basa en una red de nodos remotos distribuidos por el cultivo, que incorporan sensores de temperatura, humedad, infrarrojos y cámaras. Todos estos elementos estarán conectados inalámbricamente y enviarán los datos recogidos a una plataforma donde se almacenan, procesan y analizan. A través del *software*, se generarán curvas de vuelo específicas para cada insecto objetivo y se establecerá el Umbral de Daño Económico (UDE),

es decir, el punto crítico que marca cuándo deben aplicarse medidas de control para evitar pérdidas significativas en la producción. El sistema ha sido diseñado para identificar cuatro de las plagas más agresivas del olivar: la mosca del olivo, el *prays*, el abichado y el glifodos. Mediante una interfaz gráfica intuitiva, agricultores, técnicos y asesores podrán consultar en sus dispositivos móviles la actividad de las plagas en tiempo real, facilitando la toma de decisiones informadas y rápidas. 🍃



Raquel Costales.



Daniel Lara.



David Haigh Flórez.

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



Aceites de Oliva de España toma nueva ventaja en el mercado de EEUU valorizando el origen al exportar más producto envasado que a granel



En 2014 España alcanzó por primera vez el liderazgo en las exportaciones de aceites de oliva a Estados Unidos, el mercado más rentable y disputado del mundo. Una década más tarde, registra un nuevo hito, ya que ahora no sólo vende más que sus competidores, sino que lo hace mejor. Según los datos de la United States International Trade Commission, España ya vende en el país norteamericano más aceites de oliva envasados que a granel.

En el primer semestre de 2025, más del 60% del aceite importado desde España llegó envasado al mercado del país norteamericano. Y es que España envió a ese mercado 52.874 toneladas de aceites de oliva envasados en origen, mientras que las 34.399 toneladas restantes llegaron a granel para su embotellado en destino.

“Esto es debido al gran trabajo que hacen las empresas exportadoras y, por supuesto, a las campañas de promoción instrumentadas a través de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español. Nosotros no desdeñamos nunca la exportación de aceites de oliva a granel, pero sí apostamos por el aceite de oliva envasado, porque es el que sitúa la marca España en todos los mercados. No hay mayor promoción que ver en los

lineales la marca España en todos los sitios. Además, porque el valor añadido se queda aquí en España y no en otros mercados”, ha destacado Rafael Pico, responsable de Promoción Exterior de la Junta Directiva de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español y director de la Asociación Española de la Industria y Comercio Exportador de Aceites de Oliva y Aceites de Orujo (ASOLIVA).

Según los últimos datos de la United States International Trade Commission, Estados Unidos importó entre enero y junio de 2025 un total de 87.273 toneladas de aceites de oliva de España, lo que supone un 24,19% más que en el mismo periodo del año anterior.

“Hay que partir de la base de que Estados Unidos supone el 50% del consumo mundial fuera de la Unión Europea. De seguir esta línea de progresión, yo

creo que en pocos años se va a convertir en el país consumidor más grande del mundo, superando incluso a España”, ha destacado Pico.

Por su parte, Joseph R. Profaci, director ejecutivo de la North American Olive Oil Association (NAOOA), confirma desde Estados Unidos el avance de los aceites de oliva de España en los lineales de ese país. “Sin duda, vemos cada vez más marcas españolas envasadas en España en los supermercados del país. Hay varios grandes emprendedores en España que están aportando un gran conocimiento de marketing y comprensión del mercado estadounidense a sus negocios. Estas marcas están progresando con fuerza en Estados Unidos y cada vez está más claro para los estadounidenses que España es el mayor productor mundial de aceite



Rafael Pico, responsable de Promoción Exterior de la Junta Directiva de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español y director de la Asociación Española de la Industria y Comercio Exportador de Aceites de Oliva y Aceites de Orujo (ASOLIVA).



de oliva, y además productores de algunos de los mejores aceites de oliva del mundo”, ha explicado.

Asimismo, Profaci ha señalado que “no tengo ninguna duda de que la imagen del aceite de oliva y de España en general está mejorando en Estados Unidos, especialmente cuando se trata de la comida o la cultura españolas, en la televisión, en programas como *Buscando a España* en CNN. España es, de hecho, uno de los países más atractivos del mundo en términos de interés en Estados Unidos”.

Aranceles

Sobre los aranceles, el director ejecutivo de la NAOOA ha considerado que “el aumento de precios que se producirá a partir de la imposición de aranceles afectará al aceite de oliva de diversas maneras. Este año esperamos una campaña muy productiva y que los precios bajen, pero parece que, con la imposición de aranceles, esto no sucederá. Eso significa que suprimirá el crecimiento del consumo que cabía esperar. Seguiremos teniendo un impacto negativo en las comunidades y en los hogares que ganaban menos de 70.000 dólares al año, que comprarán menos”.

Según Rafael Pico, “nosotros creemos que siempre tendrá una influencia en la exportación española a Estados Unidos, pero no creo que se vea muy disminuida por este motivo”. Además,



Joseph R. Profaci, director ejecutivo de la NAOOA.

ha recordado que prácticamente todos nuestros competidores parten de unos niveles de aranceles similares o incluso superiores. Según ha precisado, “España, Italia -nuestro principal competidor en Estados Unidos-, Grecia y Portugal tenemos el 15%. Turquía tiene el 15%, que es el segundo país productor del mundo de aceites de oliva, mientras que el de Túnez es de un 25%. Por su parte Siria, que no exporta mucho pero sí tiene una producción importante, tiene un 41%, y los demás países tienen un 10%, como es Australia. Chile y Argentina tienen los aceites mucho más caros que los españoles, porque hay que recordar que España tiene una economía de escala, con una producción y una calidad enorme y los precios sensiblemente inferiores”.

Nueva campaña

A pesar de las incertidumbres, el sector de los aceites de oliva sigue confiando en las posibilidades de ese mercado. De hecho, la Interprofesional del Aceite de Oliva Español ya está trabajando en el diseño de la nueva campaña de promoción en el país norteamericano, según ha confirmado Pico.

“Las posibilidades de incrementar nuestra presencia en ese mercado y las posibilidades de que haya un mayor aumento de consumo son muy grandes por dos motivos. En primer lugar, porque el consumidor americano está muy sensibilizado con la salud y el aceite de oliva es el más caro de todos, pero también es el más saludable con las ventajas que tiene acreditadas por cantidad de estudios. Y, además, porque es un mercado que tiene una renta per cápita que le permite consumir aceite de oliva respecto a otros aceites que son más baratos”, ha indicado. 🟢





Terranovus, agricultura respetuosa y compromiso con la excelencia

Creada por Carmelo Sánchez hace dos décadas, Terranovus es una pionera empresa familiar dedicada a la selección de fincas agrícolas y su transformación en prósperas plantaciones de olivar. Actualmente cuenta con más de 2.600 hectáreas de olivar en seto repartidas entre España y Portugal y una moderna almazara dotada con la tecnología más puntera del sector para garantizar una extracción de la más alta calidad.



[Texto: Alfredo Briega Martín]

En Terranovus, cada paso -desde la selección meticulosa de las fincas hasta la transformación de la tierra en fértiles campos de olivos- refleja su compromiso con la excelencia. El proyecto, nacido en 2005 de la necesidad de diversificar y el profundo amor por el campo de su fundador, Carmelo Sánchez, fusiona tradición e innovación, combinando tecnología de vanguardia y agricultura de precisión -con herramientas de última generación como sensores y sistemas de análisis de datos para optimizar cada aspecto del cultivo- con el conocimiento arraigado en las prácticas agrícolas tradicionales y el saber ancestral transmitido de generación en generación.

Desde su creación, y guiada por un afán de mejora continua, la familia Sánchez asumió la responsabilidad completa del proceso productivo y en la actualidad es la segunda generación representada por dos de los hijos del fundador, Carmelo Jr. y Olalla, la que está al mando de las operaciones -los tres comparten la gerencia-, dedicados a preservar y promover el legado de su padre.

La empresa dispone de cinco fincas en España y Portugal que suman un total de 2.605 hectáreas, tanto propias (Monte dos Gregorios y Casa Vieja y Los Quiles) como en alquiler de larga duración, apostando por una fórmula mixta en Herdade Vale dos Travessos.

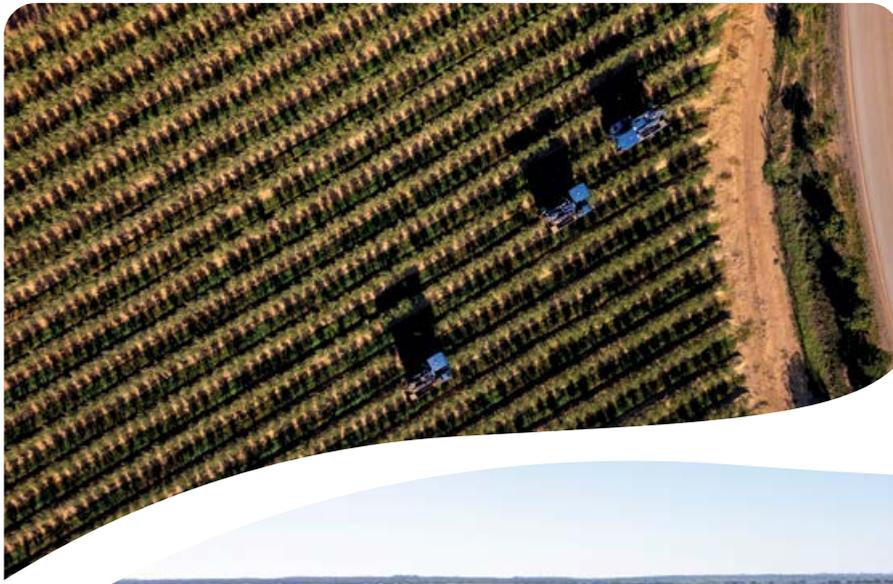
Esta última es la más grande de todas: 950 hectáreas donde se cultivan

desde 2016 las variedades arbequina, arbosana y coriana. Herdade da Figueirinha (2023), por su parte, ocupa 500 hectáreas de arbequina y arbosana; mientras que Monte dos Gregorios (2006) se extiende a lo largo de 515 ha. con la variedad arbequina como protagonista. En España encontramos una finca en Talavera de la Reina (Toledo), la última incorporación (2024), con 550 ha. donde conviven las variedades arbequina, lecciana y arroniz; y Casa Vieja y Los Quiles (2020), en Malagón, en la provincia de Ciudad Real, con 90 ha. de lecciana, una nueva variedad muy resistente al frío que ha ofrecido óptimos resultados desde su implantación. Todas ellas cuentan con un marco de plantación de 3,75 x





[Cada paso, desde la selección meticulosa de las fincas hasta la transformación de la tierra en fértiles campos de olivos, refleja su compromiso con la excelencia]



Finca Herdade Vale dos Travessos, en Santa Vitória (Beja, Portugal).

1,35 metros, excepto Monte dos Gregorios, donde se optó por uno de 4 x 1,5 m.; y Herdade da Figueirinha (4 x 1,35 m.).

El volumen de producción de aceituna alcanza los 20 millones de kilos -sin contar la aportación de la última finca en España-, de los que se obtienen alrededor de 3 millones de kilos de aceite de oliva virgen extra -todo ello comercializado a granel- y unos 2 millones de kilos de aceituna de mesa, a la que se dedican 200 ha. en la finca portuguesa Herdade Vale dos Travessos. La empresa envasa únicamente una pequeña partida de arbequina y lecciana que destina a consumo propio y utiliza para regalar a clientes y amigos.

Vanguardista almazara 4.0 en Beja

Construida en 2020, la vanguardista y espectacular almazara 4.0 de Terranovus, situada en Herdade Vale dos Travessos, en Santa Vitória (Beja, Portugal), dispone de tecnología de última generación en aras de obtener la mayor calidad posible.

El patio de recepción, totalmente automatizado para eliminar tiempos de espera durante la recepción, clasificación y selección de la aceituna, cuenta con dos líneas de recepción de gran capacidad de Agroisa compuestas por limpiadora de 90 t./hora, compacto de limpieza STI 90 (90 t./hora), ocho tolvas de recepción refrigeradas con descarga en tolvinos pulmón automa-

tizados, seis tolvas de almacenamiento de orujo, dos separadoras pulpa-hueso *Agro SDH75* y otras dos tolvas de almacenamiento de hueso con sistema de impulsión de aire previo para limpieza y secado; además de selectores ópticos de Multiscan Technologies.

La zona de extracción, completamente panelada y refrigerada con paneles sanitarios y control de temperatura, consta de cuatro líneas de GEA Westfalia: dos de primera extracción en frío (modelos CF6000 y CF7000) con capacidad para procesar más de 700 toneladas de aceitunas al día (350.000 y 420.000 kg./día, respectivamente); y otras dos líneas de repaso con la misma capacidad de procesamiento.



[En Terranovus se muestran orgullosos de honrar las tradiciones mientras abrazan la innovación]

En las primeras encontramos tres batidoras horizontales por línea con una capacidad de 8.000 kilos cada una, dotadas de filtro de *bypass* y control de temperatura; y dos centrifugas especiales provenientes de otras aplicaciones testadas junto con GEA para lograr una menor oxidación durante el proceso -ahondando en la calidad productiva- y un uso de agua más eficiente.

En cuanto a las líneas de repaso, están equipadas con dos decánters de 11.000 kg. cada uno con las mismas características de la primera extracción (modelos CF6000 y CF7000). Las cuatro líneas disponen de analizadores

de rendimiento en continuo de la firma FOSS, así como analizadores convencionales de apoyo a las tareas de gestión diaria de proceso.

La bodega cuenta con 28 depósitos de Calderería Manzano con capacidad para almacenar más de 3.000 toneladas de aceite -108 toneladas cada uno, 10 de ellos inertizados-, dotados de control de temperatura y humedad; y cinco depósitos de 16.000 l. para AOVEs Premium con sistema de inertización.

La almazara de Terranovus también dispone de laboratorio propio con equipamiento y programática de última generación -todo ello de la marca FOSS- para monitorear y acompañar todas las fases de la producción. Al margen de la elaboración de aceite de oliva virgen extra, Terranovus también destina una parte de su olivar a la aceituna de mesa, por lo que sus instalaciones están preparadas para recibir, seleccionar y calibrar los frutos susceptibles de ser comercializados a tal efecto.

Pasión por la excelencia

La esencia de los AOVEs producidos en Terranovus nace del equilibrio entre tradición e innovación. La empresa trabaja únicamente con olivar en seto, recolectando las aceitunas en su momento óptimo de madurez. Cada cam-





paña se afronta con un enfoque respetuoso con el entorno, cuidando con mimo cada etapa del proceso: desde una recolección temprana hasta una extracción en frío que conserva todos los matices del fruto.

“Nuestra misión es producir aceite de oliva virgen extra de la más alta calidad, utilizando métodos sostenibles y respetuosos con el medio ambiente -afirma Carmelo Sánchez Jr.-. Nos esforzamos por cuidar cada paso del

proceso productivo, desde el cultivo de nuestros olivos hasta el embotellado del producto final, asegurándonos de que cada gota de aceite refleje nuestra dedicación y pasión por la excelencia. En Terranovus nos enorgu-



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 Auserere S.L.

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

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

auserere@auserere.es
www.auserere.es



[Terranovus sólo comercializa aceite a granel y en la actualidad el 80% de la producción se exporta a Italia, destinándose el resto a los mercados portugués y español]

Ilece honrar las tradiciones mientras abrazamos la innovación”.

Terranovus sólo comercializa aceite a granel y en la actualidad el 80% de la producción se exporta a Italia, destinándose el resto a los mercados portugués y español. No obstante, determinadas partidas apreciadas por sus excelentes características organolépticas y físico-químicas son vendidas en mercados más lejanos como el chileno o el estadounidense.

Su *namimg* e imagen de marca ha sido desarrollada por el prestigioso estudio ubetense Cabello x Mure, reflejando una visión futurista inspirada en la innovación tecnológica y el imaginario de Julio Verne. Su diseño equilibra sostenibilidad y vanguardia mediante una síntesis entre la hoja de olivo y la arquitectura de la almazara.

La empresa lanzó recientemente -mayo de 2025- su página web y también cuenta con perfil en Instagram, donde el Departamento de Marketing encabezado por Olalla Sánchez se encarga de subir diariamente contenido acerca de su actividad -cómo realiza



Instalaciones de la vanguardista almazara 4.0 de Terranovus en Santa Vitória (Beja, Portugal). De izqda. a dcha., patio de recepción (1 y 2); sala de extracción (3 y 4); bodega (5 y 6); y laboratorio (7 y 8).

las plantaciones, aspectos a tener en cuenta antes, durante y después de la plantación, consejos sobre mantenimiento del campo, proceso de elaboración del aceite-, además de recetas y maridajes.

Apuesta por nuevas variedades y próximos retos

Terranovus forma parte de diversas asociaciones sectoriales en España y Por-

tugal (Olivum, Olivérica), participando activamente en proyectos orientados a lograr una mayor eficiencia en la gestión y uso de los recursos disponibles con el objetivo último de obtener un AOVE de alta calidad que satisfaga las demandas de sus clientes.

Su fuerte apuesta por nuevas variedades y su adaptación a entornos menos favorables también ha sido importante durante los últimos años; de ahí



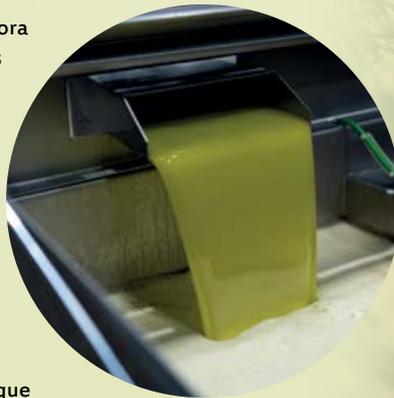


Compromiso, visión ética e innovación

En Terranovus entienden la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como una parte esencial de su filosofía de trabajo. La estrategia de la compañía se basa en tres pilares fundamentales:

- **Compromiso con el entorno y la sostenibilidad.** Terranovus practica una agricultura respetuosa con el suelo, el agua y la biodiversidad. Su apuesta por el olivar en seto le permite optimizar recursos, reduciendo la huella hídrica y apostando por técnicas de cultivo que regeneran el ecosistema y fomentan la vida en el campo.
- **Innovación con sentido.** La empresa invierte en tecnología para mejorar la eficiencia y trazabilidad de sus procesos, pero siempre al servicio de una agricultura más limpia, precisa y responsable. La innovación es entendida como herramienta para producir mejor, con menos impacto y más respeto.
- **Comunidad y trabajo digno.** Terranovus valora el empleo rural y colabora con proveedores y profesionales que comparten su visión ética, fomentando relaciones justas y transparentes, así como la transmisión de conocimiento dentro del sector, especialmente dirigido a las nuevas generaciones.

Y es que, como asegura Carmelo Sánchez Sr., “creemos que la única forma de ofrecer un producto excelente es hacerlo de manera honesta, responsable y coherente con los valores que defendemos como marca y como personas”.



De izqda. a dcha., Carmelo Sánchez Jr., responsable de Producción; su hermana Olalla, responsable de Administración y Marketing; y el padre de ambos y fundador de la empresa, Carmelo Sánchez Sr.

de Talavera de la Reina en un moderno centro capaz de dar respuesta a la futura producción de la explotación, así como a los olivares que se encuentran en las inmediaciones.

“Nuestra pretensión -concluye Carmelo Sánchez Jr.- es convertirnos en un referente en la producción de AOVE sostenible en España y Portugal, liderando a través de la innovación y el respeto a la naturaleza. Queremos inspirar a otras empresas a adoptar prácticas agrícolas sostenibles y a valorar el impacto positivo que el respeto por la tierra puede tener en la calidad del producto final. Aspiramos a expandir nuestra presencia a nivel internacional desde el compromiso con la sostenibilidad y la búsqueda de la excelencia”.

que la empresa haya acometido plantaciones de lecciana en zonas de La Mancha con escasez de agua, la adaptación de la variedad arroniz al seto

con regadío o la plantación de coriana en el Alentejo. El siguiente reto que se marca la compañía es transformar una pequeña almazara ubicada en la finca

Terranovus
info@terrannovus.net
www.terrannovus.net





Ignacio *Coco* Montes, chef de Pabú

PA-BÚ

COCINA DE MICROTEMPORADA

“El AOVE es un hilo conductor en mi cocina, un ingrediente que no necesita disfrazarse de nada, auténtico y versátil”

Basado en el concepto de cocina de “microtemporada”, Pabú es el primer proyecto propio de Ignacio *Coco* Montes (Madrid, 1988) tras haber pasado por cocinas Michelin de todo el mundo. Con el máximo respeto por el ingrediente y su estacionalidad llevada al extremo, este apasionado de la cocina creativa y tradicional de clara inspiración francesa -con el AOVE como hilo conductor- que encuentra en la excelencia, la innovación y la sostenibilidad sus genuinas señas de identidad sólo persigue un objetivo: que los clientes -recibidos como amigos- disfruten comiendo.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

¿**Q**uién es **Coco Montes** y de dónde procede el apodo?

Soy madrileño y la cocina es mi pasión desde niño. “Coco” es el apodo que siempre me ha acompañado desde pequeño; es como me llamaban en casa y entre amigos. Es un nombre que me conecta con mi esencia más personal y familiar.

Háblanos de tu formación como chef. Tras formarte en Le Cordon Bleu en París, fuiste discípulo de Alain Passard, del restaurante parisino L'Arpège (tres estrellas Michelin), donde llegaste a ejercer como jefe de cocina. Las influencias de la cocina francesa parecen evidentes...

Así es. Estudié en Le Cordon Bleu París, donde obtuve el Grand Diplôme en cocina y

pastelería. Después tuve la suerte de trabajar seis años con Alain Passard en L'Arpège, lo que marcó profundamente mi filosofía culinaria, sobre todo en el respeto absoluto al producto vegetal. Mi paso por Azurmendi, Zalacaín y Eleven Madison Park también enriqueció mi visión técnica y creativa.

En noviembre de 2023 se inaugura Pabú, tu primer proyecto propio.



P“Pabú es alta cocina tradicional con un enfoque contemporáneo, basada en la microtemporada y con un fuerte componente vegetal”



Coco, ¿qué es exactamente Pabú?

Pabú es mi casa, un lugar en el que recibo a los comensales como a amigos. Es un proyecto profundamente personal, donde la cocina gira en torno a los ingredientes, a su tempora-

lidad extrema y al respeto por el origen. Es alta cocina tradicional con un enfoque contemporáneo, basada en la microtemporada y con un fuerte componente vegetal.

Cocina de microtemporada

De Pabú, cuya propuesta se define como cocina de microtemporada, se dice que “ha revolucionado la gastronomía madrileña con una propuesta que fusiona la técnica de la cocina francesa con un enfoque en los productos de temporada de la región”. **Suena bien...**

En Pabú intentamos precisamente eso: poner en valor el producto español, de pequeños productores, con la técnica depurada que aprendí en Francia. Queremos ofrecer una experiencia efímera y fresca, que cambie cada día según lo que la naturaleza nos ofrece.

La carta gira en torno a ocho platos que cambian todos los días y que se pueden degustar en formato menú o a la carta. Te gusta jugar con el producto fresco que entra cada día en cocina, incorporar a diario ingredientes nuevos, adaptarte y sorprender al cliente con platos finalizados en el último momento. “Para mí el lujo es la flexibilidad”, proclamas. Explicáte...

Nueva ley ANTI-FRAUDE

verifactu

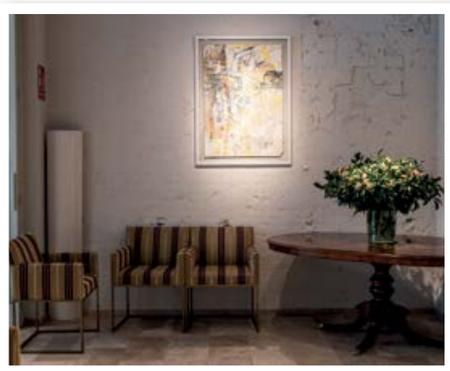


1 de Enero de 2026



www.nodens.com/gna
941 287 130

Software de gestión para almazaras: con VERI*FACTU y TODO lo que necesitas



“La estrella Michelin no cambia nuestra forma de trabajar, pero sí nos recuerda cada día el compromiso que tenemos con quienes nos visitan; lo que cambia es la visibilidad del proyecto y la expectativa que se genera alrededor”

“El AOVE es un ingrediente que respeta y realza, que da cohesión al plato sin robar protagonismo al producto principal; un superalimento por su pureza, su capacidad de aportar matices y su valor nutricional”

En efecto, el auténtico lujo en la cocina y en la vida es poder adaptarte al momento, a lo que el día te ofrece. Trabajamos con productos que llegan en su punto perfecto, y eso nos obliga -y a la vez nos permite- ser flexibles, creativos, escuchar a la naturaleza y a nuestros productores. Es un lujo poder cocinar sin ataduras, sin un guión fijo, y dejar que el menú se escriba en función de lo que realmente merece la pena poner en el plato ese día. Esa libertad es lo que nos permite sorprender, emocionar y dar lo mejor de nosotros mismos en cada servicio. Entendemos que permitir que el comensal coma menú, corto o largo, medias raciones, a la carta, sin ser mesa completa, adaptarnos a sus necesidades, es fundamental.

Creo que tanto la decoración como la elección de los materiales del restaurante representan la gran importancia de la familia en Pabú...

Pabú es, en esencia, mi casa, y quería que todo lo que lo compone tuviese un sentido, un vínculo emocional. Las mesas, por ejemplo, llevan los nombres de personas queridas. Los muebles y materiales tienen una segunda vida: los hemos recuperado de subastas o nos

los han fabricado artesanos cercanos, como el carpintero de la familia o el herrero que diseñó la bodega. Todo está elegido con el corazón, quería que cada comensal sintiese que es recibido en un espacio auténtico y lleno de alma.

Entre otros reconocimientos, Pabú fue elegido en 2024 como Restaurante del Año en la Comunidad de Madrid por la Cofradía de la Buena Mesa. En una ciudad tan vibrante a nivel gastronómico como esta, con una oferta tan ingente, variada y apabullante, con aperturas casi cada semana, supongo que el galardón te habrá llenado de legítimo orgullo...

Por supuesto, es un orgullo enorme. Madrid tiene un nivel gastronómico extraordinario, lleno de talento y de propuestas magníficas. Que un proyecto tan personal y joven como Pabú haya sido reconocido como Restaurante del Año es una alegría, pero sobre todo supone una responsabilidad para seguir trabajando con la misma honestidad y entrega con la que abrimos nuestras puertas el primer día.

Con apenas un año de vida, Pabú lograba a finales de noviembre de

2024 su primera estrella Michelin. ¿Te asusta que todo vaya tan rápido, tienes sensación de vértigo?

No diría que vértigo, pero sí un enorme respeto por lo que representa ese reconocimiento. La estrella no cambia nuestra forma de trabajar, pero sí nos recuerda cada día el compromiso que tenemos con quienes nos visitan. Es cierto que todo ha ido muy rápido, pero lo vivo con gratitud y con la ilusión de seguir creciendo fieles a nuestra filosofía.

Coco, ¿en qué ha cambiado tu vida desde que eres *estrellado*?

En lo esencial, nada: sigo entrando cada día a la cocina con las mismas ganas de crear, de cuidar del producto y de quienes nos eligen para compartir una comida. Lo que cambia es la visibilidad del proyecto y la expectativa que se genera alrededor. Pero nosotros nos mantenemos en el camino hacia la excelencia que hemos querido seguir desde que abrimos nuestras puertas.

Pabú, el restaurante de los cumpleaños de la Casa Real. Cuéntame esto, por favor.



“Es una labor de la alta gastronomía poner en valor el AOVE hasta que ocupe el lugar que merece; tenemos que ser embajadores desde la cocina, mostrando su versatilidad y sus matices”



bar protagonismo al producto principal. Lo destacaría como un superalimento por su pureza, su capacidad de aportar matices y su valor nutricional. Es un ingrediente que no necesita disfrazarse de nada, auténtico y versátil.

¿Qué variedades sueles emplear y por qué?

Solemos utilizar arbequina, cornicabra, manzanilla y picual. Por ejemplo, la cornicabra casi siempre como monovarietal con un porcentaje ínfimo de manzanilla; al igual que la picual y la arbequina. Me gustan porque son aceites con mucha presencia, muy específicos, directos, imponentes... hay que saber usarlos, pero cuando das con la proporción adecuada son sensacionales.

Me gusta trabajar con picual por su carácter y potencia; arbequina por su dulzura y suavidad; y cornicabra por ese punto amargo que tanto me interesa para ciertos platos. Me gustan los aceites que expresan su origen, su tierra. Últimamente me ha sorprendido un coupage artesanal de un pequeño productor

Lo único que puedo decir es que para nosotros es un honor y un motivo de alegría que confíen en Pabú para momentos tan especiales. Como siempre hemos dicho, tratamos con la misma dedicación y respeto a todas las personas que cruzan nuestras puertas.

Hablando de AOVE

Coco, ¿qué papel juega el aceite de oliva virgen extra en tu cocina? ¿Qué es lo que destacarías de este superalimento?

El AOVE es un hilo conductor en mi cocina. Es un ingrediente que respeta y realza, que da cohesión al plato sin ro-

31 IMATEC
INGENIERÍA, METROLOGÍA Y ASISTENCIA TÉCNICA

MÁS DE UNA DÉCADA
DE COMPROMISO EN EL

AVANCE DE LA INDUSTRIA
AGROALIMENTARIA

METROLOGÍA
LEGAL



INSTALACIONES
ELÉCTRICAS DE BAJA
TENSIÓN



ASESORAMIENTO
TÉCNICO, ESTUDIO
DE INGENIERÍA



SISTEMAS DE
PESAJE

DESARROLLO
SOFTWARE

AUTOMATIZACIÓN DE
PROCESOS

TRAZABILIDAD



CEM CENTRO ESPAÑOL
DE METROLOGÍA

Polígono Industrial "Los Olivares"
C/ Huesa, 4, 23009 Jaén

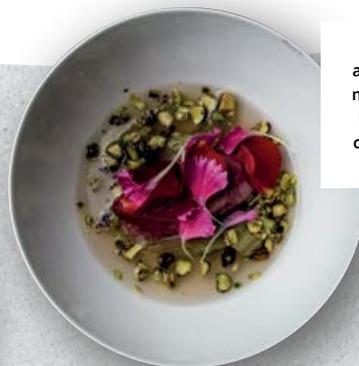
info@imatec31.es
www.imatec31.es
953 284 697



Foie micuit con hojaldre y praliné de avellana.



Canette de Barbarie asada en su salsa, salsa de muslitos a la verbena, chocolate al 85% avinado, albaricoque y zanahoria morada.



Ruibarbo pochado al almíbar de menta manzana y albahaca limón, con sorbete de fresitas y pétalos de rosa.



Sopa de tomate al AOVE, mozzarella, vainilla Bourbon de Madagascar, pequeñas brevas y flor de ahelí.

de Madrid que descubrimos hace poco: un aceite fresco, vibrante, que aporta una capa extra de autenticidad al plato.

¿Cuáles son tus AOVEs favoritos? ¿Y alguno que te haya sorprendido últimamente?

Tengo muchos, la verdad. Trabajamos mucho con *La Aceitera de la Abuela* y su picual monovarietal me parece algo tremendo, sensacional. Hace poco probé un primer prensado que me encantó, pero no recuerdo cuál era... En general, me gustan los aceites imponentes, con presencia, que se noten que están ahí en el plato. Los aceites suaves los utilizo mucho menos, salvo que la receta lo pida claramente.

En la pasada edición de la WOOE protagonizaste una ponencia sobre las nuevas estrellas Michelin y el secreto del AOVE. ¿Nos lo puedes desvelar?

El secreto es muy simple: elegir aceites honestos, de productores que respetan el olivar y su entorno, y saber usarlos en el momento justo. El AOVE es como un gran vino: su magia está en cuándo y cómo lo incorporas. Ni más ni menos.

¿Cuál dirías que es tu mejor receta con AOVE?

Una de las recetas en las que más disfruto trabajando el AOVE es un tomatito raf, joven, pequeñito y bien maduro, de la zona de Zamora. Lo pochamos muy ligeramente en un almíbar aromatizado con citronela, verbena, menta, limón y albahaca. Lo servimos con una sopa fría de almendra marcona y albaricoque, el tomatito, un poco de trigo sarraceno crujiente, pimienta al tomillo limón y melón. El AOVE está presente en distintos momentos del plato: lo incorporamos a la crema de almendra para darle untuosidad y profundidad, al almíbar para redondear los aromas y al acabar el plato, como ese toque final que lo termina de elevar. Es un plato donde el aceite no acompaña: es protagonista, es el hilo conductor que une todos los matices.

¿Llegará el día en que la carta de AOVEs en los restaurantes de alta cocina sea tan habitual como la de vinos?

Yo creo que sí, y es vital que lo consigamos. Es un trabajo nuestro, de la alta

gastronomía, poner en valor el AOVE poco a poco hasta que ocupe ese lugar que merece. De hecho, ya en muchos restaurantes gastronómicos, y no sólo españoles, hay platos o pases donde el protagonista es el aceite con pan, no el pan con aceite. Se ofrecen distintos tipos de AOVE, de diferentes prensados, edades, variedades... y eso es un paso importante. Llegará ese día, pero se necesita tiempo y que desde España sigamos dándole el valor que merece.

Chefs y celebrities

Hoy día, los chefs se han convertido en auténticas celebrities. ¿Qué opinión te merece este fenómeno?

Es un fenómeno que tiene su lado positivo y su parte delicada. Por un lado, está bien que la cocina y el trabajo de tantos profesionales tengan visibilidad y se valoren más que nunca. Pero nunca debemos olvidar que lo esencial es lo que sucede en los fogones y en la sala, no fuera de ellos. Nuestra responsabilidad es cocinar, cuidar del producto y de

FILTROX Southern Europe The best filtration



“Aún queda mucho trabajo de divulgación para que el AOVE sea percibido fuera de nuestras fronteras no como un lujo exótico, sino como un ingrediente esencial”

nuestros comensales. Lo importante es que el foco esté en el oficio y en lo que aportamos a quienes vienen a nuestra casa. Si ambas cosas pueden compaginarse, me parece perfecto.

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. ¿Qué percibes dentro y fuera de nuestro país en relación con este pilar fundamental de la Dieta Mediterránea?

En España somos muy conscientes del valor del AOVE, está en nuestro ADN gastronómico y cultural. Fuera se aprecia y se respeta, pero todavía hay mucho camino por recorrer para que se entienda como lo que es: un producto extraordinario, un símbolo de nuestra tierra, que aporta salud y sabor a partes iguales. Aún queda mucho trabajo de divulgación para que el aceite de oliva virgen extra sea percibido fuera de nuestras fronteras no como un lujo exótico, sino como un ingrediente esencial.

En tu opinión, ¿cuál sería la mejor manera de acercar este tesoro gastronómico a las cocinas y hogares de todo el mundo, de exportar las bondades saludables y gastronómicas del virgen extra?

Creo que el camino pasa por la educación y por la experiencia directa. Hay que enseñar lo que hay detrás de un buen aceite: el trabajo en el olivar, el respeto al suelo, el cuidado en la elaboración. Y después, invitar a probarlo, porque el AOVE habla por sí solo cuando se prueba en crudo, en un buen pan, en un plato sencillo. Tenemos que ser embajadores desde la cocina, mostrando su versatilidad y sus matices. Y, por supuesto, apoyar a los productores que trabajan con rigor y autenticidad. 🍴

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





Uso de la biodiversidad varietal del olivo para innovar y mejorar la competitividad del olivar



A finales del pasado mes de junio el Grupo Operativo BiOlivo celebró su jornada final con la presentación de importantes resultados orientados a conservar la biodiversidad genética del olivo como vía para garantizar la competitividad, diferenciación y sostenibilidad del sector. Entre los logros más destacados del proyecto se encuentra la identificación de cinco nuevas variedades de olivo no catalogadas en la provincia de Cádiz -confirmadas mediante análisis moleculares y actualmente en proceso de multiplicación para su incorporación al Banco Mundial de Germoplasma del IFAPA-, reforzando el valor estratégico del olivar tradicional en dicha provincia andaluza.

Por Manuel Rueda Martínez¹, Juan Manuel Pérez González¹, Antonio Amores Arrocha¹, Pau Sancho Galán², María del Carmen Rodríguez Dodero³, Angjelina Belaj Memaj⁴, Raúl de la Rosa⁵ y Ana Jiménez Cantizano¹

El olivo (*Olea europaea* L.) representa uno de los pilares históricos y culturales más emblemáticos de la agricultura mediterránea, con más de 7.000 años de cultivo documentado (Sofo et al., 2008; Terral et al., 2004). A lo largo de los siglos, su expansión y domesticación ha configurado paisajes, economías y dietas en toda la Cuenca del Mediterráneo. Actualmente, cuenta con un papel particularmente destacado en Andalucía, líder mundial en producción de aceite de oliva (Consejo Oleícola Internacional, 2024). Sin embargo,

este enorme crecimiento y la globalización agraria de los últimos años han conllevado una pérdida de diversidad genética del olivo, que son un bien imprescindible ante los desafíos del cambio climático.

Los efectos del cambio climático, ampliamente documentados en estudios recientes (Lorite et al., 2022; Lionello et al., 2018), amenazan de forma directa la productividad, sostenibilidad y calidad del aceite de oliva virgen extra (AOVE). Aumentos de temperatura, estrés hídrico y fenómenos meteorológicos extremos ya están afectando a la lipogénesis,

reduciendo el contenido de ácido oleico en algunas variedades comerciales y comprometiendo la estabilidad oxidativa de los aceites. Estas alteraciones no sólo influyen en la calidad final del producto, sino que también repercuten en la competitividad y rentabilidad del cultivo. De ahí que se antoje imprescindible identificar genotipos más resilientes, con bajo requerimiento de frío invernal y mayor estabilidad en el aceite obtenido ante condiciones extremas.

La Sierra de Cádiz, situada en el extremo occidental andaluz, constituye un enclave de gran interés para la inves-

¹ Departamento de Ingeniería Química y Tecnología de Alimentos, Área de Producción Vegetal. Facultad de Ciencias e Instituto de Investigaciones Vitivinícolas y Agroalimentarias (IVAGRO), Universidad de Cádiz. Puerto Real, Cádiz

² Departamento de Ingeniería Química y Tecnología de Alimentos, Área de Tecnología de Alimentos. Facultad de Ciencias e Instituto de Investigaciones Vitivinícolas y Agroalimentarias (IVAGRO), Universidad de Cádiz. Puerto Real, Cádiz

³ Departamento de Química Analítica. Facultad de Ciencias e Instituto de Investigaciones Vitivinícolas y Agroalimentarias (IVAGRO), Universidad de Cádiz. Puerto Real, Cádiz.

⁴ Instituto Andaluz de Investigación y Formación Agraria, Pesquera, Alimentaria y de la Producción Ecológica (IFAPA). Alameda del Obispo, Córdoba.

⁵ Instituto de Agricultura Sostenible (IAS-CSIC), Córdoba.





[[El propósito del GO BiOlive es preservar, conocer y potenciar variedades autóctonas que no sólo son testimonio de siglos de cultura agraria, sino que pueden constituir una herramienta clave para mitigar los efectos del cambio climático en el sector oleícola]]

tigación oleícola. A pesar de su limitada representación en las estadísticas productivas nacionales, esta comarca serrana ha mantenido viva una valiosa colección de variedades antiguas de olivo adaptadas a condiciones climáti-

cas singulares, como inviernos suaves y veranos extremos, propias del clima mediterráneo montañoso. Muchas de estas variedades locales nunca han sido caracterizadas ni conservadas oficialmente, y se encuentran actualmente

en riesgo de erosión genética por la expansión de monocultivos de variedades comerciales como arbequina y picual.

JAENCOOP
grupo

THE LARGEST

PRODUCER OF OLIVE OIL FROM THE ORIGIN IN JAEN

DIVERSITY *of* VARIETIES

PICUAL
TRADITIONAL FARMER
TRAZABILITY
ROYAL
ORGANIC
ARBEQUINA
QUALITY
INTEGRATED PRODUCTION
ORIGIN
PROTECTED DESIGNATION OF ORIGIN



ES-ECO-001-AN
Agricultura UE



www.jaencoop.com



CERTIFICATED





El proyecto BiOlive ha permitido identificar cinco nuevos genotipos y caracterizar aceites de oliva procedentes de variedades autóctonas o locales de la provincia de Cádiz, demostrando su alto valor comercial, nutricional y sensorial

En este contexto, el Grupo Operativo BiOlive (https://biolive.grupooperativo.es) surge como respuesta científica y técnica ante esta necesidad, con el objetivo de estudiar y valorizar el patrimonio varietal del olivo en la provincia de Cádiz. Esta iniciativa se sustenta en un enfoque interdisciplinar que combina prospección genética, análisis agronómico, caracterización físico-química de aceites y evaluación de la adaptación varietal a escenarios agroclimáticos futuros. Su propósito es claro: preservar, conocer y potenciar variedades autóctonas que no sólo son testimonio de siglos de cultura agraria, sino que pueden constituir una herramienta clave para mitigar los efectos del cambio climático en el sector oleícola.

Metodología

El proyecto desarrollado por el Grupo Operativo BiOlive ha seguido una metodología integral y multidisciplinar, articulada en tres líneas principales. En primer lugar, se llevó a cabo una prospección en campo para localizar y georreferenciar olivos centenarios en la provincia de Cádiz, muchos de ellos potencialmente únicos. De estos árboles se tomaron muestras de hojas y frutos para su identificación genética y caracterización de los aceites. Para la caracterización genética se emplearon marcadores moleculares tipo SNP (Single Nucleotide Polymorphism) y los perfiles obtenidos para cada muestra se compararon con los genotipos de la base de datos del Banco Mundial de Germoplas-



Foto de familia de autoridades y miembros del GO BiOlive.



Visita de campo a parcelas experimentales de ensayos en la jornada final del GO BiOlive.



Inauguración de la jornada final del GO BiOlive celebrada en las instalaciones de la SCA Ntra. Sra. de los Remedios-Picasat de Olvera.

ma del IFAPA Alameda del Obispo (Gómez-Gálvez et al., 2024).

En segundo lugar, los aceites extraídos a partir de los frutos fueron analizados en laboratorio para determinar

parámetros de calidad como el perfil de ácidos grasos, compuestos fenólicos, escualeno, tocoferoles y estabilidad oxidativa. Asimismo, se realizó un análisis sensorial mediante paneles de cata en-





[[BiOlive se consolida como una iniciativa pionera que conecta tradición, innovación y sostenibilidad en la olivicultura andaluza]]



En la jornada final del proyecto BiOlive tuvo lugar una cata de AOVEs de la DOP Aceites Sierra de Cádiz.

trenados, con el objetivo de identificar perfiles organolépticos diferenciadores. Todos los procedimientos se realizaron según los protocolos oficiales (*Consejo Oleícola Internacional, 2025*).

Finalmente, como paso previo al desarrollo de un modelo predictivo que relacione variables ambientales con la calidad del aceite, se ha llevado a cabo el despliegue de una red de sensores meteorológicos y de temperatura en distintos puntos de la provincia. Estos

sensores permitirán recopilar datos agroclimáticos continuos que, en fases futuras del proyecto, servirán de base para modelizar el efecto de factores ambientales sobre el rendimiento graso y la composición del aceite.

Resultados y discusión

En total, se han recogido 42 muestras de árboles repartidos en distintas localizaciones de la provincia de Cádiz, identificándose con 17 genotipos dis-

tintos. Doce de ellos coincidieron con variedades ya catalogadas en el Banco Mundial de Germoplasma -aloréña, habichuelero de Grazalema, lechín de Sevilla, manzanilla baquetera, manzanilla de Sevilla, morona, ocal, olivo de Pago-dulce, rechino, verdial de Cádiz, verdial de Huévar y zorzaleño de Setenil- y el resto con variedades no identificadas previamente, que han sido codificadas como Desconocidas 1-5; por lo que el potencial de encontrar variedades no catalogadas en la provincia de Cádiz es bastante alto.



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





[La biodiversidad del olivo es un recurso estratégico que debe protegerse y aprovecharse para asegurar el futuro del sector en la provincia de Cádiz]

Cuatro de estas variedades desconocidas se han localizado en el término municipal de Olvera y una en el término municipal de Alcalá del Valle. Esto abre nuevas vías de investigación sobre posibles variedades locales no catalogadas. En la guía “*El legado de la Sierra de Cádiz, diversidad genética del olivar*” se recoge parte de la información fenotípica de las variedades estudiadas (<https://rodin.uca.es/handle/10498/36696>).

Los aceites de oliva extraídos a partir de los frutos recolectados de las diferentes variedades y analizados en el marco del proyecto BiOlive revelaron un alto potencial en cuanto a su composición físico-química y características organolépticas.

Respecto a la calidad inicial, los aceites mostraron, en su mayoría, una acidez baja (entre 0,16% y 0,44%) y valores de índice de peróxidos generalmente inferiores a 10 meq O₂/kg., cumpliendo con los requisitos de la categoría virgen extra. Los índices de absorción K232 y K270 también fueron bajos, indicando una buena estabilidad oxidativa inicial. Se observaron excepciones puntuales, como en verdial de Huévar, donde se detectaron niveles elevados de oxidación primaria, debido principalmente al estado sanitario del fruto, recogido finalizando la campaña y dañado por las influencias climatológicas de la estación invernal.

La estabilidad oxidativa también mostró una variación significativa entre variedades: mientras algunas apenas alcanzaban las 10 horas, otras superaban las 25, indicando una mayor resistencia a la oxidación (Figura 1). Estas diferencias se vinculan directamente con el contenido

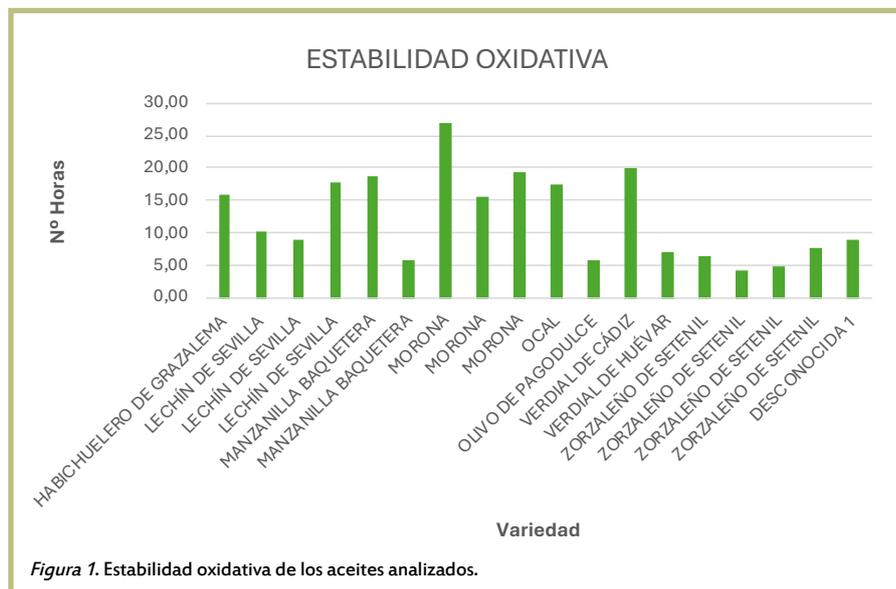


Figura 1. Estabilidad oxidativa de los aceites analizados.

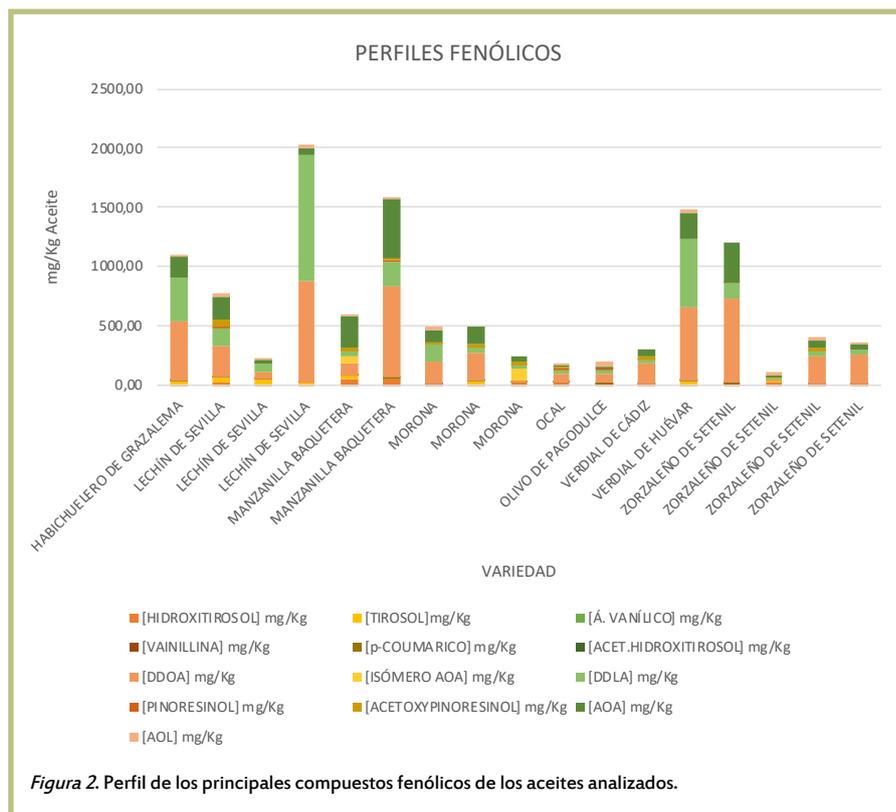


Figura 2. Perfil de los principales compuestos fenólicos de los aceites analizados.

do en ácidos grasos monoinsaturados y la presencia de antioxidantes naturales.

Se cuantificaron también un total de 13 compuestos fenólicos relevantes mediante HPLC (Figura 2). Las variedades verdial de Cádiz (M04) y morona (M07) destacaron por su intensidad fenólica, lo que sugiere un elevado valor funcional y un perfil sensorial amargo y picante más marcado. Además, un análisis multivariante permitió identi-

car agrupamientos por variedad y finca, revelando patrones de composición ligados al genotipo y al entorno. Se observaron diferencias marcadas en los factores asociados a tirosoles, secoiridoides, ácidos hidroxicinámicos y lignanos, lo que refuerza la idea de que la composición fenólica puede actuar como huella de identidad varietal. Estas diferencias podrían aprovecharse comercialmente para desarrollar acei-



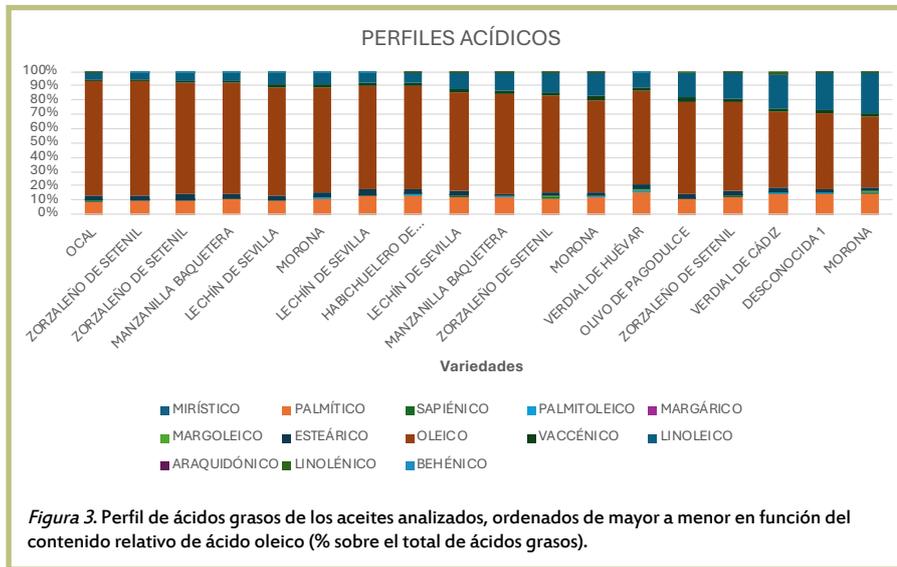


Figura 3. Perfil de ácidos grasos de los aceites analizados, ordenados de mayor a menor en función del contenido relativo de ácido oleico (% sobre el total de ácidos grasos).

variedad se obtuvo una mayor proporción de ácido linoleico. Cabe destacar que algunas muestras presentaron perfiles únicos, con proporciones más elevadas de ácidos palmítico, esteárico u otros minoritarios, lo que podría aportar rasgos tecnológicos específicos para usos diferenciados del aceite (como fritura o cosmética).

El contenido en tocoferoles también fue muy heterogéneo, con concentraciones entre 182 y 440 mg./kg. (Figura 4). Las muestras de verdial de Huévar, lechín de Sevilla y Desconocida 1 presentaron los valores más altos. Morona, por el contrario, mostró el contenido más bajo. Pese a ello, la mayoría de aceites superaron los 250 mg./kg., lo que representa un nivel óptimo para contribuir a la estabilidad y valor nutricional del aceite. La variabilidad intravarietal en el contenido de tocoferoles sugiere que factores ambientales y de manejo también desempeñan un papel clave en su modulación.

tes monovarietales con indicaciones de origen y calidad diferenciada.

El contenido de ácido oleico osciló entre el 49,5% y el 80,4%, siendo más elevado en morona, verdial de Huévar y la variedad codificada como Desco-

nocida 1 (Figura 3). Este parámetro resulta fundamental para determinar la estabilidad oxidativa y el valor nutricional del aceite, obteniéndose los valores más bajos para la variedad zorzaleño de Setenil, aunque para dicha

Alimentaria

International Food, Drinks & Food Service Exhibition

— 50 years —
feeding the future

BARCELONA
23 - 26 Marzo 2026
Recinto Gran Vía





El análisis organoléptico se realizó mediante cata dirigida por un panel entrenado, siguiendo el método del Consejo Oleícola Internacional. Se evaluaron atributos positivos como frutado, amargo y picante, así como la ausencia de defectos. Los aceites procedentes de variedades como verdial de Cádiz y morona destacaron por un frutado verde intenso, notas herbáceas, almendra verde y sensaciones amargas y picantes equilibradas, características apreciadas en aceites de alta gama. Estos resultados sensoriales respaldan el potencial de las variedades locales para producir aceites monovarietales con personalidad propia y valor añadido en mercados gourmet.

Conclusiones y perspectivas de futuro

El proyecto BiOliveo ha permitido identificar cinco nuevos genotipos y caracterizar aceites de oliva procedentes de variedades autóctonas o locales de la provincia de Cádiz, demostrando su alto valor comercial, nutricional y sensorial. Las diferencias de los diferentes compuestos bioactivos revelan el potencial de estas variedades para generar aceites de calidad diferenciada, incluso en escenarios climáticos cálidos. Estos resultados subrayan la importancia de preservar y valo-

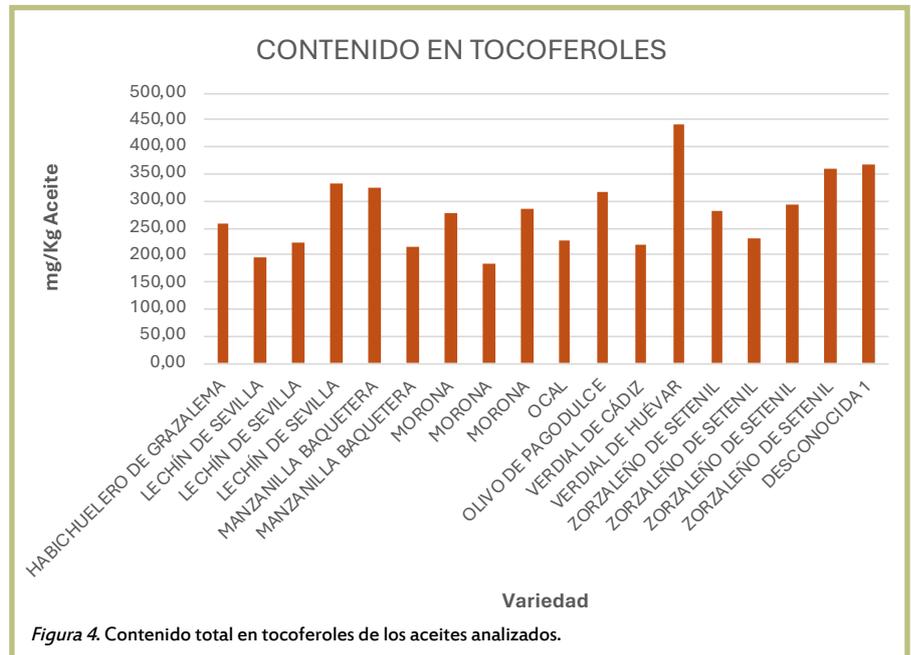


Figura 4. Contenido total en tocoferoles de los aceites analizados.

rizar la biodiversidad oleícola como estrategia de adaptación al cambio climático.

Sin embargo, también se ha evidenciado una variabilidad ambiental importante entre la composición de los aceites analizados en la misma variedad en varios ambientes. Por ello, el despliegue de una red de sensores térmicos y ambientales en diversas fincas de la provincia permitirá generar datos continuos

que alimentarán un modelo predictivo sobre el efecto del clima en la calidad del aceite. Este modelo contribuirá a identificar variedades mejor adaptadas y a desarrollar herramientas de apoyo a la toma de decisiones para agricultores y técnicos. BiOliveo se consolida así como una iniciativa pionera que conecta tradición, innovación y sostenibilidad en la olivicultura andaluza. 🌱

Agradecimientos

Este trabajo se enmarca dentro de la tesis doctoral de Manuel Rueda Martínez en la Universidad de Cádiz. Los autores agradecen a todos los agricultores la conservación de variedades locales y la colaboración prestada. Además, quieren agradecer a Cooperativas Agro-alimentarias, Cooperativa los Remedios-Picasat SCA, DOP Aceites Sierra de Cádiz y Diputación de Cádiz su colaboración directa en el proyecto BiOliveo

Financiación

El Grupo Operativo BiOliveo ha estado financiado a través de los Fondos Europeos Agrícolas de Desarrollo Rural (FEADER) y cofinanciado por la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía en la convocatoria para el Funcionamiento de Grupos Operativos Regionales de la Asociación Europea de Innovación en Materia de Productividad y Sostenibilidad Agrícola (EIP AGRI) de 2022.

Bibliografía

- Gómez-Gálvez, F., Lima-Brito, J., Rodríguez-Torres, R., Rodríguez-Ariza, M. O., Martínez-Núñez, R. A., Belaj, A., León, L., De la Rosa, R., & Martín, A. (2024). New insights in the Spanish gene pool of olive (*Olea europaea* L.) preserved ex situ and in situ based on high-throughput molecular markers. *Frontiers in Plant Science*, 14, 1267601. <https://doi.org/10.3389/fpls.2023.1267601>
- International Olive Oil Council. (2025, 10 febrero). Unidad de Asuntos Económicos y Promoción -International Olive Council. International Olive Council. <https://www.internationaloliveoil.org/que-hacemos/unidad-de-asuntos-economicos-y-promocion/?lang=es#figures>
- International Olive Oil Council. (2025, 15 Julio). Métodos de análisis. <https://www.internationaloliveoil.org/que-hacemos/unidad-de-quimica-y-normalizacion/normas-coi-metodos-y-guias/?lang=es>
- Lionello, P., Scarascia, L. The relation between climate change in the Mediterranean region and global warming. *Reg Environ Change* 18, 1481–1493 (2018). <https://doi.org/10.1007/s10113-018-1290-1>
- Lorite, I., Cabezas, J., Ruiz-Ramos, M., de la Rosa, R., Soriano, M., León, L., Santos, C., Gabaldón-Leal, C., 2022. Enhancing the sustainability of Mediterranean olive groves through adaptation measures to climate change using modelling and response surfaces. *Agricultural and Forest Meteorology* 313, 108742. <https://doi.org/10.1016/j.agrformet.2021.108742>
- Sofo, A., Manfreda, S., Fiorentino, M., Dichio, B., and Xiloyannis, C.: The olive tree: a paradigm for drought tolerance in Mediterranean climates, *Hydrol. Earth Syst. Sci.*, 12, 293–301, <https://doi.org/10.5194/hess-12-293-2008>, 2008.
- Terral, J.F., Alonso, N., Capdevila, R.B.I., Chatti, N., Fabre, L., Fiorentino, G., Marinval, P., Jorda, G.P., Pradat, B., Rovira, N., Alibert, P., 2004. Historical biogeography of olive domestication (*Olea europaea* L.) as revealed by geometrical morphometry applied to biological and archaeological material. *Journal of Biogeography* 31, 63–77. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2044.2010.06455.x>



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



Análisis comparativo de tolerancia a la salinidad de tres nuevos cultivares de *Olea europaea* L. para plantaciones en seto

A medida que el cultivo del olivo se intensifica con sistemas de alta densidad, la creciente salinización del suelo plantea importantes desafíos. Este estudio evaluó la tolerancia a concentraciones crecientes de NaCl (25-75 mM) en tres nuevos cultivares de olivo (lecciana, coriana y sikitita), comparados con dos referencias (arbequina y arbosana). Arbosana mostró la mayor tolerancia a la salinidad, con buen crecimiento de brotes, mínima reducción de biomasa y alta resiliencia fotosintética. Lecciana destacó por su regulación iónica, manteniendo las relaciones K^+/Na^+ más elevadas, a pesar de su sensibilidad en el crecimiento de brotes. Sikitita presentó una tolerancia moderada, con buen mantenimiento de biomasa pero alta sensibilidad fotosintética. Arbequina mostró una exclusión efectiva de cloruros, a pesar de una marcada reducción de biomasa. Coriana incrementó notablemente su biomasa en condiciones de salinidad moderada, aunque con baja discriminación iónica. El análisis específico de tejidos evidenció patrones comunes de compartimentación, siendo las raíces las que acumularon las mayores concentraciones de Na^+ y Cl^- . Estos resultados muestran la importancia de la selección de cultivares para condiciones específicas de salinidad.



Por Xavier Rius García^{a,b}, María Videgain Marco^a, José Casanova Gascón^a, Luis Acuña Rello^c y Pablo Martín Ramos^c

El olivo (*Olea europaea* L.) es un cultivo fundamental en la región mediterránea, con aproximadamente 15 millones de hectáreas cultivadas. Los olivares tradicionales, que representan aproximadamente el 80% de la producción total de aceite, requieren abundante mano de obra y afrontan costes de producción crecientes. Como alternativa, el sistema de plantación en seto o de super alta densidad (SHD) permite la mecanización completa. Este sistema requiere cultivares específicos, siendo arbequina y arbosana las principales referencias comerciales.

Con la expansión global del cultivo, la gestión del agua se ha vuelto crítica, especialmente considerando la crecien-

te salinización. El estrés salino afecta a los olivos alterando el equilibrio iónico e induciendo estrés oxidativo. La acumulación de Na^+ y Cl^- causa toxicidad metabólica, manifestándose como amarillamiento y necrosis foliar (Figura 1, dcha.).

Los olivos muestran una tolerancia moderada a la salinidad mediante mecanismos como la exclusión de Na^+ y Cl^- de las hojas y la compartimentación de iones tóxicos en vacuolas. Sin embargo, existen variaciones significativas entre cultivares. Este estudio investiga las respuestas a la salinidad de tres nuevos cultivares (lecciana, coriana y sikitita) frente a dos referencias establecidas (arbequina y arbosana) bajo condiciones controladas.

Metodología

El experimento se realizó en invernadero durante cinco meses con plantas de olivo de 12 meses de edad de los cinco genotipos estudiados. Las plantas se sometieron gradualmente a cuatro niveles de salinidad mediante soluciones de NaCl (0, 25, 50 y 75 mM) preparadas con solución nutritiva Hoagland diluida. Se evaluaron parámetros de crecimiento (longitud de brotes, diámetro del tronco, peso fresco y seco), respuestas fisiológicas (fluorescencia de la clorofila y contenido de clorofila) y contenido iónico (Na^+ , K^+ , Ca^{2+} , Cl^-) en diferentes tejidos vegetales mediante espectrometría de fluorescencia de rayos X portátil y espectrometría de absorción atómica.

^a Departamento de Ciencias Agrarias y del Medio Natural, Escuela Politécnica Superior, Universidad de Zaragoza

^b Agromillora Group

^c Departamento de Ingeniería Agrícola y Forestal, ETSIAA, Universidad de Valladolid



Figura 1. Efecto visible de la salinidad en el suelo.

El estrés salino afecta a los olivos alterando el equilibrio iónico e induciendo estrés oxidativo; si bien éstos muestran una tolerancia moderada a la salinidad mediante diferentes mecanismos, existen variaciones significativas entre cultivares]

Resultados

1) Parámetros de crecimiento

En condiciones de control, arbosana exhibió el mayor peso fresco (17,82 g.) y coriana el más bajo (10,80 g.). A 50 mM de NaCl, coriana destacó con un notable

aumento de biomasa del 17,4%, mientras que sikitita mantuvo valores estables. A 75 mM de NaCl, sikitita presentó un incremento de biomasa del 5,6% comparado con el control, arbosana mostró una reducción de sólo un 5,4%,

y arbequina resultó ser el genotipo más sensible, con una reducción del 11%.

Respecto a la longitud de brotes, y bajo condiciones de control, arbosana

EFICIENCIA IE3



MÍNIMA HUMEDAD



PRODUCTIVAS



BAJO NIVEL ACÚSTICO



Separadoras Pulpa-Hueso
MODELOS SPH SERIE X

PRODUCCIONES

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



Bombas Hidráulicas
MODELOS BH

PRODUCCIONES

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



MAQUINARIA OLEÍCOLA

40 AÑOS A TU SERVICIO.

Bombas Mecánicas
MODELOS BM

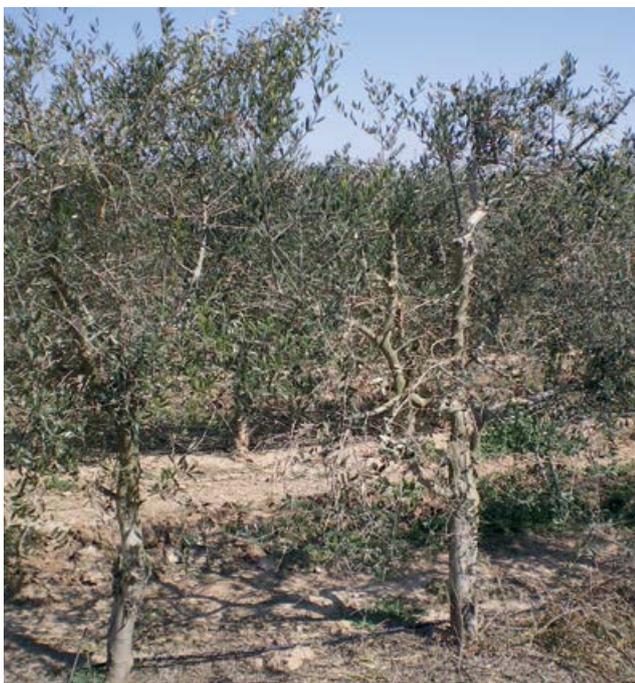
PRODUCCIONES

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

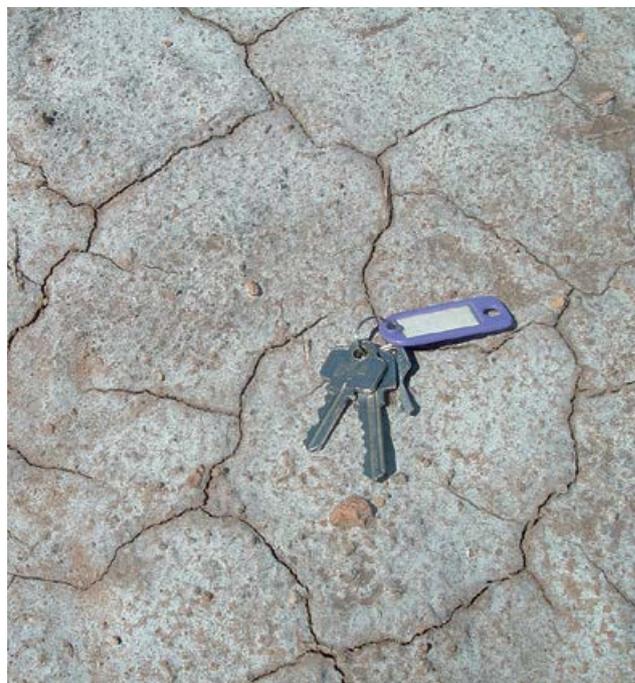


RIVERO®

CALDERERÍA RIVERO, S.L.



Efecto visible de defoliación debido a la salinidad.



Alta acumulación de sodio en el suelo provoca destrucción de la estructura.

alcanzó 134,2 cm., seguida por sikitita (130,0 cm.), mientras que lecciana evidenció el rendimiento más bajo (115,2 cm.). A 50 mM de NaCl, las alturas disminuyeron a 117,7 cm. para arbosana, 116,5 cm. para arbequina y 106,5 cm. para lecciana. A 75 mM de NaCl, arbosana mantuvo un rendimiento alto (128,7 cm.), seguida por arbequina (123,5 cm.), mientras que lecciana exhibió la mayor sensibilidad (100,0 cm.).

El análisis del diámetro del tronco mostró que, bajo condiciones de control, arbosana tuvo el mayor diámetro final (4,90 cm.). A 50 mM de NaCl, lecciana alcanzó 4,85 cm., mientras que arbequina evidenció el diámetro más pequeño (4,10 cm.). A 75 mM de NaCl, arbosana mantuvo el mayor diámetro (5,18 cm.), mientras que lecciana y coriana exhibieron los más pequeños (4,53 cm.).

2) Respuestas fisiológicas

A 75 mM NaCl, el análisis de fluorimetría indicó que arbequina y sikitita fueron los genotipos con mayores alteraciones en todos los parámetros, mientras que arbosana mantuvo la mayor resiliencia fotosintética. En cuanto al rendimiento fotosintético, bajo las condiciones más adversas de salinidad, arbosana tam-

Arbosana exhibió una tolerancia equilibrada en múltiples parámetros, manteniendo un buen crecimiento de brotes y diámetro del tronco bajo alta salinidad, con una notable resiliencia fotosintética y una reducción mínima de peso fresco, siendo el cultivar con mejor rendimiento general en el estudio

bién mantuvo una tolerancia superior, con mínimas reducciones en el índice de rendimiento por absorción y en la relación fluorescencia variable/fluorescencia inicial. No obstante, las medicio-

nes del contenido de clorofila mediante SPAD revelaron, a 75 mM de NaCl, que arbequina fue la variedad que mostró una mayor adaptación, seguida por sikitita y arbosana.

3) Regulación iónica

Con el aumento de la salinidad a 75 mM de NaCl, arbosana aumentó su contenido de calcio a 2,25%, mientras que arbequina mantuvo los niveles más bajos (1,94%). Respecto al potasio, a 75 mM de NaCl, lecciana mantuvo la mayor retención (2,08%) y coriana mostró los valores más bajos (1,09%). En cuanto al cloruro, a 75 mM de NaCl, coriana presentó la mayor acumulación (0,54%) y arbequina mantuvo los niveles más bajos (0,32%). Para el sodio, a 75 mM de NaCl, todos los genotipos mostraron niveles similares (1,03-1,11%), con una acumulación ligeramente superior en el caso de coriana.

El análisis de las relaciones K^+/Na^+ evidenció que lecciana fue la que mejor mantuvo esta relación bajo todos los niveles de salinidad, mientras que coriana mostró los valores más bajos. A 75 mM de NaCl, las relaciones K^+/Na^+ variaron de 2,35 (lecciana) a 1,09 (coriana).

Respecto a las relaciones Ca^{2+}/Na^+ ,

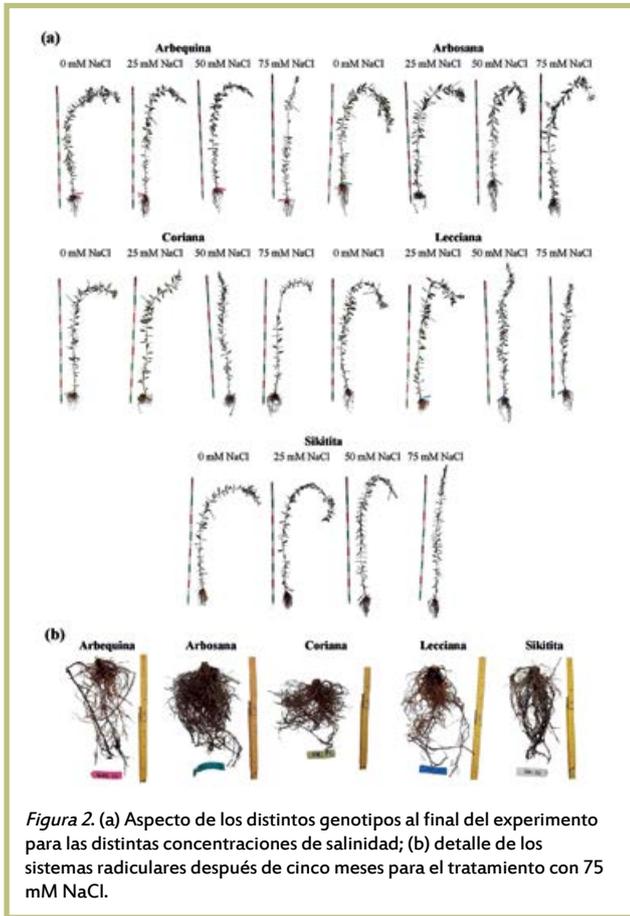


Figura 2. (a) Aspecto de los distintos genotipos al final del experimento para las distintas concentraciones de salinidad; (b) detalle de los sistemas radiculares después de cinco meses para el tratamiento con 75 mM NaCl.

sikitita y lecciana demostraron el mejor mantenimiento a 25 y 50 mM de NaCl, mientras que arbequina exhibió los valores más bajos.

4) Síntomas visuales

Bajo condiciones de control, todos los genotipos mostraron un crecimiento vigoroso y raíces bien desarrolladas (Figura 2a). Sin embargo, los genotipos presentaron respuestas morfológicas distintas al aumento de la salinidad. Arbequina mantuvo una arquitectura de brotes estable y follaje denso hasta 50 mM de NaCl, con mínima senescencia foliar y una resiliencia radicular moderada. Arbosana demostró una tolerancia intermedia, con mayor espaciado internodal y una reducción moderada de la densidad foliar a 75 mM de NaCl. Coriana se mostró más sensible, presentando una notable reducción de la densidad foliar y alteraciones en la arquitectura de los brotes a 50-75 mM de NaCl. Lecciana presentó cambios morfológicos sustanciales por encima de 25 mM de NaCl, incluyendo un aumento en la senescencia foliar y un desarrollo reducido de las raíces. Sikitita exhibió la mayor sensibilidad, con alteraciones severas del follaje y cambios significativos en la morfología de brotes y raíces a 75 mM de NaCl.

La arquitectura de las raíces a 75 mM de NaCl reveló una clara variación genotípica (Figura 2b). Arbosana mostró un desarrollo óptimo de raíces con mayor densi-

enoli adriatica® EXPO wine & olive oil technology

Feria Internacional de Maquinaria, Tecnología y Servicios
para la Producción de Aceite de Oliva y Vino

Para más información



Web: www.enoliexpo.com



@Enoliexpo
#Enoliexpo2026





dad, volumen y masa radicular. Coriana presentó el sistema radicular más deficiente, con una masa y complejidad estructural limitadas. Arbequina, lecciana y sikitita mantuvieron una posición intermedia, con volúmenes y densidades parecidos.

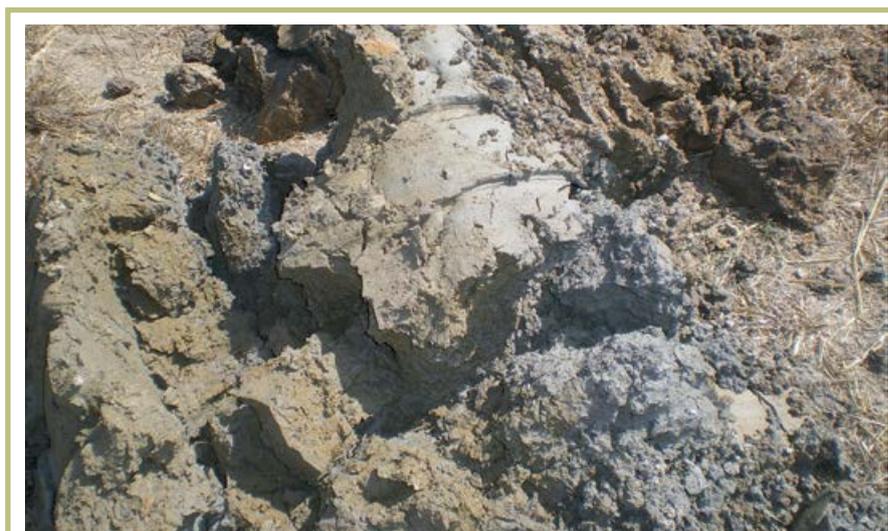
Comparación del rendimiento de los genotipos

Arbosana exhibió una tolerancia equilibrada en múltiples parámetros, manteniendo un buen crecimiento de brotes y diámetro del tronco bajo alta salinidad, con una notable resiliencia fotosintética y una reducción mínima de peso fresco (5,4% a 75 mM de NaCl). Si bien exhibió una capacidad moderada de regulación iónica, su homeostasis de calcio se mantuvo funcional incluso bajo estrés. Esta resiliencia multifacética establece a arbosana como el cultivar con mejor rendimiento general en el estudio.

Lecciana demostró excepcionales mecanismos de regulación iónica, manteniendo las relaciones K^+/Na^+ más altas en todos los niveles de salinidad, un desarrollo superior del diámetro del tronco bajo salinidad leve y un notable aumento de biomasa (del 16,6%) a 25 mM de NaCl. Su maquinaria fotosintética mantuvo una función significativamente mejor a 75 mM de NaCl en comparación con arbequina y sikitita. Sin embargo, presentó una sensibilidad pronunciada en el crecimiento de brotes bajo condiciones alta salinidad, alcanzando sólo 100 cm. a 75 mM de NaCl, la más baja entre todos los cultivares.

Sikitita manifestó una tolerancia moderada a través del mantenimiento de biomasa en todos los tratamientos de salinidad y mecanismos efectivos de exclusión temprana a niveles bajos de salinidad. Sin embargo, exhibió una sensibilidad significativa en sus parámetros fotosintéticos a mayor salinidad y acumuló Cl^- a niveles significativamente más altos que otros cultivares a salinidad moderada.

Arbequina presentó una exclusión efectiva de cloruros bajo todos los niveles de salinidad (los contenidos de Cl^- más bajos entre todos los cultivares) y mantuvo un crecimiento consistente de brotes a pesar de su sensibilidad en



Los suelos pesados con un mal drenaje dificultan el lavado de sales.

términos de biomasa. Demostró una buena adaptación del contenido de clorofila a alta salinidad. Sin embargo, su relación Ca^{2+}/Na^+ fue pobre y presentó la mayor sensibilidad general en cuanto a reducción de biomasa (11% a 75 mM de NaCl).

Coriana exhibió notables aumentos de biomasa a 50 mM de NaCl y mantuvo una función fotoquímica significativamente mejor a 75 mM de NaCl en comparación con arbequina y sikitita. Sin embargo, a 75 mM de NaCl reve-

ló una pobre discriminación iónica con las relaciones K^+/Na^+ más bajas entre todos los cultivares y la mayor acumulación de Cl^- . Esto sugiere mecanismos de adaptación especializados para salinidad moderada.

Aplicaciones específicas por genotipo

Arbosana es adecuada para áreas con salinidad moderada a alta donde se requiere una producción constante a pesar de la calidad variable del agua.



La existencia de capas freáticas salinas provoca el ascenso de la salinidad por capilaridad.

Las prácticas de manejo deben enfatizar la programación de riego apropiada para optimizar su rendimiento. Su

capacidad moderada de discriminación iónica sugiere que los regímenes estándar de fertilización con potasio serían adecuados.

Lecciana se recomienda para áreas con problemas persistentes de salinidad donde el equilibrio iónico es crítico. Su excepcional retención de potasio y superiores relaciones K^+/Na^+ sugieren una menor necesidad de fertilización potásica. El manejo debe centrarse en apoyar el crecimiento de brotes, ya que el crecimiento vertical es su principal limitación bajo condiciones de alta salinidad a pesar de su excelente regulación iónica.

Sikitita es indicada para áreas con salinidad moderada donde el mantenimiento de la biomasa es una prioridad. El manejo del riego debería dirigirse a optimizar las condiciones de intercambio gaseoso, potencialmente a través de eventos de riego más frecuentes pero más ligeros. Sus relaciones K^+/Na^+ intermedias sugieren que una suple-

mentación moderada de potasio puede ser beneficiosa.

Arbequina puede ser particularmente adecuada para áreas con suelos con altos contenidos de ion cloruro debido a sus efectivos mecanismos de exclusión. Su crecimiento de brotes consistente indica resiliencia en el mantenimiento del desarrollo vertical incluso bajo estrés. Sin embargo, sus reducciones de biomasa y bajo equilibrio Ca^{2+}/Na^+ indican que se necesita precaución en entornos ricos en sodio.

Coriana puede ser adecuada para aplicaciones específicas a salinidad moderada (alrededor de 50 mM de NaCl) donde se observó su aumento de biomasa (17,4%). Sin embargo, su pobre discriminación iónica y alta acumulación de cloruro a 75 mM de NaCl necesitan regímenes de fertilización cuidadosos. ♠

El artículo completo se puede encontrar en: <https://doi.org/10.3390/horticulturae1108095>

ecológico = bio = orgánico

Tú eliges



Análisis de puntos clave en plantación de olivar superintensivo de la variedad coriana

Una finca superintensiva de 43 hectáreas de la variedad coriana plantada en 2020 (marco 4 x 1,5 m., riego localizado) ha demostrado, tras cinco campañas en periodo de producción creciente, su adaptación al Valle medio del Ebro. Los análisis de suelos realizados tras 39 calicatas confirman la ausencia de limitantes severos, mientras que el clima continental es superado aparentemente gracias a la tolerancia varietal a mínimas de hasta -7,39 °C (año 2021), en base a los datos y la experiencia acumulada en estos cinco años. Coriana aporta + 2,3 puntos porcentuales (p.p.) de rendimiento graso frente a arbequina, alcanzando un 43,6 % de grasa sobre seco (g.s.s.) y 396-487 mg. kg⁻¹ polifenoles a índice de madurez (IM) 1,8. El vigor moderado permite reducir la poda en un 28% respecto a parcelas homólogas de la variedad arbequina. Así, los datos recopilados hasta el momento avalan la viabilidad técnica y comercial de esta variedad, cuya monitorización continuará hasta la fase de meseta.



Variedad coriana en floración.

Por Pablo Ortigueira Sánchez, CEO de Ortisan Agritec

a la hora de planificar una nueva plantación de olivar, el análisis debe integrar de forma holística el contexto edafoclimático -para detectar posibles limitantes-, la viabilidad económica -optimizar los kilos de aceite por hectárea con los recursos disponibles- y, especialmente, el objetivo comercial. En este caso se pretende elaborar un aceite con perfil organoléptico diferencial que pueda defender un precio Premium en el mercado gracias a su elevada concentración fenólica y singularidad sensorial.

Bajo la ecuación clásica $\text{Ingresos} = \text{Precio} \times \text{Cantidad}$ y $\text{Beneficio} = \text{Ingresos} - \text{Costes}$, la variedad coriana ofrece una triple ventaja estratégica: (i) permite posicionar el producto a mayor precio; (ii) incrementa los kilos de aceituna por su elevada productividad; y (iii) llega a un rendimiento graso 2-3 p.p. superior a arbequina, multiplicando así los kilos de aceite por hectárea. Su vigor moderado reduce el tiempo empleado de poda,



prolonga la vida útil del seto y favorece la aireación de la planta, aspecto determinante -fitosanariamente hablando- en este olivar ecológico situado en una comarca con nieblas frecuentes.

La plantación superintensiva de *Olea europaea* L. cv. coriana, establecida en 2020 en la finca objeto del presente artículo y situada en el valle medio del Ebro



El autor del artículo, Pablo Ortigueira Sánchez, CEO de Ortisan Agritec.

(Figura 1), ocupa 43 ha. (marco 4 x 1,5 m; 1.667 arb ha.⁻¹) y se maneja con riego localizado. El proyecto es asesorado por Ortisan Agritec, que cuenta con más de 20 años de experiencia en el asesoramiento técnico-económico de explotaciones de olivar en todo el territorio nacional.

Los objetivos complementarios son: i) equilibrar el vigor vegetativo para reducir los costes de poda; ii) asegurar tolerancia a mínimas invernales de hasta -10° C; y iii) validar la adaptación de coriana a los suelos de la zona. Este artículo identifica los puntos críticos de implantación y presenta los primeros resultados agronómicos de la finca.

NO TE LA JUEGUES

Confía en syngenta®



syngenta®

Escanea este QR para
conocer nuestras soluciones
para el olivar





La variedad coriana ofrece una triple ventaja estratégica: (i) permite posicionar el producto a mayor precio; (ii) incrementa los kilos de aceituna por su elevada productividad; y (iii) llega a un rendimiento graso 2-3 p.p. superior a arbequina, multiplicando así los kilos de aceite por hectárea

Características edafoclimáticas de la parcela

Descripción de la finca

Con un marco de plantación de 4 x 1,5 m. (1 667 árboles ha.⁻¹), el sistema de riego es un goteo con emisores de 2,2 L h⁻¹ espaciados cada 0,50 m., con disponibilidad hídrica suficiente para las necesidades del cultivo.

Caracterización edafológica

Se efectuaron 39 calicatas distribuidas sobre la parcela para cartografiar el suelo (Figura 2a). El relieve es ligero (< 3 %) y el drenaje interno adecuado, sin encharcamientos. La profundidad útil supera 1 metro en toda la superficie, garantizando un buen volumen radicular. Predominan texturas franco-areno-arcillosas y franco-arcillosas (Figura 2b), con zonas puntuales con texturas más finas que sólo requieren vigilancia de compactación y de bloqueos catiónicos.

Las propiedades químicas confirman un medio ligeramente salino (CE 0,9-1,2 dS m⁻¹), no suponiendo un limitante en este contexto; y alcalino (pH 7,8-8,2) (Figura 2c), con carbonatos totales altos (> 30 %) pero baja caliza activa, lo que limita la inmovilización de micronutrientes. La materia orgánica es baja (< 1,5 %) (Figura 2e), y aunque la relación Ca/Mg (Figura 2d) resulta desfavorable y existen heterogeneidades de boro (B),

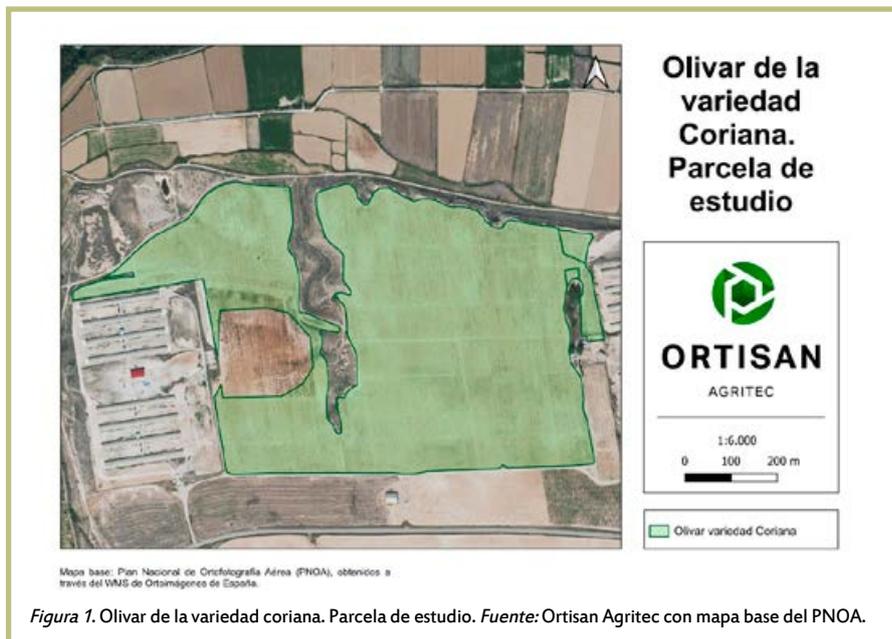


Figura 1. Olivar de la variedad coriana. Parcela de estudio. Fuente: Ortisan Agritec con mapa base del PNOA.

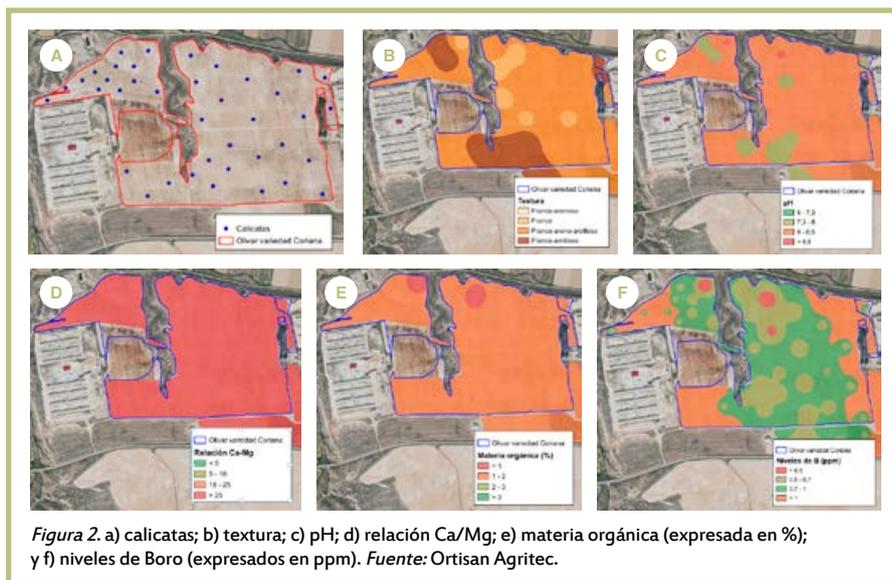


Figura 2. a) calicatas; b) textura; c) pH; d) relación Ca/Mg; e) materia orgánica (expresada en %); y f) niveles de Boro (expresados en ppm). Fuente: Ortisan Agritec.

Indicador	Estación Quinto	Estación Caspe
Tª media anual (° C)	15,6	15,8
Tª máx. absoluta (° C)	40,2 (julio)	44,8 (junio)
Tª mín. absoluta (° C)	-3,7 (enero)	-8,3 (febrero)
Precipitación media anual (mm)	295,33	315,52

Tabla 1. Temperatura media anual, máxima absoluta, mínima absoluta y precipitación media anual de las estaciones meteorológicas de Quinto y Caspe (Aragón).

los niveles de N, P y K son adecuados.

En conclusión, la parcela carece de limitantes edáficos relevantes; los ajustes de manejo se centran en mejorar la materia orgánica y corregir tanto el desequilibrio Ca/Mg como los niveles de boro en planta. Estas condiciones permiten extra-

polar el comportamiento de coriana a explotaciones con suelos y clima similares.

Caracterización climática

Los registros de las estaciones agroclimáticas de Quinto y Caspe (11 kilómetros al NO y 23 km. al E, respectivamen-



La combinación perfecta para su olivar



Kubota



Kubota **M5002 Narrow** y pulverizador **XTA3320**

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



Alcanzada la estabilidad productiva -fase de meseta-, se dispondrá de más información agronómica y económica en el contexto del Valle del Ebro acerca de esta prometedora variedad

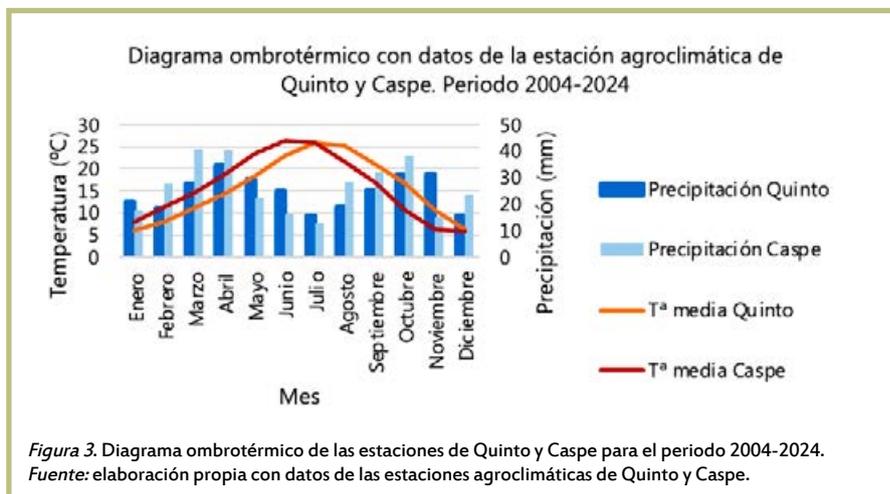


Figura 3. Diagrama ombrotérmico de las estaciones de Quinto y Caspe para el periodo 2004-2024. Fuente: elaboración propia con datos de las estaciones agroclimáticas de Quinto y Caspe.

te), las más cercanas a la explotación (Figura 3), definen un clima mediterráneo continental con marcada amplitud térmica anual y pluviometría escasa.

Los registros históricos (periodo 2004-2024) de la estación de Caspe confirman la elevada amplitud térmica de la cuenca del Ebro: las temperaturas máximas absolutas alcanzan 43-45° C en junio-julio-agosto, mientras que las mínimas absolutas descienden hasta -8,3° C en enero-febrero (Figura 4). Este gradiente térmico, superior a 50 ° C, refuerza la clasificación de clima mediterráneo continentalizado.

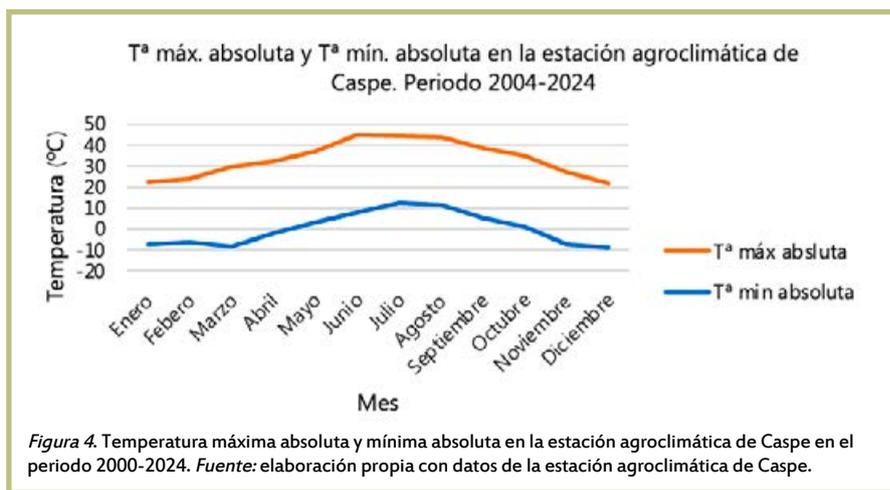


Figura 4. Temperatura máxima absoluta y mínima absoluta en la estación agroclimática de Caspe en el periodo 2000-2024. Fuente: elaboración propia con datos de la estación agroclimática de Caspe.

Resultados en los cinco años transcurridos desde la plantación: factores agronómicos clave de viabilidad

La viabilidad inicial del seto coriana en la parcela de estudio se sustenta en cuatro ejes fisiológicos y de manejo que, aun siendo prometedores, se seguirán evaluando en los próximos años.

1) Tolerancia a bajas temperaturas. Durante el episodio frío de enero de 2021 (mínima absoluta -7,4° C), los árboles presentaron únicamente una amarillez sin pérdida de yemas, recuperando el color con la subida de las temperaturas en primavera. Tal como muestran los registros de temperaturas mínimas absolutas de los cinco primeros años de la plantación, dicho pico térmico no provocó reducción del crecimiento ni alteraciones en el comportamiento fenológico o fisiológico de la variedad (Figura 5).

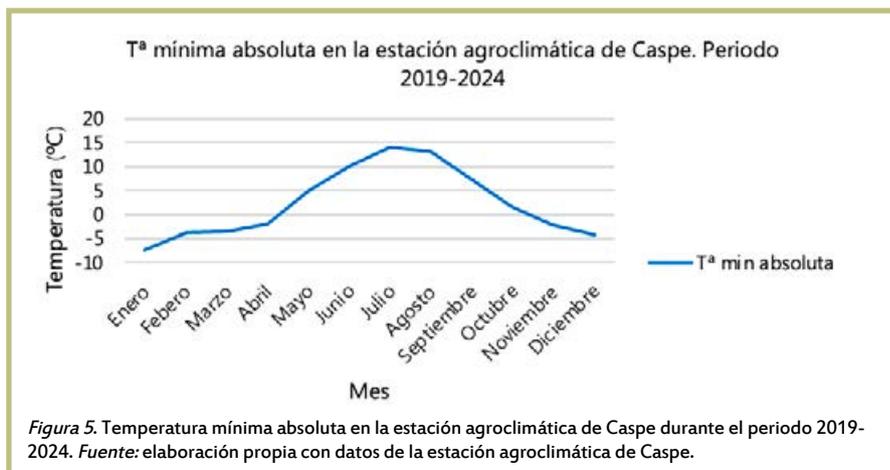


Figura 5. Temperatura mínima absoluta en la estación agroclimática de Caspe durante el periodo 2019-2024. Fuente: elaboración propia con datos de la estación agroclimática de Caspe.

2) Poda. El comportamiento del cultivar, con un vigor y brotaciones equilibradas, han permitido una reducción en los tiempos de poda manual en un 28% respecto a parcelas homólogas de la variedad arbequina, con la consiguiente reducción de costes.

3) Rendimientos grasos. Los registros comparativos muestran que, en recolecciones sincronizadas (mismo índice de madurez y fecha), la variedad coriana produjo de media + 2,3 p.p. de rendimiento graso frente a las parcelas de referencia de la variedad arbequina. El 7 de noviembre de





2024 (IM \approx 1,8) se analizaron muestras que arrojaron 43,56 % de g.s.s., 17,5 % de grasa total y 59,82 % de humedad. Estas cifras se alcanzaron pese a la menor actividad fotosintética derivada de los días nublados y las precipitaciones otoñales, lo que confirma la elevada eficiencia de acumulación lipídica del cultivar. La consistencia de estos resultados a lo largo de las dos últimas campañas refuerza la ventaja comparativa de coriana.

4) Contenido fenólico elevado a madurez temprana (I.M. \approx 1,8). Los lotes cosechados de forma temprana han mostrado 487 mg kg.⁻¹ de polife-



noles (2023) y 396 mg kg.⁻¹ (2024), valores dentro del rango esperado, entre

300 y 500 mg/kg., incluso en un otoño húmedo como el de 2024. Este perfil antioxidante refuerza la estrategia de cosecha temprana y respalda la hipótesis de obtención en la finca de un aceite de alto contenido polifenólico.

Nota prospectiva: En los próximos años se continuará monitorizando la parcela, determinando su comportamiento con el tiempo. Alcanzada la estabilidad productiva -fase de meseta-, se dispondrá de más información agronómica y económica en el contexto del Valle del Ebro acerca de esta prometedora variedad. 🍯

Referencias bibliográficas

- [1] Junta de Andalucía. Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural. Costes en explotaciones de olivar. Sevilla, 2021. Disponible en: https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/estudios_informes/18/01/Costes_en_explotaciones_de_olivar.pdf
- [2] Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO). Estudio de costes del cultivo del olivo 2023. Córdoba, 2023.
- [3] Agromillora Technical Dept. Coriana®: la nueva variedad para la olivicultura supersostenible. Barcelona, 2023.
- [4] Agromillora Technical Dept. Coriana Olives – Technical Sheet. Barcelona: Agromillora; 2024.
- [5] Camacho Cervantes J, et al. Comparative study of the economic viability of high and super high density olive orchards in Spain. *Scientia Horticulturae*. 2022;308:111565.
- [6] Rodríguez Lizana A, et al. Frost tolerance of eight olive cultivars. *HortScience*. 2005;40(3):558-562.
- [7] Valverde J, et al. An easy methodology for frost tolerance assessment in olive cultivars. *Frontiers in Plant Science*. 2024;15:1397534.

PABLOORTIGUEIRA
CONSULTOR Y FORMADOR AGRÍCOLA



¿Qué le sucede a tu olivo?

A veces, solo hace falta una imagen para saberlo.

Guía fotográfica de plagas y enfermedades del olivo. Fotos reales para identificar problemas como primer paso para encontrar la solución.

ESCANEA EL QR
Y DESCÚBRELO



pabloortigueira.com

CONOCE MÁS
SOLUCIONES



ortisanagritec.com



El olivar en seto en marco amplio: un modelo de alta sostenibilidad y rentabilidad diseñado para afrontar los desafíos de la olivicultura moderna

Variedad I-99^o procedente del Programa de Mejora Genética de Todolivo. Finca "Las Hazuelas" (Córdoba).



Con casi 30 años apostando por la I+D, Todolivo lidera la transformación del olivar en seto, un modelo que continúa generando debate en el sector y que la empresa cordobesa defiende como la mejor respuesta a los desafíos de la olivicultura del siglo XXI.

Definitivamente, el futuro del olivar en seto es un caso abierto. Y lo es porque se sigue investigando, evolucionando y perfeccionando de forma continua. Sin embargo, en Todolivo pueden afirmar con rotundidad que el olivar en seto en marco amplio representa hoy por hoy la opción más rentable y sostenible con la que dar respuesta a los grandes retos económicos y climáticos que afronta la olivicultura moderna.

A esta conclusión han llegado tras 28 años de investigación en los que han ido perfeccionado el *Sistema Todolivo Olivar en Seto*[®] a través de ensayos en 217 hectáreas propias de investigación, además de múltiples fincas de clientes en España y otros países. En todo este



Variedad I-15^o en secano. Finca "Calderito Alto" (Córdoba).

tiempo, en Todolivo han desarrollado y evaluado una amplia gama de marcos de plantación, tanto en riego como en secano; y han llevado a cabo multitud de ensayos de manejo agronómico y anali-

zado 103 variedades -38 tradicionales y 65 obtenidas a través de su Programa de Mejora Genética iniciado en 2007- con el objetivo de ofrecer a los agricultores soluciones innovadoras, adaptadas a las





Clasificación por tamaño de las nuevas variedades de Todolivo



- 1 **Pequeñas**
I-16^P, I-51, I-52^P, I-72^P, I-99^P
- 2 **Semipequeñas**
I-20^P, I-24^P, I-30^P, I-42^P, I-46^P, I-73^P, I-77^P, I-100^P
- 3 **Medianas**
I-15^P, I-74^P, I-25^P, I-101^P, I-31^P
- 4 **Grandes**
I-79^P

[[La elección del marco de plantación es un factor clave para lograr la máxima rentabilidad y sostenibilidad del olivar en seto; Todolivo está consiguiendo unas producciones y una rentabilidad inéditas en el olivar de secano]]

co, y destacan por su alta tolerancia a enfermedades y resistencia a la sequía.

Además, entre las múltiples ventajas del seto, destaca el notable incremento de la producción, favorecido por el método de recolección. Mientras que la cosechadora empleada en el olivar en seto respeta el follaje tierno, el sistema tradicional de vareo utilizado en el olivar en copa provoca la rotura de los brotes nuevos, generando vejería en la campaña siguiente.

Eso sí, para garantizar el éxito es fundamental realizar un estudio agroclimático previo que determine tanto la variedad más adecuada como el marco de plantación amplio óptimo para cada explotación. Este análisis se antoja clave, dado el amplio abanico de variedades disponibles y la notable diferencia de tamaños entre ellas. Podemos clasificarlas en **variedades pequeñas**, sin equivalencia en tamaño dentro de las tradicionales; **variedades semipequeñas**, con un porte inferior o similar al de arbosana, pero mayor que el de las pequeñas; **variedades medianas**, de tamaño igual o ligeramente inferior al de arbequina; y **variedades grandes**, similares en porte a koroneiki.

En el caso de las variedades de tamaño mediano y grande, la poda debe realizarse de forma similar a la de las variedades pequeñas, manteniendo dos ramas en línea y siguiendo el esquema de la poda tradicional.

Todas las variedades de olivo son tolerantes a la sequía; sin embargo, algunas muestran una mayor resistencia gracias a su potente sistema radicular y a sus ho-

Manzanillo cordobés Clon i-57[®].
Finca "Las Hazuelas" (riego).



Variedad picual Clon i-11[®].
Finca "Las Hazuelas" (riego).



características de cada explotación y a las distintas condiciones agroclimáticas.

Gracias a esta labor de investigación, en Todolivo se encuentran en condiciones de ofrecer respuestas sólidas y contrastadas a muchas de las cuestiones planteadas en el reciente artículo publicado en *Mercacei* titulado "El olivar en seto: un caso abierto". Especialmente, en lo relativo a la elección varietal, los marcos de plantación y las estrategias de poda.

¿Pueden las variedades tradicionalmente cultivadas en copa adaptarse al sistema de cultivo en seto?

En Todolivo han comprobado que, en efecto, todas las variedades de olivo son aptas para este sistema. No obstante, las nuevas variedades obtenidas a través de la mejora genética superan a las tradicionales, ya que son más productivas que sus progenitores, presentan un manejo más sencillo y económi-





ENSAYO DE MEJORA GENÉTICA

Finca 'La Mata' (Cortijo Oeste)

Marco amplio (Solana)



(Kg aceite /ha)



VARIETADES	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	MEDIA/ha
FECHA RECOLECCIÓN	22-23 DIC	16-17 NOV	11-12 NOV	5-6 DIC	17-18 NOV	6-7 NOV	22-23 NOV	
TODOLIVO I-15 ^P	1.848,62	2.230,64	2.176,95	3.080,64	1.987,50	2.139,48	1.866,79	2.190,09
ARBOSANA I-43 [®]	1.585,01	1.808,27	1.949,57	2.478,96	2.223,20	1.704,63	1.827,83	1.939,64
ARBEQUINA I-21 [®]	2.008,37	2.084,33	2.150,26	2.073,36	1.999,06	1.423,92	1.486,03	1.889,33
PICUAL I-1 [®]	1.764,52	1.701,45	2.745,25	701,85	2.821,72	647,98	2.237,79	1.802,94
SIKITITA ^P	1.333,18	1.310,19	1.974,10	1.737,01	2.275,39	1.207,59	2.113,30	1.707,25
KORONEIKI I-38 [®]	1.059,08	1.989,31	1.911,13	1.543,90	2.177,13	1.216,69	1.703,77	1.657,29
IMPERIAL I-23 [®]	1.270,31	637,21	1.745,38	698,22	1.959,52	827,09	1.623,93	1.251,67
ARRONIZ I-65 [®]	561,63	1.021,66	1.705,42	606,27	2.351,88	1.186,38	1.273,48	1.243,82
BLANQUETA I-55 [®]	587,60	743,92	1.678,19	974,18	1.801,08	1.138,80	1.507,75	1.204,50
CACEREÑO I-57 [®]	960,93	340,83	2.004,09	203,01	2.434,72	322,10	1.703,98	1.138,52
CALLOSINA I-69 [®]	618,85	944,37	1.129,34	529,72	2.492,97	660,39	1.330,30	1.100,85
PICUDO I-59 [®]	844,26	348,20	1.488,43	225,31	2.049,76	831,78	1.259,16	1.006,70
HOJIBLANCO I-53 [®]	265,49	489,73	1.368,15	409,15	2.079,80	709,44	1.379,57	957,33
CORNEZ. JAÉN I-58 [®]	199,22	1.108,85	505,30	682,78	2.145,41	366,06	1.396,31	914,85

ENSAYO DE MEJORA GENÉTICA

Finca 'La Mata' (Cortijo Este)

Marco + amplio (Umbria)



(Kg aceite /ha)



VARIETADES	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	MEDIA/ha
FECHA RECOLECCIÓN	22-23 DIC	16-17 NOV	11-12 NOV	5-6 DIC	17-18 NOV	6-7 NOV	22 NOV	
TODOLIVO I-15 ^P	1.746,23	1.915,19	2.090,86	1.669,26	2.087,85	1.653,72	1.768,39	1.847,36
ARBOSANA I-43 [®]	1.560,54	1.648,31	1.789,69	1.325,19	2.314,77	1.205,29	1.431,51	1.610,76
PICUAL I-11 [®]	1.618,36	1.239,42	2.462,43	127,24	2.602,57	602,47	1.675,86	1.475,48
ARBEQUINA I-21 [®]	1.594,05	1.211,82	2.029,85	921,52	1.668,03	1.207,71	1.334,20	1.423,88
SIKITITA ^P	1.170,95	1.315,64	1.942,12	720,64	1.968,92	989,45	1.491,41	1.371,30
KORONEIKI I-38 [®]	682,89	1.665,24	1.887,05	427,68	1.865,86	1.167,73	1.368,09	1.294,93
IMPERIAL I-23 [®]	1.178,57	848,99	2.016,76	289,02	2.017,35	812,99	1.395,48	1.222,74
ARRONIZ I-65 [®]	266,73	952,18	1.501,99	239,21	2.045,14	934,47	1.336,43	1.039,45
CORNEZUELO DE JAÉN I-58 [®]	97,18	853,03	820,79	505,39	2.570,39	263,17	1.559,03	952,71
BLANQUETA I-55 [®]	506,42	601,36	1.453,52	303,14	1.715,13	715,37	1.230,65	932,23
M.CACEREÑO I-57 [®]	682,53	200,68	1.704,28	118,63	2.254,46	346,17	1.217,42	932,02
CALLOSINA I-69 [®]	231,01	555,38	1.203,42	158,80	1.935,84	292,12	1.181,11	793,95
HOJIBLANCO I-53 [®]	117,19	279,32	1.314,39	393,41	1.582,50	589,95	1.032,14	758,41
CORNEZ. JAÉN I-58 [®]	199,22	1.108,85	505,30	682,78	2.145,41	366,06	1.396,31	914,85

Resultados de dos ensayos de mejora genética de Todolivo en la finca "La Mata" plantados en marco amplio (Córdoba).

jas coriáceas, las cuales permiten retener mejor la humedad en el árbol. Entre las variedades con alta resistencia a la sequía, destacan Todolivo I-15^P, I-25^P, I-51^P, I-52^P, I-72^P, I-73^P, I-77^P, Sikitita^P y los clones de las variedades tradicionales: I-53[®], I-63[®], I-57[®], I-61[®], I-67[®], I-59[®] e I-65[®].

Marcos de plantación: menos es más

La elección del marco de plantación es un factor clave para lograr la máxima rentabilidad y sostenibilidad del olivar en seto. Contrariamente a quienes proponen modelos ultradensos de hasta 2.000 árboles/

ha., la experiencia de Todolivo demuestra que los marcos amplios, adaptados a cada finca y sus condiciones específicas, ofrecen resultados más óptimos y sostenibles. En explotaciones de secano, utilizar densidades tan elevadas de plantas harían además inviable la rentabilidad del cultivo.





Variedad Todolivo I-24^o.
Finca "Las Hazuelas" (secano).



Poda de Todolivo I-51^o.
Finca "Las Hazuelas" (riego).



El diseño del marco debe partir siempre de un estudio agroclimático previo, diferenciando entre fincas de secano y de riego. **En secano**, una vez realizado este estudio y determinada la variedad a utilizar, es necesario calcular la cantidad de masa vegetal que la finca puede soportar para, posteriormente, ajustar el número de árboles necesarios. De tal forma que, cuando los árboles sean adultos y lleguen a finales de verano o principios de otoño, realicen una buena maduración de la fruta sin necesidad de que llueva pronto en otoño antes de la recolección. Con esta forma de trabajo y marcos que oscilan entre 400 a 550 plantas/ha., Todolivo está consiguiendo unas producciones y una rentabilidad inéditas en el olivar de secano. Cifras que se deben a la elección del marco adecuado, las variedades seleccionadas y a un sistema de poda manual anual inspirado en la poda tradicional. Estos tres factores combinados ayudan al agricultor a dominar el cultivo con un coste muy pequeño y a mantener una productividad constante.

En riego, tampoco es necesario llegar a densidades de 1.500 o 2.000 plantas/ha. En Todolivo han comprobado que la máxima rentabilidad se obtiene con marcos que oscilan entre 667 y 800 plantas/ha., dependiendo fundamentalmente de la luminosidad de la finca. En fincas insoladas se puede llegar hasta 800 plantas/ha., mientras que, si ésta se encuentra en zonas de umbría, poca luz o en una vega con posibilidad de heladas, es necesario abrir el marco para conseguir una mayor iluminación y aireación.

Para conseguir mantener la altura óptima de los olivos, se cortan las ramas desde abajo y se minoran la cantidad de agua suministrada en verano durante la

El conocimiento acumulado y las pautas técnicas derivadas de años de ensayo y error son esenciales para acompañar al agricultor del siglo XXI en la toma de decisiones y ayudarle a minimizar riesgos

parada vegetativa que se produce en los meses de julio y agosto. En este periodo, el aporte de agua se reduce hasta un 50-70% según la granulometría del suelo. Unas condiciones en las que los árboles pueden llegar a mostrar cierto estrés hídrico, presentando un aspecto algo deshidratado y con un cambio en el color en su follaje, aunque su fruto permanece firme y en buen estado.

En las fincas de regadío, a finales de agosto o principios de septiembre se vuelve a regar como en primavera hasta primeros de octubre. Con ello se favorece una maduración óptima del fruto y un mayor rendimiento graso, lo que permite realizar una cosecha temprana, generalmente a finales de octubre.

La parada vegetativa es algo que muchos profesionales del sector pasan por alto, aplicando riego y fertirriego de forma intensiva durante el verano, lo que provoca un crecimiento excesivo de madera. Según la experiencia de Todolivo, el binomio de riego y fertirriego durante los meses de verano da lugar al creci-

miento vegetativo desmesurado. Además de llevar a cabo esta restricción de agua durante la parada vegetativa, en Todolivo recomiendan complementar la fertilización con un abonado granulado a la salida del invierno y aportar potasio en septiembre. Con estas prácticas se evita que haya un exceso de crecimientos innecesarios, manteniendo un equilibrio adecuado.

En condiciones normales, el consumo de agua en las plantaciones de marcos amplios oscila entre 1.000 y 1.500 m³/ha./año, mientras que en años de escasez hídrica la cantidad de agua aportada se minoran a 600-700 m³. En estos casos, a pesar de la disminución, se ha conseguido que las explotaciones no redujeran de forma significativa su productividad.

Otro aspecto relevante que conviene destacar es que, aunque en Todolivo mantienen una apuesta firme por los marcos amplios, la aparición de nuevas variedades de menor porte y tamaño -I-16^o, I-51^o, I-52^o, I-72^o o I-99^o, entre otras-, abre la posibilidad de que pudieran adaptarse con éxito a marcos de plantación más densos. Esto se debe principalmente a que estas variedades se caracterizan por emitir muy poca madera y abundante ramón productivo, además de requerir una poda muy sencilla y ligera, lo que facilitaría enormemente su manejo en plantaciones con diseños de marcos más prietos. Por ello, en Todolivo están decididos a continuar estudiando e investigando esta línea de trabajo para determinar su manejo más óptimo.

¿Cómo debe realizarse la poda?

Otro gran interrogante que se plantea en el artículo publicado en *Mercacei* es





Poda de la variedad picual Clon I-11®.
Finca "Calderito Alto" (secano).



Finca de olivar en seto de riego plantada a marco amplio (Cáceres).
Producción media en siete cosechas: 1.798 kg. de aceite/ha.



la poda y cuál es la forma más correcta de realizarla. La poda es otro pilar fundamental para garantizar el éxito en el sistema en seto, pues entre otras cosas permite mantener una producción constante en el olivar.

En Todolivo defienden una poda limpia manual anual, en dos ramas en línea, que imita la poda tradicional y favorece tanto la entrada de luz como el equilibrio vegetativo del árbol. Frente a otras prácticas como el *topping* o la poda lateral mecanizada -técnicas que han sido evaluadas durante 16 años en 15 hectáreas de investigación propia-, está comprobado que dichas técnicas reducen la producción de aceite de oliva a una tercera parte de lo que se consigue con poda manual. Por ello, desde Todolivo abogan por un manejo cuidadoso y selectivo que priorice la productividad y la sostenibilidad del cultivo.

Y es que, como demuestra su experiencia en campo, el uso del *topping* genera múltiples problemas. En primer lugar, esta técnica no distingue entre ramas productivas y no productivas, por lo que, al no hacer esta discriminación previa, se cortan todas las ramas por igual, afectando considerablemente al potencial productivo del olivar.

En segundo lugar, al aplicar *topping* la savia del olivo se concentra en la zona del corte superior, causando una respuesta vegetativa muy fuerte. Además, este método suele requerir varios pases con las cuchillas. Cualquiera que haya realizado un *topping* tras la cosecha puede constatar que, hacia mayo o junio, los olivos situados en suelos fértiles experimentan un crecimiento desmesurado.

Este vigor productivo no contribuye a

la producción y, por el contrario, sombrea las zonas del árbol que en teoría deberían fructificar. Como consecuencia, el agricultor se ve obligado a repetir la operación, realizando un primer pase en enero (antes de la poda) y otro en agosto, lo que incrementa los costes de manejo y reduce la cosecha final. Otro problema derivado de realizar varios pases de *topping* y mantener esos crecimientos en la parte superior del árbol es la disminución del rendimiento graso.

Por el contrario, la poda manual se efectúa con un objetivo claro: eliminar aquellas ramas que salen hacia la calle y así mantener un flujo constante de luz sobre las dos ramas en línea, lo que favorece la producción de ramón productivo en estas ramas. La experiencia ha demostrado a Todolivo que la poda manual es el sistema más rentable y el único capaz de mantener producciones constantes a lo largo del tiempo.

Para optimizar esta práctica, es fundamental formar el olivo en forma piramidal, utilizando un tutor de caña de bambú de al menos 2,5 metros de altura. El tutor se entierra en sus primeros 50 cm. y los dos metros restantes sirven para guiar al olivo de forma piramidal, sujetándolo únicamente a la caña en la parte superior para que la primera cosecha sea fructífera. No es aconsejable realizar despuntes hasta que el árbol alcance los 2-2,5 m., ya que, de hacerlo, se perdería una parte de la cosecha. Este método no sólo es el más económico para criar un olivo, sino también el que permite aprovechar al máximo todo el ramón productivo desde la primera recolección.

En la segunda cosecha se procede a remangar las bajas, cortar el eje a la

altura de las ramas laterales que estén bien alineadas y eliminar aquellas ramas que sobresalgan hacia la calle. Al año siguiente, tras recolectar una nueva cosecha, se deberá llevar a cabo la poda limpia quitando chupones y ramas atravesadas, y aclarando el ramón para favorecer la entrada de luz y la formación de ramón productivo. En el futuro, cuando se quiera sustituir una rama principal, se dejará un chupón que, al cabo de dos años, reemplazará a la rama que será eliminada.

Conclusión

En conclusión, desde Todolivo comparten plenamente la reflexión de que el olivar es un cultivo que exige tiempo, experimentación rigurosa y un profundo conocimiento de cada suelo, clima y finca para definir estrategias de manejo y nuevas variedades. Precisamente por ello, en la compañía cordobesa llevan casi tres décadas dedicados a la investigación continua de la olivicultura en seto, lo que permite ofrecer respuestas basadas en experiencia de campo a muchas de las preguntas planteadas.

Si bien es cierto que no existen axiomas inamovibles en el campo y cada explotación es única, no lo es menos que el conocimiento acumulado y las pautas técnicas derivadas de años de ensayo y error son esenciales para acompañar al agricultor del siglo XXI en la toma de decisiones y ayudarle a minimizar riesgos. En definitiva, el libro está por escribir, pero en Todolivo llevan décadas redactando capítulos a pie de campo para que la olivicultura siga siendo un motor de sostenibilidad y rentabilidad. 🍷

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





Entrevista a Lorenzo Urroz, administrador y gerente de Molino de Olivas de Bolea

“Lecciana representa un complemento ideal para nuestra gama de AOVes”

La variedad lecciana ha demostrado una gran adaptabilidad y eficiencia para su cultivo en secano en el Alto Aragón. Hablamos de su desempeño y de mucho más con Lorenzo Urroz, administrador y gerente de Molino de Olivas de Bolea, una empresa familiar con almazara propia situada en la villa de Bolea (Huesca) y dedicada desde 1940 a la molturación de aceituna y elaboración de aceite de oliva virgen extra.



Para comenzar, ¿qué os llevó a incorporar lecciana en vuestras fincas del Alto Aragón? ¿Qué buscábais al seleccionar una nueva variedad como esta?

Hace casi dos décadas iniciamos nuestra andadura con la plantación en seto, buscando desde entonces adaptarnos a las condiciones específicas de nuestra zona, donde el secano y la ausencia de regadío nos imponen ciertas limitaciones. Durante este tiempo hemos estado explorando variedades que pudieran conjugar bien con este sistema de cultivo intensivo en seto, pero que al mismo tiempo ofrecieran buenos resultados en secano. En este contexto, en 2020, en plena pandemia, decidimos realizar una prueba comparativa entre la arbequina, que es una variedad que conocemos bien y que ha sido tradicional en nuestras fincas, y la lecciana, que comenzaba a despertar interés. Buscábamos una variedad con buena adaptación al clima, tolerante a condiciones de estrés hídrico, que ofreciera estabilidad productiva y, si era posible, con un perfil organoléptico diferencial. Lecciana parecía responder a muchos de esos criterios y por eso decidimos incorporarla a modo de ensayo.

“Creemos que lecciana puede ser una alternativa muy interesante para plantaciones en seto en zonas de secano; adicionalmente, la resistencia al frío es un plus”

Trabajáis en una zona con inviernos duros y riesgo de heladas. ¿Cómo ha respondido lecciana a estas condiciones climáticas exigentes?

Aunque es cierto que nuestros inviernos ya no son como los de hace dos décadas, todos los años nos encontramos con fuertes heladas durante al menos dos semanas. Este último invierno fue especialmente representativo, con temperaturas que llegaron a situarse entre los -7 y -9° C durante al menos una semana. Observamos con interés que lecciana mostró una resistencia notable: no apreciamos apenas defoliación, lo que contrastó fuertemente

con la arbequina, que sí presentó una pérdida significativa de hojas. Esta diferencia es muy relevante en nuestras condiciones, ya que la defoliación condiciona tanto la brotación como la recuperación del árbol en primavera. Esta buena respuesta inicial a las bajas temperaturas nos anima a seguir observando su comportamiento en los próximos años.

¿Qué diferencias habéis notado respecto a otras variedades tradicionales en cuanto a resistencia al frío y capacidad de recuperación tras episodios de heladas?

La principal diferencia ha sido precisamente esa: la capacidad de mantener el follaje intacto tras episodios de frío intenso. En nuestra comparación directa, la arbequina respondió con una caída de hojas significativa, lo que puede comprometer la actividad vegetativa posterior. En cambio, la lecciana ha mostrado una resistencia destacable, sin apenas síntomas visibles de daño por frío. Aunque todavía es pronto para establecer conclusiones a largo plazo, este comportamiento inicial refuerza su potencial como variedad adaptada a zonas con inviernos rigurosos y riesgo de heladas.



Inciendo en ello, ¿habéis observado buena brotación y floración tras inviernos especialmente fríos? ¿Cómo ha sido su comportamiento en la salida del letargo invernal?

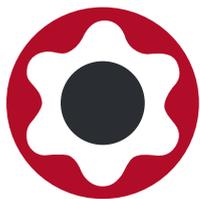
Por el momento sólo hemos realizado una cosecha, en 2024, por lo que aún no tenemos una serie suficientemente larga para establecer patrones firmes. Sin embargo, este 2025 la floración ha sido especialmente llamativa: ha superado nuestras expectativas tanto en cantidad de flor como en uniformidad. Es un dato que invita al optimismo, ya que sugiere que la variedad no sólo tolera bien el frío, sino que además arranca con fuerza en primavera. En cuanto a la brotación, lecciana destaca por su vigor vegetativo: cada campaña nos sorprende con su capacidad de generar madera nueva, algo que puede ser muy interesante desde el punto de vista productivo, aunque también plantea retos de manejo.



Desde el punto de vista agronómico, ¿qué destacaríais de lecciana en cuanto a vigor, estructura del árbol y facilidad de manejo en campo?

Agronómicamente, lecciana es una variedad de porte vigoroso, que con muy poca alimentación vegetal consigue

un desarrollo notable. Esto representa una ventaja en condiciones de secano, pero requiere una gestión cuidadosa. En cuanto a la estructura del árbol, estamos trabajando, por primera vez, con el sistema Smarttree, lo cual supone una curva de aprendizaje. La lecciana presenta una ramificación muy abundante y ramas especialmente flexibles, lo que, en el momento de la carga, confiere al árbol un porte "llorón". Esto nos ha obligado



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



“La mayor presencia de polifenoles no sólo incide en una mayor estabilidad del aceite, sino que también aporta un perfil sensorial más complejo, algo que valoramos mucho en nuestra apuesta por la diferenciación”

a intervenir estructuralmente, levantando la formación del árbol para garantizar que la máquina cosechadora pueda trabajar de forma eficiente.

Si hablamos de AOVEs, lecciana se presenta como una variedad equilibrada y con alto contenido en polifenoles. ¿Qué rendimiento graso estáis obteniendo y cómo valoráis su estabilidad productiva?

Aunque aún estamos inmersos en una fase de descubrimiento, el término equilibrio define bien nuestras primeras impresiones sobre lecciana. Hemos observado rendimientos grasos de aproximadamente tres puntos por encima de la arbequina, lo cual representa una mejora muy significativa en nuestras condiciones de secano. En cuanto a la estabilidad productiva, todavía no tenemos una serie de campañas suficientes para hablar de regularidad, pero hasta ahora la evolución es positiva. Además, la mayor presencia de polifenoles no sólo incide en una mayor estabilidad del aceite, sino que también aporta un perfil sensorial más complejo, algo que valoramos mucho en nuestra apuesta por la diferenciación.

En efecto, en Molino de Olivas de Bolea apostáis por AOVEs de calidad diferenciada. ¿Qué os ha aportado lecciana en términos de perfil sensorial? ¿Cómo encaja con vuestra gama actual?



Lecciana representa un complemento ideal para nuestra gama de AOVEs.

En el norte de España el paladar del consumidor tiende a preferir aceites más suaves y dulces, por lo que nuestra oferta tradicional encajaba muy bien. Sin embargo, lecciana nos permite incorporar una propuesta con un perfil organoléptico complementario, sin llegar a ser excesivamente agresiva en amargor o picor. Es una variedad que equilibra muy bien el carácter con la elegancia, aportando notas verdes, frescas y una persistencia en boca que la permiten destacar.

Teniendo en cuenta vuestra experiencia, ¿consideráis a lecciana una variedad especialmente interesante para zonas frías o con riesgo de heladas tardías?

Nuestra experiencia es todavía limitada en el tiempo, por lo que sería prematuro hacer una afirmación categórica. No obstante, los primeros resultados han sido prometedores: su buena tolerancia al frío, la escasa defoliación observada y la vigorosa recuperación en primavera son indicadores positivos. Creemos que puede ser una alternativa muy interesante para plantaciones en seto en zonas de secano. Adicionalmente, la resistencia al frío es un plus.



Por último, ¿qué consejo le daríais a otros productores que cultivan en condiciones similares a las vuestras si están pensando en introducir lecciana en su explotación?

Dar consejos en agricultura es siempre delicado, porque cada finca tiene sus particularidades: suelo, clima, manejo... Sin embargo, lo que sí podemos decir es que, hoy en día, introducir lecciana es una apuesta con mucho menor riesgo que hace unos años. Ya hay numerosas experiencias en diferentes zonas, tanto en regadío como en secano, y cada vez disponemos de más referencias. Para quienes cultivan en seto y buscan una variedad con mayor rendimiento graso, buena adaptación al frío y un perfil de aceite equilibrado puede ser muy interesante. Nosotros animamos a quienes estén en ese punto a realizar pruebas en sus fincas: ver su comportamiento *in situ* es la mejor forma de valorar su verdadero potencial. 🍯

ARAGÓN
SABOR
DE VERDAD



EN  ARAGÓN  LOS   ALIMENTOS  SABEN  DE  VERDAD

LOS ALIMENTOS DE ARAGÓN saben a naturaleza,
a trabajo, a personas, a ilusión y a historia.

@aragonalimentos

 GOBIERNO
DE ARAGON

Del olivo al laboratorio: OLEAF4VALUE y las hojas que alimentan la innovación

En el entorno del olivar, las hojas que se generan tras la poda o durante el proceso en la almazara han sido tradicionalmente un elemento de difícil gestión. Dejarlas en el terreno puede suponer un riesgo para el suelo y para la producción agrícola, debido a la posible aparición de plagas. Además, suponen un reto logístico, económico y medioambiental para el productor: transportarlas, almacenarlas o quemarlas conlleva costes y puede provocar efectos no deseados, como la degradación del suelo o la emisión de gases de efecto invernadero. A pesar de algunos usos tradicionales, como su empleo en alimentación animal o como biomasa para energía, en muchos casos acaban tratadas como un desecho sin valor real. Pero, ¿y si en lugar de verlas como un estorbo empezáramos a considerarlas como una materia prima de enorme potencial?



Por Salomé Robbert Prieto¹ y José María Pinilla Rosas²

Un modelo circular con raíz en el olivo. Con esa visión nace el modelo de negocio de Natac, empresa española centrada en la producción de ingredientes naturales y que ha desarrollado un modelo de bioeconomía circular enfocado a aprovechar recursos vegetales para producir ingredientes bioactivos de alto valor.

Para Natac, lo que muchos consideran subproductos son en realidad biomásas ricas en compuestos bioactivos, con un valor aún por descubrir. La empresa posee una planta de producción dedicada exclusivamente a la fabricación de extractos a base de olivo como parte de una estrategia industrial que combina sostenibilidad, economía circular e innovación.

Esta apuesta por el *upcycling* va más allá del aprovechamiento: se trata de una visión sostenible y ética donde los recursos naturales se utilizan al

máximo, reduciendo pérdidas, evitando contaminación y generando oportunidades a lo largo de toda la cadena de valor.

En este contexto nace OLEAF4VALUE, un proyecto europeo coordinado por Natac e iniciado en junio de 2021 con 16 socios de siete países, que durante tres años ha buscado una nueva vida para estas hojas. ¿El objetivo? Convertirlas en ingredientes saludables y funcionales con aplicaciones en mercados tan diversos como la alimentación, los complementos, la cosmética o la nutrición animal.

Una biorrefinería dinámica que se adapta a cada hoja

El corazón del proyecto ha sido el desarrollo de un modelo de biorrefinería dinámica en cascada, capaz de adaptar los procesos productivos en función de la calidad y el origen de la biomasa. No todas las hojas son iguales: las de

poda suelen tener perfiles distintos a las de almazara y su composición química varía según la variedad, el momento de recogida o las condiciones del olivar.

En lugar de aplicar un modelo productivo único, el sistema desarrollado en OLEAF4VALUE permite seleccionar entre diferentes procesos, optimizando la obtención de compuestos de alto valor como la oleuropeína u ácido oleanólico en función del potencial de la biomasa.

Para determinar el mejor proceso de extracción, las hojas se analizan inicialmente en laboratorio mediante técnicas como la cromatografía líquida (HPLC), que permite conocer su perfil fitoquímico. Sin embargo, con el fin de agilizar esta evaluación y hacerla accesible en campo, el proyecto desarrolló un sensor innovador: el RTSIS (Real-Time Suitability Index Sensor).

Este dispositivo portátil, basado en espectroscopía NIR, permite estimar en tiempo real el contenido de com-

¹ Project Manager en Natac Biotech

² Responsable del área de proyectos de innovación en Natac Biotech

puestos clave como la oleuropeína directamente sobre la hoja. Gracias a él, los proveedores pueden tomar decisiones rápidas y eficientes sin necesidad de enviar muestras al laboratorio. En pruebas piloto realizadas por agricultores, técnicos y operarios de biorrefinería, el dispositivo ha demostrado su utilidad como herramienta práctica, accesible y alineada con las necesidades del sector.

Este avance no sólo mejora la logística del proceso, sino que también abre la posibilidad de que los propios productores primarios comiencen a valorizar sus biomásas, generando nuevas oportunidades de negocio y fortaleciendo la cadena de valor para todos los actores.



Una biomasa, múltiples destinos

Los resultados de OLEAF4VALUE demuestran que esta biomasa tiene aplicaciones reales y diversas:

- **Salud humana:** los extractos de hoja de olivo, ricos en polifenoles, han puesto de manifiesto su capaci-

[El objetivo es convertir las hojas de olivo en ingredientes saludables y funcionales con aplicaciones en mercados tan diversos como la alimentación, los complementos, la cosmética o la nutrición animal]

dad para contribuir al buen funcionamiento del tracto intestinal. Actúan modulando la microbiota intestinal, favoreciendo el crecimiento de bacterias beneficiosas que producen compuestos como el butirato, conocidos por sus efectos positivos sobre la salud intestinal y la integridad de la barrera intestinal.

- **Cosmética:** se ha desarrollado un nuevo derivado del ácido oleanólico



FABRICACIÓN DE DEPÓSITOS PARA ALMACENAMIENTO



De Bujalance, S.L. Calderería Inox

Teléfono:

 957 170 529

Comercial:

 666 412 462

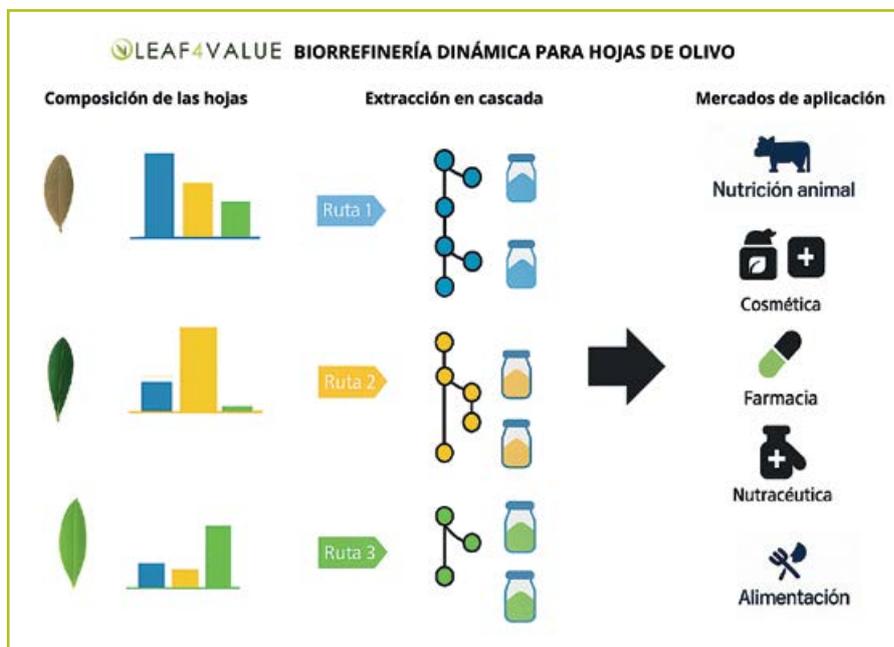
Fábrica

Pol. Ind. Dehesa de la Cigüeña, Parc. 10
14420 Villafranca de Córdoba
(Córdoba)

Almacenes

Pol. Ind. Pasada Honda, Parc. 1
14650 Bujalance
(Córdoba)

[El sistema desarrollado en OLEAF4VALUE permite seleccionar entre diferentes procesos, optimizando la obtención de compuestos de alto valor como la oleuropeína u ácido oleanólico en función del potencial de la biomasa]



con potencial para favorecer la renovación celular y la salud de la piel, al evitar procesos de oxidación.

- **Nutrición animal:** formulaciones específicas para peces de acuicultura han demostrado mejorar su respuesta inmunitaria frente a enfermedades virales.
- **Neuroprotección:** modelos experimentales han revelado capacidad antioxidante y posibles beneficios en el mantenimiento de la salud frente a procesos degenerativos.

De esta forma, lo que antes era un recurso de escaso valor económico se convierte en un ingrediente funcional con aplicaciones de mercado y valor añadido. El proyecto OLEAF4VALUE concluyó en junio de 2024, pero sus resultados no se han quedado ahí. En junio de 2023 arrancó un proyecto mucho más ambicioso para Natac: SustaiNext, que busca llevar el modelo de biorrefinería a escala industrial.



Miembros del consorcio OLEAF4VALUE, liderado por Natac y compuesto por 16 socios de siete países.



La nueva fábrica multiproducto que se está construyendo en Hervás será la biorrefinería de extractos más moderna y sostenible del mundo.

SustaiNext: Llevar el modelo de biorrefinería al siguiente nivel

En el marco de este nuevo proyecto, se está construyendo en Hervás (Cáceres) una planta multiproducto moderna y sostenible en la que se estudia la valorización de diversas biomásas, entre ellas las del olivo. No sólo se analizan las hojas, sino también otras partes del olivo -por ejem-

plo, el fruto- como fuentes potenciales de compuestos funcionales, incluyendo nuevos productos y componentes.

Esta planta no sólo representa un salto tecnológico, sino también un cambio de escala: permitirá producir extractos funcionales de forma continua, bajo estrictos criterios de sostenibilidad, trazabilidad y eficiencia. Esto

posibilita el desarrollo de ingredientes innovadores con una aplicación real en sectores como la alimentación, los piensos para animales de compañía y de granja, la cosmética o los nutracéuticos, ahora desde un enfoque claramente industrial.



Exteriores de la planta de producción de Natac en Hervás (Cáceres)

Con la culminación prevista para 2027, se están llevando a cabo estudios clave de validación tecnológica y de mercado, orientados a garantizar que cada nuevo ingrediente no sólo sea funcional y seguro, sino también competitivo y alineado con las tendencias regulatorias y de consumo. SustaiNext representa así la consolidación de un modelo de bioeconomía circular donde la valorización del olivo da un paso firme hacia su plena integración en cadenas de valor sostenibles.

OLIWA: un nuevo paso hacia la circularidad del olivo

OLIWA es el proyecto más reciente en el que Natac participa dentro del ámbito de la valorización del olivo. Esta iniciativa, que agrupa a varios países mediterráneos (España, Italia, Grecia, Túnez, Argelia y Turquía), apuesta por un enfoque totalmente circular, promoviendo el aprovechamiento integral del olivo desde una perspectiva medioambiental, económica y social.

Aquí, las biomásas se transforman en ingredientes de pienso para animales de producción (gallinas ponedoras, pollos de engorde y peces), además de destinarse a la producción de bioplásticos o aprovecharse para generar biometano, reduciendo así la dependencia de recursos fósiles y el impacto ambiental de los residuos agroindustriales.

Los extractos obtenidos por Natac a partir de hojas y fruto del olivo están siendo evaluados en modelos preclínicos, con el objetivo de demostrar su eficacia en la prevención de enfermedades hepáticas y renales. Además, se estudia su potencial como promotores de salud intestinal y general en animales, mejorando no sólo su bienestar, sino también la calidad de los productos derivados, como carne, huevos o pescado.

Una nueva cadena de valor para el olivo

Todo este recorrido demuestra que las hojas del olivo y otras biomásas asociadas pueden ser mucho más que un subproducto. Pueden convertirse en el punto de partida de una cadena de valor innovadora, sostenible y rentable. Y lo mejor: sin cambiar el origen, sin alterar el paisaje, sólo transformando la manera en que lo miramos. 🍯

<https://www.cbe.europa.eu/projects/oleaf4value>
<https://sustainext-project.com/>

ALMAZARA 4.0

DIGITALIZACIÓN COMPLETA

Tome Control de su Proceso con la solución tecnológica más AVANZADA



Nuestros Servicios:

- ✓ Sistemas de Automatización
- ✓ Soporte y Entrenamiento
- ✓ Integración de Datos ERP/MES

CONTACTENOS



+34-913980071



oleicola@indeatech.com
www.indeatech.com



Palacín, innovación española en busca de la excelencia en la extracción de aceite de oliva



Tras décadas de colaboración con firmas internacionales, Palacín ha dado un paso decisivo con el lanzamiento de su propio decánter de fabricación íntegramente española. La compañía, con sede en Úbeda y más de un siglo de experiencia en el diseño de maquinaria oleícola, ha presentado un innovador sistema de extracción que representa la culminación de años de conocimiento acumulado, apuesta tecnológica y cercanía con el productor.

El nuevo decánter de Palacín no es un modelo estándar, sino que ha sido concebido como una solución personalizable capaz de adaptarse a las necesidades específicas de cada almazara. Frente a la producción de máquinas en serie, el enfoque de la compañía se centra en entender las particularidades de cada cliente -volumen de molturación, tipología de aceituna, objetivos de rendimiento y calidad- para ofrecer la posibilidad de configurar un equipo a medida. De esta forma, la empresa garantiza los rendimientos óptimos a las particularidades de cada cliente.

“Este decánter es el resultado de escuchar durante décadas a nuestros clientes, aprender de sus retos y anticiparnos a sus demandas. Queríamos ofrecer una máquina robusta, eficiente y, sobre todo, pensada para facilitarles el trabajo diario en campaña”, destacan desde la dirección de Palacín.

Un salto estratégico en la historia de Palacín

El desarrollo del nuevo decánter supone un hito en la evolución de la compañía.



El factor diferencial del nuevo decánter de Palacín reside en su capacidad de personalización.

Durante más de un siglo, Palacín ha sido referente en el suministro de maquinaria oleícola, en estrecha colaboración con firmas internacionales de primer nivel. Esta trayectoria le ha permitido dominar la tecnología, pero también identificar las limitaciones de los modelos importados.

La decisión de diseñar y fabricar un decánter propio en España no sólo responde a una cuestión de independencia tecnológica, sino también de compromiso con el sector nacional. Al producir en territorio español, Palacín reduce tiempos de entrega, ofrece un servicio técnico más próximo y genera un impacto positivo en la cadena de valor local.



El nuevo decánter 100% español de Palacín fue presentado en la pasada edición de Expoliva.

Personalización como ventaja competitiva

El factor diferencial del nuevo decánter de Palacín reside en su capacidad de personalización. Cada cliente tiene la



Estand de Palacín en Expoliva 2025.



[Un nuevo decánter 100% español que revoluciona el sector oleícola y supone un hito en la evolución de la compañía ubetense]

Palacín es un socio imprescindible para quienes buscan la excelencia en la extracción y desean ofrecer un producto diferencial al consumidor final.

Y es que la historia de Palacín refleja algunos principios que hoy marcan la diferencia en el sector:

- **Cercanía y escucha activa:** la personalización sólo es posible entendiendo en profundidad las necesidades de cada almazara.
- **Independencia tecnológica:** producir en España permite garantizar calidad, agilidad y compromiso con el tejido industrial local.
- **Diversificación responsable:** trasladar el conocimiento del sector oleícola a ámbitos como el biogás o el tratamiento de aguas refuerza la sostenibilidad y la capacidad de innovación de la empresa.
- **Vocación de servicio:** el soporte técnico y el mantenimiento multimarca aseguran confianza y continuidad operativa a largo plazo.

Un futuro con sello español

Con este lanzamiento, Palacín no sólo introduce un nuevo decánter en el mercado, sino que reafirma su liderazgo y su compromiso con el sector oleícola español. La compañía ha demostrado que la innovación no depende únicamente de grandes multinacionales, sino también de empresas con raíces profundas, cercanas al productor y con una visión clara de futuro.

El camino emprendido augura un horizonte prometedor: un sector oleícola más competitivo y orgulloso de contar con soluciones tecnológicas de origen 100% español. 🟢

posibilidad de optar por un equipo configurado a su medida: desde los parámetros de velocidad y caudal hasta los sistemas de control y monitorización. Este enfoque asegura que la inversión de la almazara se traduzca en un rendimiento óptimo, minimizando mermas y elevando la calidad del aceite obtenido.

Además, la compañía ha apostado por la incorporación de sistemas inteligentes que permiten ajustar el funcionamiento de la máquina en tiempo real. Esto ayuda a maximizar la eficiencia energética y a mantener un control riguroso de todo el proceso de extracción.

Más allá del decánter: servicio y versatilidad

Aunque la presentación del nuevo decánter marca un antes y un después en la trayectoria de la empresa, Palacín mantiene su vocación de servicio integral al cliente. Una de sus principales fortalezas es el servicio de reparaciones multimarca, que le permite atender tanto a sus propias máquinas como a equipos de otros fabricantes. La agilidad en la respuesta y la disponibilidad de

recambios permite que muchas almazaras confíen en la firma ubetense como socio técnico de referencia durante toda la campaña.

Al mismo tiempo, Palacín ha ampliado su campo de actuación y línea de negocio a otros sectores industriales, extrapolando la aplicación de sistemas de extracción a otros ámbitos tales como plantas de biogás o tratamiento de aguas residuales. El mismo principio de robustez, innovación, calidad y eficiencia que guía el diseño de su maquinaria oleícola se aplica ahora a dichos campos, contribuyendo a procesos alineados con la economía circular.

Un socio estratégico para el futuro del aceite de oliva

En un contexto en el que la calidad y la trazabilidad del aceite de oliva virgen extra son cada vez más valoradas a nivel internacional, disponer de un equipo tecnológico fiable, eficiente y adaptable resulta clave. El nuevo decánter de Palacín se posiciona como una herramienta estratégica para que las almazaras españolas mantengan su competitividad en un mercado global.

La empresa combina lo mejor de la tradición -el conocimiento transmitido durante generaciones sobre el proceso oleícola- con la innovación tecnológica más avanzada. Esta unión convierte a

JOAQUÍN PALACÍN, S.L.
joaquin@jpalacin.com
www.jpalacin.com



Fertinagro Renovation Fuerza Máxima: inhibición y bioestimulación para maximizar el aprovechamiento de los nutrientes

Renovation Fuerza Máxima, la nueva solución fertilizante de máxima eficiencia de Fertinagro Biotech, responde a los nuevos retos de la olivicultura moderna al combinar en su formulación nutrición, bioestimulación y sostenibilidad, permitiendo producir más con menos unidades fertilizantes, cumpliendo las exigencias normativas, mejorando la salud del suelo y asegurando la rentabilidad de la explotación incluso en campañas marcadas por la incertidumbre climática y económica.



El cultivo del olivar atraviesa un momento de especial complejidad. Las sucesivas campañas, marcadas por la escasez hídrica, las altas temperaturas en fases fenológicamente sensibles y la creciente irregularidad del clima mediterráneo, están provocando notables mermas en el rendimiento, tanto en secano como en regadío. Estos fenómenos climáticos extremos afectan directamente a procesos clave como la floración, el cuajado y la lipogénesis, reduciendo la producción por hectárea y comprometiendo la calidad final del aceite.

A esta inestabilidad productiva se suma un contexto económico igualmente incierto. Tras alcanzar precios históricamente altos en las últimas campañas, impulsados por la escasez de cosecha, el precio del aceite de oliva inició en 2025 un acusado descen-

so, situándose en algunos casos en apenas un tercio del valor del año anterior. Esta caída, unida al incremento sostenido de los costes de producción, ha generado una fuerte presión sobre la rentabilidad del olivar.

En este escenario económico, el marco regulatorio añade otra capa de dificultad. La Unión Europea ha aprobado el Mecanismo de Ajuste en Frontera por Carbono (CBAM), que encarece los fertilizantes importados al aplicarles un coste adicional en función de las emisiones de CO₂ generadas durante su fabricación. A ello se suman los aranceles a fertilizantes nitrogenados procedentes de Rusia y Bielorrusia, que pueden alcanzar entre 325 y 430 euros/t. según el producto.

En paralelo, la normativa nacional sobre nutrición sostenible (RD 1051/2022) introduce restricciones en las zonas

vulnerables por nitratos, obligando a reducir las dosis de fertilización y a registrar las aplicaciones. En el caso de los ureicos, aquellas explotaciones que apliquen más del 20% de sus necesidades de nitrógeno mediante urea o soluciones nitrogenadas ureicas deberán incorporar medidas de mitigación que reduzcan al menos un 30% las emisiones de amoníaco (NH₃), lo que obliga a utilizar inhibidores u otras tecnologías específicas.

Objetivo: aumentar la eficiencia del abonado

En la práctica, todo esto significa que el agricultor dispone de menos margen para aplicar nutrientes y debe hacerlo de forma mucho más eficiente, lo que puede repercutir negativamente en el potencial productivo del olivar si no se incorporan soluciones tecnológicas avanzadas.



[Es necesario apostar por herramientas tecnológicas que aumenten la eficiencia del abonado, optimicen el uso de cada kilo de fertilizante y mejoren la salud del suelo a largo plazo, garantizando así la producción y calidad de las cosechas]



modificar el manejo y adaptándose mejor a la fisiología del olivo al garantizar la nutrición en momentos clave del ciclo.

Otro factor que condiciona la nutrición del olivar es la inmovilización de nutrientes, un fenómeno muy característico de los suelos alcalinos y calizos del paisaje mediterráneo. El fósforo, esencial para el desarrollo radicular y la producción de energía, puede quedar bloqueado en más del 80% poco después de su aplicación, principalmente por su precipitación en formas cálcicas. De manera similar, micronutrientes como hierro o zinc presentan baja disponibilidad, lo que limita el vigor del cultivo y favorece la aparición de clorosis férrica. Estas limitaciones nutricionales no sólo afectan al desarrollo vegetativo, sino que repercuten directamente en la productividad y calidad de la cosecha, reduciendo el potencial económico de la explotación.

La tecnología SUPERBIA®, desarrollada y patentada (EP3561066B1 y EP3181538B1) por Fertinagro Biotech, responde a este problema mediante bioestimulación funcional. Su composición rica en aminoácidos libres y oligopéptidos actúa como señal química para la microbiota edáfica, activando microorganismos beneficiosos que participan en procesos clave como la solubilización y mineralización de fósforo.

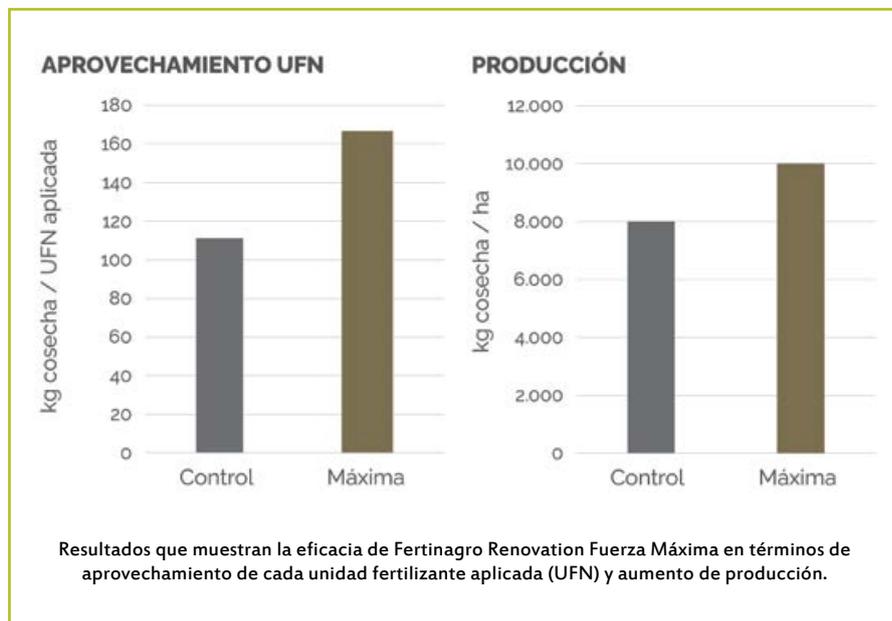
Esta tecnología ha sido caracterizada siguiendo protocolos oficiales emitidos por el Comité Europeo de Nor-

En este contexto, la fertilización de fondo -clave para la campaña del olivo- ya no puede plantearse únicamente como un aporte de nutrientes. Es necesario apostar por herramientas tecnológicas que aumenten la eficiencia del abonado, optimicen el uso de cada kilo de fertilizante y mejoren la salud del suelo a largo plazo, garantizando así la producción y calidad de las cosechas.

El nitrógeno es el motor de la producción en el olivar, pero también el nutriente más vulnerable a pérdidas. Se estima que casi la mitad del nitrógeno aplicado en campo no llega a ser absorbido, perdiéndose por volatilización o lixiviación. Esta ineficiencia supone un impacto ambiental evidente -contaminación de acuíferos y emisiones de gases de efecto invernadero- y un coste económico directo para el agricultor, que no sólo ve cómo el fertilizante aplicado no

es aprovechado, sino que además compromete la nutrición del cultivo y, con ello, la cosecha.

La tecnología DURAMON®, incorporada en las fórmulas de Renovation Fuerza Máxima, se presenta como una solución eficaz y sencilla. Se trata de un inhibidor de la ureasa patentado (EP3753915B1) y registrado a nivel europeo y nacional, que ralentiza la transformación de la urea en amonio. De esta forma, el nitrógeno permanece más tiempo en el suelo en formas aprovechables y el fertilizante se integra de manera más homogénea en el perfil edáfico, asegurando una disponibilidad continua y uniforme para la planta. Esto permite que cada unidad de nitrógeno aplicada sea más eficiente, generando más kilos de aceituna por hectárea, cumpliendo con la normativa sobre reducción de emisiones sin necesidad de



malización (CEN) para la evaluación de bioestimulantes, demostrando incrementos significativos en nitrógeno mineral y fósforo soluble en apenas 14 días. Estos resultados confirman su potencial para mejorar la fertilidad en suelos complejos y favorecer el aprovechamiento de cada aplicación.

Más allá de la nutrición, la bioestimulación refuerza la resiliencia del olivo frente a situaciones de estrés abiótico -sequía, altas temperaturas-, al promover una microbiota activa y diversa. De este modo, SUPERBIA® contribuye a mantener la productividad y calidad de la cosecha incluso en campañas difíciles.

La eficacia de Renovation Fuerza Máxima ha sido validada en numerosas experiencias de campo. En ensayos realizados en olivar de verdeo (variedad manzanilla) dentro del proyecto

PHOSECO -financiado por la Junta de Andalucía y la Unión Europea a través de fondos FEDER-, se comparó un plan de abonado convencional con otro en el que se redujeron en un 20% las unidades fertilizantes nitrogenadas (UFN) aplicadas con Renovation Fuerza Máxima. El resultado fue un incremento de más del 20% en la producción (+2.000 kg./ha. de aceituna). Este ensayo no sólo evidenció un mayor aprovechamiento de cada unidad fertilizante -obteniéndose más kilos de cosecha por cada UFN aplicada-, sino que también mostró un impacto económico directo: el aumento de producción, valorado al precio de lonja de la aceituna de mesa en ese momento, se tradujo en una mejora de rentabilidad de +1.540 euros/ha. Resultados muy similares se obtuvieron en olivar de almazara (variedad picual), donde planes de abonado con Renovation Fuerza Máxima que reducían las unidades fertilizantes no sólo mantuvieron la producción, sino que en muchos casos permitieron alcanzar incrementos de hasta el 30% en el rendimiento.

Con Renovation Fuerza Máxima, el agricultor dispone de un fertilizante de fondo de máxima eficiencia que integra en una sola formulación dos tecnologías complementarias: DURAMON®, que reduce pérdidas de nitrógeno y asegura una nutrición homogénea; y SUPER-

[Con Renovation Fuerza Máxima, el agricultor dispone de un fertilizante de fondo de máxima eficiencia que integra en una sola formulación dos tecnologías complementarias: el inhibidor DURAMON® y el bioestimulante SUPERBIA®]

BIA®, que desbloquea nutrientes inmovilizados y activa la microbiota del suelo. Esta combinación permite producir más con menos unidades fertilizantes, cumpliendo las exigencias normativas, mejorando la salud del suelo y asegurando la rentabilidad de la explotación incluso en campañas marcadas por la incertidumbre climática y económica. 💧

FERTINAGRO BIOTECH, S.L.
info@fertinagro.es
www.fertinagro.es
www.fertinagrobiotech.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



Clemente, excelencia e ingeniería italiana al servicio del aceite de oliva español



Con más de 2.500 clientes en todo el mundo, Clemente es un referente en el diseño y fabricación de maquinaria industrial para el procesamiento de aceite de oliva y productos agrícolas. Desde 1963, la empresa italiana -guiada en la actualidad por la tercera generación familiar-, que cuenta con un centro de producción en Matera, fabrica soluciones innovadoras y de alta calidad que garantizan máxima productividad, eficiencia y precisión, combinando experiencia, tecnología y sostenibilidad.

En España el aceite de oliva no es sólo un producto: es cultura, tradición y refleja el trabajo de generaciones de agricultores que han dedicado su vida a los olivos.

Cada campaña es un reto: obtener el máximo rendimiento, garantizar una calidad excelente y afrontar la temporada sin imprevistos. Para lograrlo, se necesita una tecnología sólida, fiable e innovadora.

Desde hace más de 60 años, Clemente diseña y fabrica en Matera (Italia) maquinaria para la extracción de aceite. Su misión es acompañar a los olivicultores en todas las fases de la campaña y en cada paso del camino (diseño, fabricación, pruebas, soporte y mantenimiento), ofreciendo soluciones eficientes y duraderas, ideadas para transformar cada aceituna en un zumo de excelencia.

Su tecnología bebe de la experiencia en el campo, conscientes de que cada parada de las máquinas significa tiempo perdido y el aceite no puede esperar. De ahí que sus instalaciones estén diseñadas para garantizar la continuidad del trabajo, reducir el consumo y aumentar el rendimiento, preservando la calidad del oro



líquido. Elegir la maquinaria de Clemente es apostar por un aliado de confianza que transforma la campaña oleícola en un proceso seguro, productivo y valioso.

Presencia en España

Clemente no aterriza hoy en España, sino que ya forma parte del sector oleí-

cola nacional. Cada vez más clientes confían en sus equipos para afrontar la campaña con seguridad y continuidad, trabajando cada día con la tecnología más precisa y avanzada.

Con el objetivo de estar cerca de los olivicultores, la empresa cuenta con dos centros de asistencia locales en Andalu-



cía y Cataluña, listos para intervenir rápidamente cuando sea necesario y garantizar un soporte directo en el territorio español.

Por qué elegir Clemente

La maquinaria de Clemente nace de la escucha directa a los olivicultores y de las necesidades reales de quienes trabajan cada día en la almazara. Entre sus principales ventajas competitivas se encuentra la **fiabilidad**, al tratarse de máquinas robustas diseñadas para adaptarse a cualquier exigencia productiva, sin detenerse en los momentos cruciales; alto **rendimiento**, que garantiza la máxima productividad, precisión y durabilidad a lo largo del tiempo, teniendo en cuenta que un mayor aprovechamiento de cada aceituna implica menos desperdicio y optimización de consumos, lo que se traduce en ahorro de costes; **eficiencia**, con cada detalle diseñado para reducir el consumo de energía, minimizar los desechos y maximizar la producción; **calidad**, ya que sus tecnologías se han diseñado

para respetar el fruto y preservar intactas la pureza y características del aceite obtenido; e **innovación**, con soluciones fiables y de vanguardia previamente testadas en campo por las almazaras, al alcance tanto de pequeñas empresas como de grandes grupos industriales.

Todo ello sin olvidar el diseño *Made in Italy*, que combina estética moderna e ingeniería avanzada, funcionalidad y belleza.

Creciendo juntos

Tal y como afirma Davide Savino, Sales Manager & Business Development Manager de Clemente en Italia y España, “nuestro compromiso es hacer crecer el sector oleícola español, aunando la

CERCA DE TI: CENTROS DE ASISTENCIA Y CLIENTES

Centros de servicio Clemente (en rojo) y clientes activos de la compañía italiana (en verde) a lo largo de la geografía española.

[Elegir la maquinaria de Clemente es apostar por un aliado de confianza que transforma la campaña oleícola en un proceso seguro, productivo y valioso]

fuera de la tradición agrícola con la innovación tecnológica. El objetivo no es otro que hacer más sencillo y productivo el trabajo de los olivicultores, gracias a máquinas diseñadas para resolver los retos diarios y transformarlos en oportunidades. Con Clemente, cada campaña se vuelve más segura y cada cosecha más valiosa”.

“Estamos orgullosos de acompañar a los olivicultores españoles, porque creemos que el futuro del aceite está en sus manos... y en nuestra tecnología. Por eso, estamos listos para trabajar a su lado. En nuestra empresa nos gusta decir que el olivo es español, la ingeniería es italiana y la excelencia es Clemente”, concluye. 🍷

CLEMENTE SRL
info@clementeindustry.com
www.clementeindustry.com

Del 25 al 27 de noviembre

SITEVI



SITEVI

SITEVI 2025, que se celebrará en el Parc des Expositions de Montpellier (Francia), acogerá el “Olive Day” organizado por France Olive, que incluirá diversas conferencias sobre el cultivo del olivo y clases magistrales sobre el aceite de oliva virgen extra. En concreto, en estas clases magistrales se realizará una introducción a la cata del aceite de oliva francés; se descubrirá la diversidad aromática de los aceites de oliva; y se dará a conocer la singularidad y diversidad de los AOVEs franceses, así como los vírgenes extra con DOP y las nuevas variedades. También tendrá lugar una cata a ciegas para que los asistentes participen en una experiencia inmersiva con el objetivo de desarrollar su paladar y sentido del gusto. SITEVI supone un punto de encuentro para los profesionales del sector y la edición de 2025 contará con importantes actores del mercado, un amplio programa de conferencias y los Premios a la Innovación.

communication-sitevi@sitevi.com

www.sitevi.com

Del 11 al 13 de enero

Winter FancyFaire*

Winter FancyFaire* se celebrará en San Diego Convention Center, creando un campus culinario de descubrimiento, conexión y creación de tendencias. La Specialty Food Association (SFA) ha desarrollado esta feria con la vista puesta en el futuro, ofreciendo a los participantes la oportunidad de ser los primeros en



llegar al mercado y ofrecer una primera mirada al futuro de los alimentos gourmet, entre ellos el aceite de oliva virgen extra. La feria comercial dará la bienvenida a los fabricantes emergentes y consolidados, al tiempo que pondrá de relieve las tendencias clave de los consumidores y los productos que las satisfacen. Desde mesas de degustación hasta *networking* en la Little Italy de San Diego, los participantes podrán conectar dentro del centro de convenciones y fuera de ese espacio en otros entornos como restaurantes y comercios minoristas.

press@specialtyfood.com

www.specialtyfood.com

Del 21 al 25 de enero

Fitur



La Feria Internacional de Turismo, Fitur, es la primera cita anual para los profesionales del turismo mundial que, una vez más, se convierte en escaparate del oleoturismo y las excelencias del aceite de oliva virgen extra a través de diversas actividades y presentaciones. La feria -que cuenta con varias áreas especializadas- recibe a profesionales del sector turístico con alto poder de decisión, así como al público general interesado en conocer los destinos ofertados. Durante Fitur, se llevarán a cabo presentaciones,

actividades culturales y encuentros estratégicos con actores clave de la industria turística mundial. Asimismo, se impulsarán proyectos prioritarios en materia de sostenibilidad, infraestructura y desarrollo comunitario, además de reuniones con la iniciativa privada y potenciales inversores, lo que consolida a la feria como una plataforma de alto impacto para el crecimiento del sector.

fitur@ifema.es

www.ifema.es/fitur

Del 21 al 23 de enero

Enotécnica & Olitécnica 2026

Las industrias vitivinícola y olivícola tienen una cita ineludible con Enotécnica & Olitécnica, que reunirá en Exponor-Feira Internacional do Porto en el recinto ferial de Matosinhos a los principales fabricantes, distribuidores y profesionales de los sectores del vino y del aceite de oliva. Como novedad, Olitécnica, Feria de Maquinaria, Equipamientos y Accesorios para la Industria del Aceite, se llevará a cabo de

manera simultánea con Enotécnica. Durante tres días, expositores y visitantes podrán intercambiar experiencias, descubrir innovaciones que optimizan los procesos de producción y comercialización, y encontrar soluciones adaptadas a las nuevas exigencias del mercado. Además de la exposición, se ofrecerá un completo programa de actividades bajo dos grandes ejes temáticos: “Vino: Herencia e Innovación” y “Azeite: Tradição e Futuro”, con foros de debate, seminarios, reuniones B2B y catas.

enotecnica@exponor.pt

www.exponor.pt/enotecnica-olitecnica/

Del 26 al 30 de enero

Gulfood

Gulfood, la mayor feria agroalimentaria del Golfo Pérsico y Oriente Medio, así como de África, Sudeste Asiático y Oceanía, está dirigida exclusivamente a un público profesional y atrae a un enorme número de compradores internacionales de las empresas líderes del sector de la alimentación: mayoristas, minoristas, supermercados, catering, importadores de bebidas, restauración, etc. La relevancia de esta feria -que se celebra en Dubái- queda reflejada en sus datos: más de 6.500 expositores de más de 130 países, más de 200.000 visitantes profesionales y más de un millón de productos expuestos. Esto la convierte en el punto de encuentro global por excelencia para la industria agroalimentaria. Por primera vez en su historia, el evento se celebrará en dos recintos emblemáticos, el Dubai World Trade Centre y la Dubai Expo City, creando la edición más amplia, inmersiva y estratégicamente conectada hasta la fecha.

gulfoodmarketing@dwtc.com

www.gulfood.com



Del 26 al 28 de enero

Madrid Fusión



Madrid Fusión Alimentos de España está consolidada como la gran cita

anual por su contribución a la creación de una escena global de la alta cocina, al descubrimiento de nuevos chefs y a la detección e impulso de tendencias y vanguardias. En cada edición, los aceites de oliva vírgenes extra se convierten en estrellas de la revolución gastronómica de este congreso, que ofrece un completo programa repleto de talleres, demostraciones y catas. Los datos avalan su éxito, ya que su anterior edición cerró con las cifras de congresistas (1.874), visitantes (26.104) y empresas expositoras (232) más importantes de su historia.

madridfusion@madridfusion.net
www.madridfusion.net



Del 29 al 31 de enero

EVOLIO Expo



Fiera dell'Olio Evo del Mediterraneo

Tras el éxito de la primera edición, EVOLIO Expo se prepara para

regresar con una imagen renovada. La feria internacional B2B dedicada al aceite de oliva virgen extra se celebrará en los pabellones de la Fiera del Levante de Bari (Italia), consolidando su papel como plataforma estratégica para el sector oleícola. Los tres ejes temáticos principales que caracterizaron a EVOLIO Expo en su primera edición se mantienen en el centro del programa: "Aceite, Medio Ambiente, Paisaje e Identidad", "Aceite y Salud" y "Oleoturismo". Además, volverán las citas con catas guiadas, cursos de cata, clases magistrales con expertos de renombre nacional, sesiones de formación para compradores y análisis científicos con expertos en los sectores médico y nutricional. EVOLIO Expo 2026 también se caracterizará por un fuerte alcance internacional, ya que el programa de reuniones B2B volverá a estar activo, poniendo a los productores italianos en contacto directo con delegaciones de compradores nacionales, pero también de todo el mundo.

evollio@senaf.it
www.evolioexpo.com

Índice de anunciantes

ACESUR.....	131	Indea Technologies.....	207
Agrama Science & Life.....	177	Industrias de la Rosa.....	122
Agroisa.....	37	Industrias de la Rosa.....	123
Agromillora (ebook).....	127	IngerHidro.....	141
Amenduni Ibérica.....	129	Innovaciones Oleícolas.....	93
Amenduni Ibérica..... Lomo		Inoelec.....	95
Ansotec.....	51	Inoxcaucho.....	99
AUSERE.....	161	Intermediación Odorico.....	85
Autelec.....	35	ITALPROGETTI.....	53
Automatismos ITEA.....	218	ITALPROGETTI.....	145
Automatismos ITEA..... Int. Contraportada		JAENCOOP Grupo.....	175
Auxiliar Conservera.....	31	KOCAMAZ Olive Oil Technologies.....	73
Auximara.....	55	Kubota.....	191
Axflow.....	71	Kubota..... Espónsor pie de página en toda la revista	
Ayrtac.....	5	Laboratorio Tello.....	143
BALAM Agriculture.....	107	Lecciana, Variedad (AGR by De Prado).....	113
BARCELBAL (Balanças e Básculas)....	75	Libro La Revolución del Olivar (Agromillora).....	117
Bombas Trief.....	91	Magusa.....	65
CaixaBank.....	115	Manzano – Flottweg.....	133
Caja Rural Jaén.....	59	Mediaoil.....	13
Cajamar.....	111	Nodens Servicios Informáticos.....	169
Calero (Ingeniería y Desarrollo Agro-Industrial).....	49	Olive Japan 2026.....	79
CAZAUX-PUMPS.....	201	Olmos Maquinaria.....	61
CDR OXITester (Tecnilab).....	21	Olvesa.....	89
Centrifugación Alemana.....	3	OptiCept Technologies.....	154
Centrifugación Alemana..... Triángulo de portada		OptiCept Technologies.....	155
Centrifugación Alemana ... Desplegable de portada		Palacín.....	33
Clemente Industry.....	9	Pieralisi.....	14
Codi-Pack, Marcaje y Codificación.....	39	Pieralisi.....	15
COLIVAL.....	11	Polat.....	87
COLIVAL.....	12	ProciÓleo.....	97
Coriana, Variedad (Agromillora).....	137	Prosur.....	109
Corteva Agriscience.....	147	Reis Packaging Europe.....	67
De Bujalance Calderería Inox.....	205	Revista La Semana Vitivinícola.....	213
Dosificadores García Fernández.....	6	RIVERO (Calderería Rivero).....	183
Ecovalia.....	187	Serijerez (Jerezana de Serigrafía Publicitaria).....	105
Esbelt, Bandas Transportadoras.....	103	Stihl.....	181
Esteryfil.....	19	Syngenta.....	189
Feria Alimentaria 2026.....	179	TACSA.....	25
Feria Enoliexpo 2026.....	185	Talleres Espí Serrano.....	121
FILTROX Southern Europe.....	173	Talleres González y París.....	45
Foss.....	119	Tamesur.....	159
GEA Westfalia Separator Ibérica.....	135	Tecnilab – Tecnología Analítica.....	27
GEA Westfalia Separator Ibérica..... Contraportada		Todolivo.....	199
Gesca Automatismos.....	29	Treico-Remasa-Granaoliva.....	81
Gobierno de Aragón.....	203	Verallia.....	77
HAUS.....	83	Vetzeria Etrusca.....	17
Herpasur.....	Portada	VetroLatino.....	41
Ifamensa.....	43	Vitroval.....	69
Ildefonso Rosa Ramírez e Hijos "JAR"....	23	Viveros Grupo Oleaplant.....	153
IMATEC 31.....	171	Viveros Lucena de Encinarejo.....	149
IMS Pesaje.....	Int. Portada	VLS Technologies (VELO Maquinaria)....	151





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



LA MÁS ALTA EFICIENCIA ENERGÉTICA

Hasta un 7% menos de consumo eléctrico en comparación con la correa y hasta un 10% con el engranaje.



MENOR TIEMPO DE INACTIVIDAD

Al no haber tensión adicional en el husillo, se produce un menor desgaste y un mayor tiempo de actividad (hasta un 99 %).



UNIDAD DE HUSILLO DE ACCIONAMIENTO PREMONTADA

Cambio rápido y sencillo del sistema.



HUELLA REDUCIDA

Accesibilidad 360°, menor peso, mejor y más fácil manejo durante el servicio.

GEA DIRECT DRIVE

Impacto directo

GEA presenta la centrífuga Direct Drive, el primer separador de aceites de oliva del mundo con Accionamiento Directo Integrado. Una nueva generación de centrífugas que mejora a sus predecesoras en cuanto a eficiencia energética, emisión de ruidos, costes de mantenimiento y simplicidad durante el proceso.