Febrero / Abril 2026 nº 126

INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR

Mercacei MAGAZINE

Especial Biocombustibles

La valorización de los subproductos del olivar: hacia un futuro más rentable y sostenible

Encuentros Mercacei

Los *influencers* del AOVE

La Entrevista

Mª del Carmen del Campillo, directora de la ETSIAM: "La olivicultura actual ofrece grandes oportunidades para el desarrollo profesional y se sitúa entre las profesiones con mayor proyección"

Digitalización

La digitalización como herramienta clave en la obtención de AOVE de alta calidad

Agromercacei

Competencia entre especies de *Colletotrichum* causantes de la antracnosis del olivo: desentrañando una paradoja biogeográfica en la Península Ibérica



centrifugación alemana





centrifugación alemana

www.centrifugacionalemana.com

PERFECCIÓN



EN LA EXTRACCIÓN DEL ACEITE DE OLIVA



IMS

CONTROL INDUSTRIAL

Departamento Técnico
Departamento Comercial

646 90 70 37
686 08 99 14

serviciotecnico@imscontrolindustrial.com
comercial@imscontrolindustrial.com

www.imscontrolindustrial.com

INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR
Mercacei

Fundadora
M. Dolores Peñafiel Fernández

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

Directora
Pandora Peñamil Peñafiel

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

Edita
Mercacei
GRUPO EDITORIAL

CEO & Editor
Juan A. Peñamil Alba

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

Coordinación de Redacción y Publicidad
Estrella de la Lama Alcaide
suscripcion@mercacei.com
publicidad@mercacei.com

Administración
Cristina Álvarez Llorente
admin@mercacei.com

Publicidad
José Manuel Hernández, Natalia de las Heras

Corresponsal Italia
Daniela Capogna

Corresponsal América del Sur
Leonardo Moral

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

Sólo MERCACEI MAGAZINE (4 nºs)
Anual: 130 € (Extranjero: 150 €)

Maquetación
Aller Studio

Producción
Jomagar

Depósito Legal
M-38185-1994

ISSN
1134-7104

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

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

Sumario

4 EDITORIAL

9 ANÁLISIS DE MERCADO
Aceite de oliva • Aceites de semillas oleaginosas • Aceituna de mesa • Estudio comparativo de precios al consumo

18 LA ENTREVISTA
Mª del Carmen del Campillo, directora de la ETSIAM: "La olivicultura actual ofrece grandes oportunidades para el desarrollo profesional y se sitúa entre las profesiones con mayor proyección"

24 LOS ENCUENTROS DE MERCACEI
Los *influencers* del AOVE

36 ACTUALIDAD
Gala EVOOLEUM • La Fundación Patrimonio Comunal Olivarero celebra sus 100 años de historia • X Fiesta del Primer Aceite de García de la Cruz • Entrevista a Anna Canal, directora de Alimentaria • Fitur acoge la entrega de los distintivos "Jaén Selección 2026" • 25º aniversario de la DOP Bajo Aragón • AOVE Forum Internacional • XII Fiesta del Primer Aceite de Jaén • La DOP Montes de Toledo celebra el acto conmemorativo de su 25º aniversario • Enotécnica & Olitécnica • Olis Solé celebra 200 años de historia

82 COOPERATIVAS AGRO-ALIMENTARIAS DE ANDALUCÍA
Proyecto CHOICE: innovación y sostenibilidad para el olivar andaluz

86 ESPECIAL BIOCOMBUSTIBLES
La valorización de los subproductos del olivar: hacia un futuro más rentable y sostenible • Proyecto SAPAL: nueva solución integral para la valorización del alperujo • Entrevista con Bernat Chulià, director de Estudios y Proyectos en Genia Bionergy • Proyecto LIFE COMP0LIVE: generando nuevos modelos de negocio mediante productos de alto valor añadido • Proyecto LIFE CHANDELIER para el impulso de la producción sostenible de biometano vehicular utilizando residuos agroalimentarios en áreas rurales • Entrevista con Alberto Rabanal, CEO de Avalon Renovables • Nace la Alianza Andaluza del Biogás

128 ASOCIACIONES
AEMO, 30 años difundiendo la cultura del olivo y en defensa de una renta digna para los olivicultores

138 EL MUNDO DE LAS MARCAS
¿Qué se oculta tras El Mundo de las Marcas? • Novedades y Lanzamientos

146 COOPERATIVAS
Cooperativa La Granadella, en tierra de aceite

156 AGROMERCACEI
Competencia entre especies de *Colletotrichum* causantes de la antracnosis del olivo: desentrañando una paradoja biogeográfica en la Península Ibérica • Nacen ilitia, brunella y florentia, las nuevas piezas para la revolución varietal del olivar

166 CLUB LECCIANA
Entrevista a Daniel Cano, quinta generación familiar en S.A.T. Los Tallaos: "Lo que más nos llamó la atención de lecciana fue su adaptabilidad a secano y su facilidad para mecanizar"

170 DIGITALIZACIÓN
La digitalización como herramienta clave en la obtención de AOVE de alta calidad

174 SOSTENIBILIDAD
Alimentación funcional a partir de subproductos agroalimentarios: una alternativa sostenible y saludable para la alimentación animal

180 DELICATESSEN
Oleoteca Urbana: pura esencia mediterránea en el corazón de Sofía

184 I+D+i
Compostaje: una alternativa viable para valorizar el alperujo • OLIVE-COOL: nuevas tecnologías de refrigeración en la producción de AOVE de calidad superior

196 AOVE & CULTURA
MARE OLEUM: el alma del olivar junto al Atlántico

200 PUBLIRREPORTAJES
Centrifugación Alemana • INTERACEITUNA • Envases y Botellas Ayrtac

207 BIBLIOTECA

208 AGENDA

209 ÍNDICE DE ANUNCIANTES

HAUS
TECNOLOGÍAS DE CENTRÍFUGA
#BECAUSEWECARE

Encuéntranos en la pág. 121

PERFECCIÓN EN LA EXTRACCIÓN DEL ACEITE DE OLIVA
centrifugación alemana
www.centrifugacionalemana.com

Un sector en movimiento, incluso bajo la lluvia

Pandora Peñamil Peñafiel

Este número de *Mercacei Magazine* llega marcado por el agua. Un invierno excepcionalmente lluvioso que, aunque necesario y largamente esperado tras años de sequía, ha vuelto a poner a prueba al olivar y a toda la cadena de valor del aceite de oliva. Las abundantes precipitaciones han retrasado la recolección en muchas zonas, dificultado los trabajos en campo y provocado, en no pocos casos, importantes pérdidas productivas. Un contexto complejo que nos recuerda, una vez más, la enorme dependencia del sector respecto al clima… y la urgencia de avanzar hacia modelos más resilientes, eficientes y sostenibles.

Precisamente en ese camino se enmarca el *Especial Biocombustibles* de este número, dedicado a la valorización de los subproductos del olivar como palanca de futuro. Reducir el impacto medioambiental de la industria oleícola ya no es sólo una aspiración, sino una obligación ineludible. Hoy, la tecnología ofrece alternativas reales y viables para transformar alperujos, huesos, podas y otros subproductos en productos de alto valor añadido: desde gases renovables como el biogás, el biometano o el hidrógeno, hasta biomateriales y bioproductos como el biochar. Más allá de los evidentes beneficios ambientales, este modelo de economía circular abre una vía complementaria de ingresos que puede mejorar de forma notable la rentabilidad del sector oleícola y olivarero, diversificando riesgos y reforzando su competitividad.

Otro de los grandes protagonistas de este número son los *Encuentros Mercacei,* una de nuestras secciones más icónicas, patrocinada por la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero. En esta ocasión, reunimos alrededor de una mesa a algunos de los *agroinfluencers*, comunicadores gastronómicos y creadores de contenido más influyentes del panorama actual, todos ellos grandes embajadores del aceite de oliva virgen extra. Desde perfiles técnicos hasta divulgadores de estilo de vida, la conversación deja claro que el AOVE vive un momento clave en términos de comunicación: el consumidor quiere saber más, entender mejor y elegir con criterio. Como apuntan nuestros invitados, el reto está en trasladar mensajes claros, sencillos y honestos, capaces de poner en valor la calidad, la salud y el origen del producto en un entorno cada vez más saturado de información.

La Entrevista de este número nos lleva a la Universidad de Córdoba de la mano de Mª del Carmen del Campillo, directora de la ETSIAM. Su visión confirma que la olivicultura actual ofrece grandes oportunidades profesionales y se sitúa entre las actividades con mayor proyección de futuro. Investigación, innovación, transferencia de conocimiento y formación especializada se dan la mano en una Escuela estrechamente conectada con las necesidades reales de empresas y olivareros. Mejorar la rentabilidad y la sostenibilidad del sector pasa, sin duda, por apostar por el talento y por una formación alineada con los nuevos desafíos técnicos, económicos y medioambientales.

La digitalización ocupa también un lugar central en este número. El proyecto TID4AGRO, desarrollado por CICYTEX, demuestra, por ejemplo, cómo la aplicación de tecnologías avanzadas y sistemas de monitorización en tiempo real puede transformar el proceso productivo de una almazara tradicional. Calidad, trazabilidad, eficiencia energética y toma de decisiones basada en datos dejan de ser conceptos abstractos para convertirse en herramientas concretas al servicio de un AOVE de alta calidad.

Agromercacei, por su parte, aborda uno de los grandes problemas fitosanitarios del olivar: la antracnosis. Un análisis riguroso sobre la competencia entre especies de *Colletotrichum* en la Península Ibérica nos recuerda que la sostenibilidad del sector también pasa por comprender y anticipar los riesgos sanitarios que amenazan la producción, especialmente en escenarios más húmedos como el actual.

Además, este número se completa con un amplio repaso a la actualidad oleícola, con espacios para la actividad empresarial, institucional y asociativa que marcan el día a día del sector del aceite de oliva. Eventos de referencia, iniciativas de DOPs, cooperativas y fundaciones, junto a nuestras secciones habituales de *Agenda, AOVE & Cultura, Salud, Sostenibilidad, I+D+i* y *Delicatessen*, conforman un retrato fiel de un sector dinámico, diverso y en constante movimiento.

Un número, en definitiva, pasado por agua, pero también cargado de ideas, soluciones y oportunidades. Porque incluso en los inviernos más duras, el olivar sigue demostrando su capacidad de adaptación y su enorme potencial de futuro.

Kubota

PAC 2026

Globalcaja

Con los pies en el campo

Tramita la PAC con quien te entiende



Te ayudamos con la PAC y te anticipamos el importe*

Descarga la App Globalcampo de Globalcaja y gestiona tu explotación con la experiencia y cercanía de siempre. Más de 10 años acercando la gestión digital al campo.

Disponible en App Store

Disponible en Google Play

*Concesión sujeta a la aprobación de Globalcaja

Aportamos valor a la sociedad fomentando una industria sostenible, de vanguardia y adaptada a las necesidades de nuestros clientes.

Maquinaria industrial

Diseñamos, producimos, instalamos y mantenemos cintas transportadoras y maquinaria industrial de última generación.

Medio Ambiente

Sistemas de depuración y tratamiento de aguas residuales industriales y urbanas.

Calderería Garmo

Silos para sólidos y líquidos, tolvas, depósitos y estructuras metálicas a medida.

www.treico.com



Ingeniería para el siglo XXI

treico®

Soluciones de maquinaria industrial

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

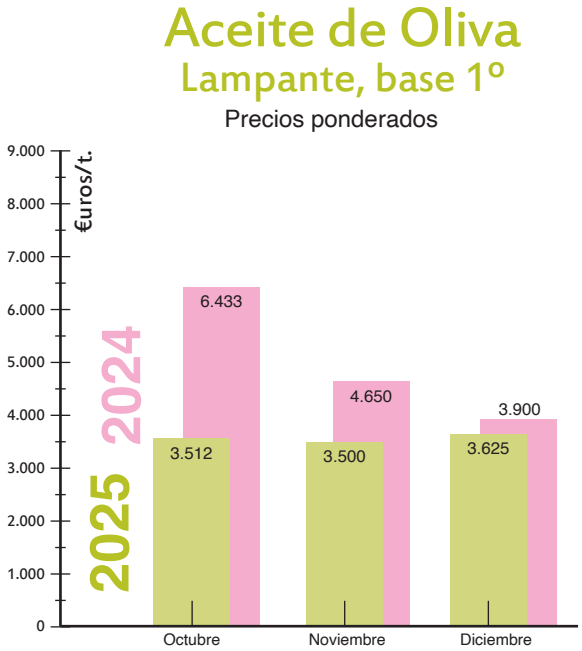
- FÁBRICA DE MAQUINARIA -
- MACHINERY FACTORY -

DOSIFICADORES®
garcía fernández

Tel.: +34 952 411 670
clientes@dosificadoresgf.com
export@dosificadoresgf.com
www.dosificadoresgf.com

Calma tensa en el mercado oleícola: demanda cauta y campaña muy lenta

- **Aceite de oliva:** Precios estables y con tendencia al alza a pesar de la mínima operativa.
- **Aceite de orujo:** Se incrementan ligeramente las cotizaciones debido al retraso de campaña.
- **Aceite de semillas oleaginosas:** Inestabilidad en el mercado y oscilaciones en ambos sentidos.



Aceite de oliva

Precios estables y con tendencia al alza a pesar de la mínima operativa.

Tras unas semanas en las que la actividad era limitada, en octubre el mercado del aceite de oliva mostró señales de contención marcada por la escasez de oferta y la cautela de los compradores. La falta de lluvias y las altas temperaturas generaban preocupación en el campo, especialmente en Andalucía, donde se registraban los primeros aceites frescos en Sevilla y operaciones puntuales en Málaga. Castilla-La Mancha, Extremadura y Valencia mantenían un mercado tranquilo, con precios firmes y demanda contenida a la espera de la cosecha. En Jaén, la escasa oferta intentaba colocar el escaso aceite disponible, adquirido únicamente por necesidades estrictamente inmediatas. En este contexto, los precios se situaban en 3.500 euros/t. para el lampante; 3.600/3.700 euros/t. para el virgen; 4.000/4.300 euros/t. para el AOVE; y 3.550 euros/t. para el refinado.

Durante noviembre, la campaña avanzaba lentamente y la operativa se mantenía muy contenida. La escasez de aceite viejo, junto con la llegada a cuenta gotas del aceite nuevo, reforzaba la prudencia de operadores y compradores. Las condiciones climáticas -temperaturas inusualmente altas y falta de precipitaciones en la mayoría de las regiones, salvo episodios puntuales- añadían incertidumbre sobre la evolución de la cosecha. En Jaén, la actividad era prácticamente nula: quedaba poco aceite viejo y el nuevo se ofertaba a cuentagotas. En este marco de extrema cautela, los precios permanecían estables: lampante a 3.500 euros/t.; virgen a 3.600/3.700 euros/t.; AOVE a 4.000/4.300 euros/t.; y refinado a 3.550 euros/t.

En diciembre, con el cierre del ejercicio y el periodo vacacional, el mercado nacional entró en un compás de espera. La ralentización de la recolección por culpa de las lluvias y la operatividad reducida de operadores y envasadores marcaron la pauta. La oferta se centraba en producir o en atender necesidades logísticas y financieras concretas, mientras la demanda actuaba solo de forma puntual. La dispersión de precios fue especialmente visible en los AOVE nuevos, reflejando la incertidumbre sobre el aforo final y la prudencia de estas fechas. En Jaén, el mercado se mantuvo muy tranquilo, con poca operativa: lampante a 3.700/3.750 euros/t.; virgen a 3.800/3.900 euros/t.; AOVE a 4.000/4.600 euros/t.; y refinado a 3.800 euros/t.

Durante el último trimestre de 2025, el mercado del aceite de oliva mostró una actividad contenida, condicionada por la escasez de oferta y la cautela de los compradores, en un contexto climático marcado por la falta de lluvias y las altas temperaturas. La entrada progresiva de los primeros aceites de la nueva campaña, junto con la disminución del aceite viejo, contribuyó a mantener la estabilidad de los precios y ligeros repuntes en

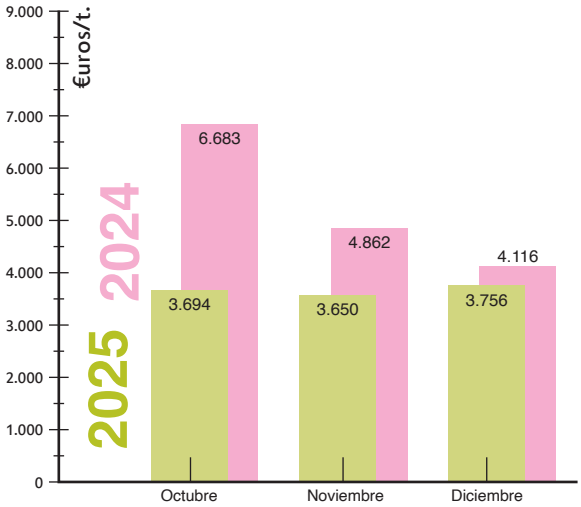
Kubota

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

		1ª sem. Oct.	4ª sem. Dic.
	ANDALUCÍA		
JAÉN	Lampante, base 1º	3.500	3.700
	Virgen	3.600/3.700	3.800/3.900
	Virgen extra	4.000/4.300	4.000/4.600
	Refinado	3.550/3.600	3.800
CÓRDOBA	Lampante, base 1º	3.450/3.500	3.650/3.790
	Virgen	3.600/3.650	3.800/3.850
	Virgen extra	4.100/4.300	4.100/4.500
	Refinado	3.550	3.650
SEVILLA	Lampante, base 1º	3.450	3.500
	Virgen	3.800/3.900	3.700/3.800
	Virgen extra	4.100/4.500	4.500/5.000
	Refinado	3.550/3.600	3.500/3.600
GRANADA	Lampante, base 1º	3.500	3.700
	Virgen	3.600/3.700	3.800/3.900
MÁLAGA	Lampante, base 1º	3.300/3.400	Sin oper.
	Virgen	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra	4.000/4.300	Sin oper.
	CATALUÑA		
LÉRIDA TARRAGONA	Virgen extra (DOP Garrigues) Virgen extra (DOP Siurana)	Sin oper. Sin oper.	4.600 4.600
	CASTILLA-LA MANCHA		
TOLEDO	Virgen	3.900/4.000	3.900/4.000
	Virgen extra	4.150/4.600	4.100/4.400
	COMUNIDAD VALENCIANA		
ALICANTE	Lampante, base 1º	3.400	3.450
	Virgen	3.600	3.700
	Virgen extra	4.200	4.250
	Refinado	3.500	3.500
	EXTREMADURA		
BADAJOZ	Lampante, base 1º	3.300/3.400	3.600/3.650
	Virgen	3.500/3.600	3.800/3.900
	Virgen extra	4.000/4.400	4.100/4.800

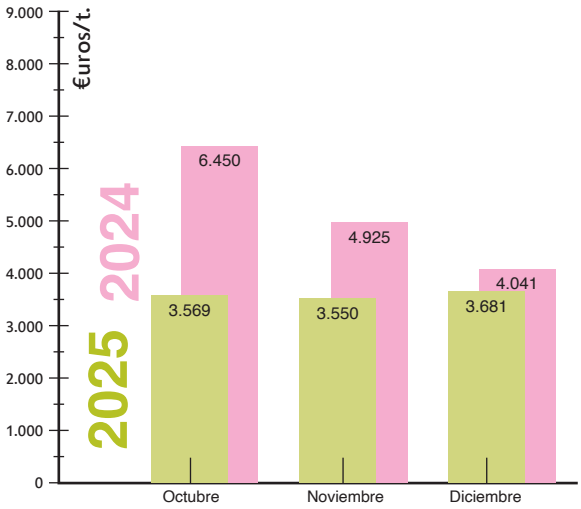
Aceite de Oliva virgen

Precios ponderados



Aceite de Oliva refinado

Precios ponderados



algunas categorías. En conjunto, el trimestre reflejó un mercado prudente y estable, con operadores atentos a la evolución de la cosecha y a la llegada de precipitaciones, factores clave para la dinámica de la próxima campaña.

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

	1ª sem. Oct.	4ª sem. Dic.
ANDALUCÍA		
Refinable, base 10º	1.400	1.400/1.450
Refinado, winterizado, a granel, sobre origen	2.100	2.100

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

	1ª sem. Oct.	4ª sem. Dic.
ANDALUCÍA		
ACEITE DE GIRASOL (Sobre origen a granel)		
Crudo	Sin oper.	1.180/1.200
Refinado	1.350	1.300
ACEITE DE SEMILLAS		
Refinado	1.350	1.300

Aceite de orujo

Se incrementan ligeramente las cotizaciones debido al retraso de campaña.

Entre octubre y diciembre de 2025, el mercado del aceite de orujo se mantuvo firme, siguiendo la tendencia del aceite de oliva, con cotizaciones estables y ligeros incrementos en ambas categorías. El aceite de orujo refinado, winterizado y a granel sobre origen se situó en 2.100 euros/t. en diciembre, tras haberse cotizado a 2.050 euros/t. en octubre. Por su parte,

Kubota

agroisa



Parte de tí.

Agua

Aceituna

Almendra

Pistacho

Avellana

apdo.33 | C/ bolivia 16 |
plg ind lapachares
18360 | Huetor Tájar|
Granada | España

info@agroisa.com
+34 958 335 003

el aceite de orujo refinable (base 10º) avanzó hasta un rango de 1.400/1.450 euros/t., partiendo de los 1.300 euros/t. registrados en octubre, reflejando un comportamiento sostenido en el mercado durante el trimestre.

Aceite de semillas oleaginosas

Inestabilidad en el mercado y oscilaciones en ambos sentidos. El último trimestre del año se cerró con cierta volatilidad en el mercado de aceites de semillas oleaginosas. El girasol refinado repuntó hasta los 1.300 euros/t., tras cotizar en 1.220 euros/t. en octubre. Por su parte, el girasol crudo prácticamente no registró operativa en diciembre, con un rango de referencia de 1.180/1.200 euros/t., reflejando la cautela de compradores y operadores en este segmento.

Producción

La producción mundial de aceite de oliva se situará en 3,44 millones de toneladas en la campaña 2025/26

La producción mundial de aceite de oliva de la campaña 2025/26 se estima en 3.440.000 toneladas, lo que supondrá un descenso del 4% respecto a la temporada precedente, según datos publicados por el Consejo Oleícola Internacional (COI). Este organismo prevé que las importaciones se sitúen en 1.227.000 toneladas (+2,42%) y el consumo en 3.248.000 toneladas (+1,026%).

Los países miembros del COI estiman una producción combinada de 3.267.000 toneladas, lo que representaría el 95% del total mundial, pero una disminución del 4% respecto a la campaña anterior. En concreto, los países productores de la Unión Europea prevén una producción de 2.056.000 toneladas (-3%), mientras que se espera que los demás países miembros del COI obtengan 1.211.000 toneladas (-6%).

Para España estima una producción de 1,372 millones de toneladas (-3%), mientras que Italia producirá 300.000 t. (+21%); Grecia, 220.000 t. (-12%); y Portugal, 150.000 t. (-15%).

Por su parte, los datos del COI reflejan una producción de 450.000 t. de aceite de oliva para Túnez (+32%); de 290.000 t. para Turquía (-43%); y de 160.000 t. para Marruecos (+78%).

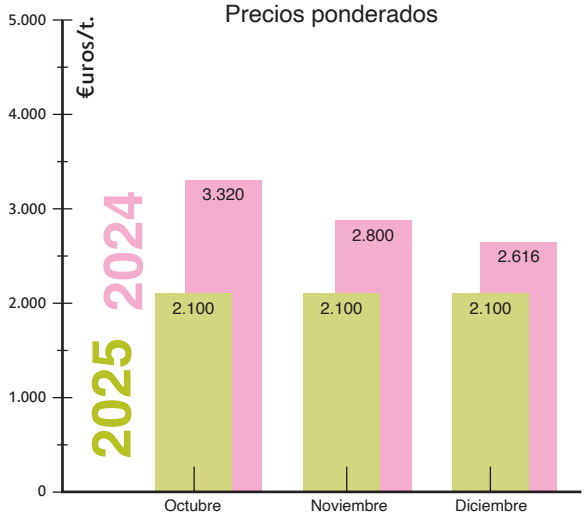
En cuanto a la aceituna de mesa, el COI prevé un descenso de la producción del 10% en la campaña 2025/26, hasta 2.986.000 t., de los cuales 650.000 t. corresponden a Egipto (+8%); 499.000 t. a España (-6%); 450.000 t. a Turquía (-40%); 274.000 t. a Argelia (+4%); 242.000 t. a Grecia (+2%); y 120.000 t. a Marruecos (cifra similar a la campaña anterior).

MERCADO INTERNACIONAL - Cuarto trimestre de 2025

	(Euros/kg.) 1ª sem. Oct.	4ª sem. Dic.
ITALIA		
SUR DE PUGLIA & CALABRIA		
ACEITE DE OLIVA virgen extra	8,50	6,90
ACEITE DE OLIVA refinado	3,60	3,75
ACEITE DE OLIVA lampante	3,00	3,20/3,40
ACEITE DE ORUJO refinado	2,15	2,15
ACEITE DE GIRASOL refinado	1,26	1,35
ACEITE DE MAÍZ refinado	1,30	1,32
ACEITE DE SOJA refinado	1,40	1,40
ACEITE DE CACAHUETE refinado	1,85	1,75
NORTE DE PUGLIA & CALABRIA		
ACEITE DE OLIVA virgen extra	9,30/9,40	6,50/6,70
ACEITE DE OLIVA virgen	Sin oper.	Sin oper.
TÚNEZ		
ACEITE DE OLIVA virgen extra	4,00/4,40	3,20/3,50
MARRUECOS		
ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,80/5,50	4,50/5,00
TURQUÍA		
ACEITE DE OLIVA refinado	3,70/3,80	3,60/3,70
GRECIA		
ACEITE DE OLIVA virgen extra	4,75/4,90	4,80/5,10

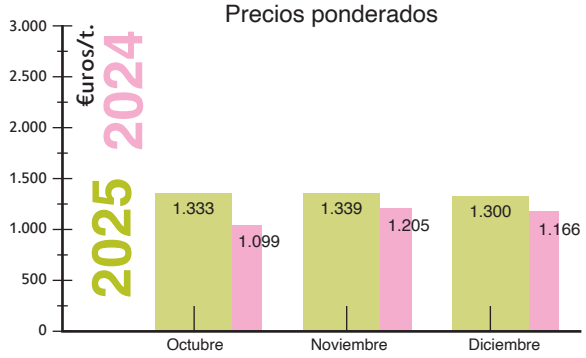
Aceite de Orujo refinado

Precios ponderados



Aceite de Girasol refinado

Precios ponderados



Cooperativas Agro-alimentarias de España alerta de las dificultades para exportar aceituna de mesa a terceros países

Julio Roda, director general de la cooperativa Agrosevilla -y representando a Cooperativas Agro-alimentarias de España-, participó en Bruselas en el Grupo Consultivo de la Comisión Europea de Acceso al Mercado en cuestiones sanitarias y fitosanitarias. Durante su intervención, Roda subrayó la importancia estratégica del sector de la aceituna de mesa en España, tanto por su contribución al empleo -130.000 en las zonas rurales- como por su aportación a la triple sostenibilidad, trasladando además las crecientes dificultades para exportar a países terceros en un contexto de demanda creciente.

España es el tercer productor mundial de aceituna de mesa, solo por detrás de Egipto y Turquía, y representa el 17% de la producción mundial. Es un sector claramente orientado a los mercados exteriores, el 65% de la aceituna de mesa se destina a la exportación. De ese volumen, el 60% tiene como destino países fuera de la UE, donde el consumo de este producto continúa creciendo.

En la actualidad, Estados Unidos es el principal mercado de exportación extracomunitario para la aceituna de mesa española, concentrando el 16% del total, seguido de Reino Unido con un 6%. En este contexto, Julio Roda ha puesto de relieve el grave impacto que los aranceles impuestos en 2018 a las aceitunas negras españolas han tenido sobre el sector, que ha estado soportando un 40% de aranceles, provocando una caída de las exportaciones del 71%. Asimismo, ha señalado que, tras el acuerdo entre la UE y Estados Unidos, las aceitunas verdes europeas están sujetas a un arancel del 15%, mientras que las negras afrontan un gravamen del 46%. Estas cifras contrastan con el 10% aplicado a competidores como Egipto, Marruecos, Turquía o Argentina, lo que sitúa a la aceituna europea "en clara desventaja" en un mercado clave.

Kubota


SIERRA
PRIETA
arbequina
SIERRA
PRIETA
ACEITE DE OLIVA
VIRGEN EXTRA
EXTRA VIRGIN OLIVE OIL
Producto de España
Product of Spain
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
TOP 10
EVOOLEUM
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

Valdenvero

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 (Octubre/Diciembre 2025)

Aceite de oliva virgen extra

ENVASES	Oct. 2025 Precio medio (Euros)	Dic. 2025 Precio medio (Euros)	Dif. Euros	Dif. %
Lata 5 l.	30,3	35,6	5,3	17,4
Envase 5 l.	24,8	29,3	4,5	18,1
Lata 3 l.	20,9	24,8	3,9	18,6
Botella 1 l.	8,9	9,2	0,3	3,4
Cristal 3/4 l.	7,7	9,5	1,8	23,4

Aceite de oliva

ENVASES	Oct. 2025 Precio medio (Euros)	Dic. 2025 Precio medio (Euros)	Dif. Euros	Dif. %
Lata 5 l.	27,5	30,9	3,4	12,3
Envase 5 l.	27,6	28,4	0,8	2,9
Envase 3 l.	15,3	19,2	3,9	25,5
Botella 1 l.	4,2	5,9	1,7	40,4

Aceite de orujo de oliva

ENVASES	Oct. 2025 Precio medio (Euros)	Dic. 2025 Precio medio (Euros)	Dif. Euros	Dif. %
Envase 5 l.	21,9	22,8	0,9	4,11
Botella 1 l.	3,3	4,1	0,8	24,2

*** Las medias incluyen también los aceites de orujo enriquecidos.**

Aceite de girasol refinado

ENVASES	Oct. 2025 Precio medio (Euros)	Dic. 2025 Precio medio (Euros)	Dif. Euros	Dif. %
Envase 5 l.	12,5	13,8	1,3	10,4
Botella 1 l.	2,4	2,6	0,2	8,3

*** Las medias incluyen también los aceites de girasol enriquecidos.**



PIERALISI
CIRCULAR THINKING

www.pieralisi.com



20%

Hasta el 30 de Abril de 2026

20% DESCUENTO en taller y repuestos

SI SOLICITAS AHORA TU MANTENIMIENTO

5% descuento en campaña en materiales y taller

Del 30 de Abril al 30 de Junio de 2026

10% DESCUENTO en taller y repuestos

PORTES GRATIS
EN TUS PEDIDOS DE REPUESTOS

CONSULTA LOS AVANCES TECNOLÓGICOS DE SU MAQUINARIA Y LOS CONTRATOS DE MANTENIMIENTO PIERALISI

1. Zona Portugal NUNO ALEIXO +351 910 103 770

2. Zona Sur y Centro JOSÉ MARÍA CABRERO +34 615 507 399

3. Zona Norte y Este PABLO MUÑOZ +34 615 507 418



CONTACTA YA:

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

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

Mª del Carmen del Campillo

Directora de la ETSIAM

Ingeniera Agrónoma por la Universidad Politécnica de Madrid y Doctora por la Universidad de Córdoba (UCO) desde 1992, Mª del Carmen del Campillo dirige la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y de Montes (ETSIAM) de la UCO, donde numerosos investigadores trabajan en distintos ámbitos relacionados con el olivar y el aceite de oliva. Los proyectos de los investigadores de la ETSIAM están conectados con los retos de las empresas y los olivareros, y su objetivo es mejorar la rentabilidad y la sostenibilidad del sector, tal y como destaca Del Campillo en esta entrevista con *Mercacei Magazine*, en la que detalla dichos proyectos y la oferta formativa de la Escuela. Además, aborda cómo la ETSIAM ayuda al sector oleícola, así como a sus alumnos, a afrontar los nuevos desafíos.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

Desde mayo de 2024 dirige la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y de Montes (ETSIAM) de la Universidad de Córdoba (UCO). ¿Qué balance hace al frente de esta Escuela?
Ha sido un periodo de aprendizaje y consolidación centrado en conocer en profundidad el funcionamiento y las dinámicas de la Escuela. Durante este tiempo se han consolidado proyectos relevantes como el Plan Dual para los Másteres de Ingeniería Agronómica y de Montes, y se ha aprobado el nuevo plan del Grado de Enología, también con la modalidad Dual, cuya implantación comenzará en septiembre del curso académico 2026-2027.

En el ámbito de las Relaciones Internacionales, se ha reforzado el compromiso con la movilidad y la cooperación. Se ha avanzado en la alianza europea INVEST para el lanzamiento del grado internacional en *Smart Farming and Resilient Food Systems*, previsto para el curso 2026-2027. También se ha ampliado la movilidad estudiantil mediante nuevos acuerdos con universidades de Europa, Latinoamérica y Corea.

Se han puesto en marcha, asimismo, acciones para reforzar la colaboración entre el profesorado joven y facilitar encuentros entre el personal adscrito a la Escuela.

A su vez, se ha promovido la integración del estudiantado de distintos grados y cursos para fomentar el intercambio y fortalecer la cohesión, convencidos de que el conocimiento mutuo facilita la colaboración y la generación de sinergias.

> ["La Inteligencia Artificial ya está transformando numerosos aspectos del olivar con una creciente incorporación de sensores y modelos predictivos que facilitan la gestión del cultivo"]

La Escuela sigue manteniendo un estrecho vínculo con el sector agroalimentario y ha renovado los proyectos y convenios que apuestan firmemente por la digitalización y la sostenibilidad, con el objetivo de seguir avanzando de manera conjunta con el sector. En definitiva, ha sido un periodo de aprendizaje, consolidación y avance en proyectos estratégicos para nuestra ETSIAM.

¿Qué proyectos relacionados con el sector del olivar y del aceite de oliva destacaría de la ETSIAM en la actualidad?
Son numerosos los investigadores y grupos de la ETSIAM que trabajan en distintos ámbitos relacionados con el olivar y el aceite de oliva, y varios de sus proyectos destacan por su carácter innovador y aplicación directa en el sector.

El proyecto Prolive, liderado por UCOLIVO, emplea herramientas genómicas y de supercomputación para profundizar en el conocimiento de las distintas variedades de olivo y avanzar en su mejora genética, con el objetivo de desarrollar cultivos más resistentes al cambio climático, la escasez de agua y las principales enfermedades y plagas.

Por su parte, el grupo de Hidráulica y Riegos participa en el proyecto Smart Green Water, orientado a impulsar la adopción de tecnologías digitales en la agricultura de regadío, entre ellas la creación de gemelos digitales que permiten una gestión más eficiente del agua en un contexto de creciente escasez asociada al cambio climático. Estas herramientas facilitan la toma de decisiones en tiempo real y contribuyen a mejorar la sostenibilidad del riego agrícola.

El grupo de Geomática ha desarrollado un algoritmo que utiliza imágenes satelitales para conocer si una plantación de olivar es tradicional, intensiva o superintensiva de forma rápida y sencilla.

En el ámbito de la maquinaria, se están evaluando vibradores de troncos en los que se sustituye el aceite oleohidráulico convencional por uno de base vegetal, con el propósito de plantear alternativas más sostenibles en los sistemas de transmisión de potencia.

Finalmente, en el área de entomología, el proyecto Digeco-Fly desarrolla trampas electrónicas inteligentes para monitorizar la mosca del olivo; Efafungipest emplea un hongo como alternativa a los insecticidas químicos para su control; y Nutrisan evalúa nuevas soluciones de nutrición y manejo de plagas en el olivar.

Kubota



"La olivicultura actual ofrece grandes oportunidades para el desarrollo profesional y se sitúa entre las profesiones con mayor proyección"

¿Cómo contribuye la labor investigadora de la ETSIAM en la innovación tecnológica y rentabilidad del sector del olivar y del aceite de oliva?
Los proyectos de los investigadores de la ETSIAM están conectados con los retos de las empresas y los olivareros, fruto de la estrecha colaboración que mantenemos con el sector. Esta relación es la que impulsa una innovación orientada a mejorar la rentabilidad y la sostenibilidad del sector del olivar y del aceite de oliva. Se investiga para gestionar de forma más eficientemente el agua de riego; los recursos naturales no renovables; desarrollar variedades más resistentes a enfermedades, a la sequía y adaptadas al cultivo en seto; mejorar el control de la calidad del aceite mediante técnicas NIR; o aplicar Inteligencia Artificial en la almazara con el fin de optimizar los procesos productivos. Todo ello contribuye a un sector más competitivo, sostenible y tecnológicamente avanzado.

La Inteligencia Artificial es ya una realidad en el sector del olivar y del aceite de oliva, pero aún queda camino por recorrer. ¿Cómo está influyendo su uso y qué mejoras se están consiguiendo?
La Inteligencia Artificial ya está transformando numerosos aspectos del olivar y del proceso de elaboración del aceite de oliva con una creciente incorporación de sensores y modelos predictivos que facilitan la gestión del cultivo. En línea con los proyectos mencionados, la IA permite optimizar el riego y el uso del agua, aplicar fertilizantes y productos fitosanitarios de manera localizada, lo que mejora la eficiencia de insumos y disminuye el impacto ambiental; detectar y prevenir plagas o enfermedades; predecir la cosecha; y controlar los procesos productivos en la almazara para garantizar la calidad del aceite. Esta integración de sensores y modelos consolida a la IA como una herramienta esencial para un manejo del olivar más rentable, eficiente y sostenible.

¿Con qué oferta formativa cuenta la ETSIAM relacionada con el olivar y el aceite de oliva?
La formación en el Grado de Ingeniería Agroalimentaria y del Medio Rural, así como en el Máster en Ingeniería Agronómica incluyen algunas asignaturas específicas que abordan la agronomía del sector del olivar. Sin embargo, la grandeza de nuestro plan de estudios radica en que, prácticamente en todas las materias, se profundiza en aspectos relacionados con el olivar, el aceite y los distintos componentes del ecosistema olivarero. Se emplean ejemplos vincu-

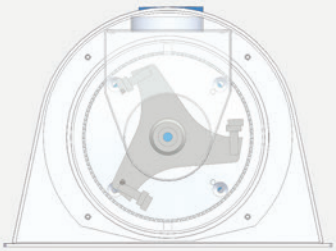
MÁS PERSONAL

- **Una afición:**
  Me gusta explorar recetas nuevas, probar combinaciones y descubrir sabores.
- **Una virtud:**
  Creo que tengo una forma tranquila y empática de mediar.
- **Plato favorito:**
  Los platos de cuchara son mi debilidad.
- **Aceite preferido:**
  Me gustan todos los aceites de oliva vírgenes extra, pero cuanto más frutado mejor.
- **¿Qué comida se llevaría a una isla desierta?:**
  Solo necesito tomate, pan, aceite, jamón y huevo para hacer salmorejo. Con eso podría aguantar una larga temporada.
- **Lo que más le gusta de su trabajo:**
  Disfruto del trabajo con las personas, ver como progresan los más jóvenes y el alumnado, y de tener la oportunidad de seguir aprendiendo cada día junto a ellos.
- **Lo que menos:**
  La falta de tiempo para poder atender a cada persona como me gustaría, especialmente el estudiantado.
- **Un sueño por cumplir:**
  Que la sociedad abrace y valore a quienes nos alimentan, garantizan la seguridad alimentaria y cuidan el medio rural.
- **Una última cena, ¿qué menú elegiría y con quién?:**
  Una ensalada con productos frescos de nuestro campo, aliñada con un buen aceite de oliva virgen extra, compartida con amigos y familia en torno a una larga conversación.

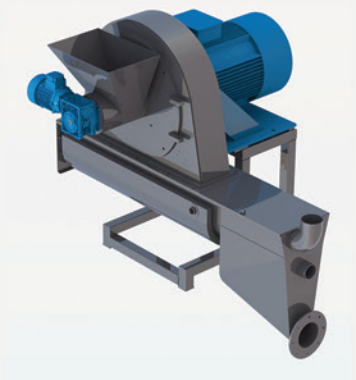


Kubota

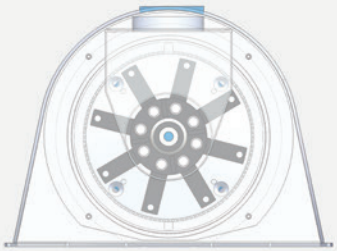
AMENDUNI



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 amenduninicolaspa • amenduniberica

lados al olivar, los estudiantes aportan casos reales de su entorno para analizarlos en clase y esta conexión se mantiene desde las materias más básicas hasta las más técnicas, y desde las asignaturas del primer curso hasta las de los últimos.

Además, nuestra universidad imparte un Máster en Olivicultura y Elaiotecnia, que responde a la creciente demanda de expertos de alto nivel en el sector. Destaca por su carácter internacional y su sólido prestigio, fruto de su ubicación en un entorno estratégico y de unos docentes que combinan la excelencia académica e investigadora.

El relevo generacional es uno de los grandes retos a los que se enfrenta el sector agrario en general y oleícola en particular. ¿Cómo se puede animar a los jóvenes a elegir estudios relacionados con esta profesión?

Aunque el número de jóvenes en el sector agrario ha disminuido, sí estamos viendo un cambio en quienes se incorporan ahora, que lo hacen con un perfil más formado y orientado a la innovación. Estos nuevos profesionales muestran interés por las prácticas tecnificadas y sostenibles, la economía circular, el ahorro de recursos naturales no renovables, el uso responsable del agua y de los fitosanitarios, así como por la reducción de la huella de carbono. También valoran la maquinaria moderna y cómoda, equipada con servicios avanzados y tecnologías como drones, collares digitales en ganadería y sistemas de Inteligencia Artificial que facilitan la toma de decisiones.

Todo ello hace que los jóvenes que hoy en día llegan al sector sean profesionales conscientes de su elección, bien preparados, comprometidos con la sostenibilidad y con una visión innovadora. Por ello, es importante mostrar el sector oleícola como es hoy: moderno, sostenible y tecnológicamente avanzado, pero también diverso, donde el olivar tradicional y los modelos de producción singulares aportan un valor diferencial. La olivicultura actual ofrece grandes oportunidades para el desarrollo profesional y se sitúa entre las profesiones con mayor proyección.



["La grandeza de nuestro plan de estudios radica en que, prácticamente en todas las materias, se profundiza en aspectos relacionados con el olivar, el aceite y los distintos componentes del ecosistema olivarero"]

Otros desafíos importantes del sector oleícola son el cambio climático y la gestión del agua, la mejora de la competitividad de las explotaciones y la volatilidad de los precios. ¿Cómo ayuda la ETSIAM a afrontar estos escenarios?

Frente a los retos que plantea el cambio climático, la escasez de agua o la inestabilidad de los precios, preparamos a los jóvenes con formación sólida, conocimiento y, sobre todo, fomentando el espíritu crítico para abordar con mayor solvencia situaciones nuevas o desconocidas. Les enseñamos que, ante cualquier circunstancia, a menudo cambiante, es fundamental valorar todo lo que saben, escuchar lo que otros aportan, analizarlo, estructurarlo y transformarlo en nuevas propuestas con sentido y utilidad.

A lo largo de su carrera, y en las distintas asignaturas, se enfrentan a problemas reales, estudios de casos, proyectos o hackathones con retos planteados por empresas del sector. Así, aprenden a combinar conocimiento científico, tecnológico y pensamiento crítico para afrontar los desafíos que encontrarán en su desarrollo profesional.

¿Hacia dónde cree que se dirige la olivicultura del futuro?

La olivicultura de la que más se habla avanza hacia una creciente tecnificación con la robotización, la sensórica, la agricultura de precisión y los modelos superintensivos que mejoran la eficiencia y la competitividad. Este tipo de cultivo seguirá creciendo en superficie y en producción de aceite. En este contexto, la amplia experiencia de la ETSIAM en olivicultura y aceite de oliva apoyará al Centro Universitario para el Desarrollo del Aceite de Oliva de la Provincia de Córdoba, favoreciendo colaboraciones que refuercen la presencia de la UCO en el sector.

Aun así, yo creo que coexistirá, con identidad propia, una olivicultura más tradicional, quizás arraigada a territorios de orografía compleja, menos aptos para la mecanización o a proyectos que busquen preservar el paisaje y la cultura del olivar y del aceite. En cualquier caso, habrá espacio para ambos modelos, especialmente porque cada vez más consumidores valoran la autenticidad y la historia que hay detrás de cada aceite.

Kubota

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

Los *influencers* del AOVE



En esta nueva entrega de una de las secciones más icónicas de *Mercacei Magazine* -patrocinada por la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero y conducida por Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei- reunimos alrededor de una mesa (restaurante Desborre, en Madrid) a algunos de los más reconocidos *agroinfluencers*, comunicadores gastronómicos y creadores de contenido que están revolucionando el sector agro. Todos ellos, claro está, amantes del aceite de oliva virgen extra y empeñados en divulgar sus bondades saludables y culinarias.

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

1 AGRICULTURA, AOVE, COMUNICACIÓN Y RRSS

Juan A. Peñamil: ¿Por qué decidisteis divulgar y compartir contenido sobre agricultura y aceite de oliva virgen extra en redes sociales, blogs y plataformas digitales?

Francisco Escribano: Yo siempre digo que mi mejor amigo es mi abuelo, con el que he disfrutado mucho en el campo y me lo ha enseñado todo. Me da pena ver la posición que ocupa hoy día a nivel mundial una grasa vegetal con unos beneficios tan increíbles como el aceite de oliva. Pero antes de conocer el producto debemos fijar la mirada en el campo, en las explotaciones de 300 hectáreas con 60 años de trabajo a la espalda, cuidando olivos centenarios y hasta milenarios que han visto crecer a sus propietarios y a los que los plantaron, que han sobrevivido a guerras, tormentas, enfermedades… Cuando echamos un chorro de aceite a la tostada hay que conocer su valor, el trabajo que conlleva y las familias que viven de ello, lo que se esconde detrás de una botella de aceite de oliva virgen extra, que no es un producto más.

Montse Freixa: En mi caso fue una vuelta a los orígenes. Tras formarme en hostelería y trabajar en distintos lugares en Barcelona, decidí abrir mi propio restaurante en mi tierra -que es donde había nacido pero no criado- y me di cuenta de que allí el producto por excelencia es el AOVE arbequino, y que no sabía nada de él. Entonces descubrí el mundo del virgen extra y me encantó, acababa de ser madre y, en medio de mi caos, experimentar con él era mi momento de *mindfulness*, de desconectar con el mundo. Los productores me traían cada vez más aceites al restaurante y me dije que había que hacer algo… Así que cambié los horarios y aprovechaba todas las horas de cierre del restaurante para convertir la cocina en una especie de laboratorio experimental, y encontré una manera de aplicar todos los AOVEs en mis menús. Tuve menús degustación con más de 15 AOVEs, incluso en los postres, y he tenido cartas de aceites, de mi tierra y de toda Cataluña, incluso de Andalucía.

Luciana Mendoza: Yo soy 100% comunicadora, lo mío son las redes sociales. Me fui a vivir al campo en la pandemia, en 2020, y allí conocí la agricultura, el huerto, el bosque de alimentos, los olivos… No tenía ni idea de cosechar las olivas, empecé a experimentar y a comunicar todo lo que estaba haciendo para que se pudiera conocer todo lo que había en el campo, y me sorprendió la cantidad de gente que estaba interesada en

Kubota



Montse Freixa,
chef y *sommelier* de aceites especializada en gastronomía del AOVE y oleoturismo



Francisco Escribano,
analista químico, técnico en aceites de oliva y catador de AOVE



Luciana Mendoza,
creadora de contenido y divulgadora en redes sociales sobre estilo de vida natural



Teresa Pérez,
gerente de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español



Iñaki Benito,
director gerente de la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero

este tema. No sabía qué hacer con todos los olivos de la finca y descubrí un mundo con el aceite de oliva, que ahora elaboro y es el único que consumo. Cuando fui a vivir allí, esos olivos ya tenían su propia historia, producen muchísimo y ahora están generando una nueva historia con nosotros. Cosechar tus propias aceitunas, en este caso arbequinas, es maravilloso.

Juan A. Peñamil: ¿Cómo ponéis en valor el trabajo que se realiza en el campo? ¿Qué tipos de contenidos conectan mejor con vuestros seguidores?

Francisco Escribano: Yo voy mostrando durante todo el año el proceso, los cuidados y el trabajo del olivar, el día a día: la recolección, la poda -aprovechando sus restos para obtener abono y ganar fertilidad-, la aplicación de fitosanitarios... Desde 2021, a raíz del COVID, estoy transformando poco a poco todas las fincas de cultivo convencional a ecológico. Ya hemos convertido todo el olivar tradicional -170 hectáreas- en ecológico y ahora estamos con el intensivo, y ese cambio lo veo reflejado en el aceite, la aceituna se vuelve más silvestre y el aceite es más verde y frutado, más herbáceo. Intento explicar todo el proceso no sólo en el campo, sino también en el molino: la extracción, los decánters, la centrifugación, el filtrado, la bodega… en definitiva, desde el olivo hasta la botella.

Montse Freixa: Yo, al contrario que Fran, no comunico nada del campo, pero sí comparto lo que me transmiten: cómo tratan a sus olivos, las tareas que realizan... Mi manera de comunicar se basa en pensar que cada uno de mis seguidores o visualizadores de mi perfil es un potencial nuevo consumidor, justo y crítico, de aceite de oliva virgen extra, si cuenta con la información necesaria. Si le ayudo a entender qué es lo que hay dentro de la botella y además le explico las peculiaridades del producto, entonces deja de preguntar por el precio. ¡Me duele tanto que sólo se pregunte por eso! Lo que hay que preguntar es lo que te aporta a nivel de salud, de sabor… eso es lo importante. Y es así como comunico, pensando que cada persona que me lea, vea o siga será un potencial nuevo comprador de AOVE, con un criterio de compra correcto en el que el precio ocupa el último lugar. Y hay que hacerlo de forma veraz pero simple.

Luciana Mendoza: Mis seguidores son muy básicos, para mí mostrar el proceso en redes sociales es lo más importante, el antes y el después, ver cómo se ha transformado algo. Y hay que hacerlo de una manera simple, sin tecnicismos, lo simple es lo que llega a la gente, sobre todo a la que no sabe. Yo explico todo con mucha naturalidad y de forma muy simple, lo transmito como lo he entendido yo, y es lo que a mí me funciona, la gente conecta muy rápido y muestra mucho interés.

Juan A. Peñamil: A través de vuestra labor como creadores de contenido para inspirar, educar o conectar a los usuarios con el mundo agro, ¿creéis que se está transformando la percepción que la sociedad tiene de él? ¿Qué mejoras o cambios habéis percibido?

Francisco Escribano: Yo creo que el consumidor se está dando cuenta de la importancia de consumir una grasa vegetal tan sana como el aceite de oliva virgen y virgen extra, y ya no le importa tanto el precio, sino su salud. Tengo esperanza y fe en el consumidor, y lo veo reflejado en las redes sociales, creo que cada vez se elige mejor.

Montse Freixa: Yo también tengo esa sensación. Lo que podemos hacer entre todos es influenciar para bien a toda la gente interesada y modificar su criterio de compra para que huya de los lineales de los supermercados a la hora de comprar aceite y ayude más a quien lo ha elaborado, no a un mero intermediario. Cuando la gente está bien informada, el precio pasa a ser secundario, pasa a un segundo plano. En mi zona, Les Garrigues, hay muchos mitos y falsas creencias que están muy arraigados y se consideran veraces… a la gente mayor le cuesta más, los agricultores de toda la vida no quieren reconocer que están equivocados en lo que creían acerca del producto, no quieren saber la verdad, por ejemplo en lo que se refiere al aceite sin filtrar.

Kubota

En las familias de agricultores donde existe relevo generacional en el campo, esos jóvenes son los que ayudan a este cambio de mentalidad.

Francisco Escribano: En una ocasión me preguntaron por el relevo generacional, el futuro del campo, y respondí que sí, que existe, pero los gobiernos lo frenan y la sociedad lo silencia. La mayoría de mis amigos son como yo y se dedican al campo, somos felices hablando de campo y no de fútbol, y todos estamos deseando coger el relevo generacional de nuestros padres y abuelos, de mancharnos las manos cogiendo aceituna y al día siguiente hacer una cata para que lo que hemos hecho sirva de algo, tocando todos los ámbitos. Queremos, claro que sí, pero hay muchísimas trabas burocráticas… confío en que los próximos gobiernos apoyen este sector, que confíen en las nuevas generaciones, porque a día de hoy es muy difícil.

Montse Freixa: En mi zona hay muy poco relevo generacional y estoy convencida de que si se les apoyara más, si se les complicase menos la existencia, habría muchos más jóvenes como Fran que cogerían el relevo y no se abandonarían los campos.

Luciana Mendoza: Retomando la pregunta, coincido totalmente con mis compañeros. Creo que se está produciendo un cambio de conciencia, especialmente en la gente joven, en la forma de consumir, sobre todo productos locales, de cercanía, y eso lo noto en las estadísticas de mis redes sociales.

Iñaki Benito: En el caso del aceite de oliva, y antes de entrar en otras cuestiones más técnicas, resulta muy complicado divulgar o hacer entender al consumidor las diferencias entre un aceite de oliva virgen extra, un aceite de oliva virgen y un aceite de oliva refinado. Y no sé si somos nosotros los culpables por no trasladar bien los mensajes o que realmente es un tema tan complejo y confuso que es difícil de explicar.

Luciana Mendoza: No es tan difícil de explicar, yo lo he hecho en las redes y se ha entendido perfectamente. Pero hay que hacerlo de una manera muy simple.



(Montse Freixa)

"Mi manera de comunicar se basa en pensar que cada uno de mis seguidores es un potencial nuevo consumidor -justo y crítico- de AOVE si cuenta con la información necesaria, con un criterio de compra en el que el precio ocupa el último lugar"



Teresa Pérez: No es sencillo, esto es un gran reto. España es líder mundial en producción, calidad y comercialización de aceites de oliva, pero nuestra cultura media acerca del producto dista mucho de ser líder mundial. El reglamento europeo que existe a día de hoy tampoco ayuda porque crea cierta confusión. Explicar al consumidor la diferencia entre las distintas categorías, aunque tratemos de hacerlo de forma muy sencilla, no es fácil. Los consumidores españoles deberían llevar este conocimiento desde la cuna, de serie, porque, con independencia del poder adquisitivo que tengan las familias, tenemos el privilegio de vivir en el país donde nace el aceite. El aceite de oliva ha formado parte de nuestra vida durante miles de años, es algo que está en todas las cocinas, pero es un ingrediente que pasa inadvertido, que parece invisible. Todo el mundo lo conoce y casi todo el mundo sabe que es saludable, aunque no sepa explicar por qué. Entonces, habrá que preguntar al consumidor por qué, si sabe que es saludable, no lo consume. Una de cada dos botellas de aceite de oliva que hay en el mundo es española, y eso es un privilegio.

Juan A. Peñamil: **Cuando escucháis el término AOVE, ¿qué os sugiere? ¿Qué es lo primero que os viene a la cabeza cuando pensáis en este alimento?**

Kubota

Palacín

Sistemas de extracción continua

NUEVO DECANTER P6

Fabricado en España



CONTACTO

+34 953 757 112
info@jpalacin.com

Luciana Mendoza: Calidad y 100% cultura mediterránea.
Montse Freixa: Para mí, como cocinera, es el ingrediente. No me imagino quedarme sin aceite, no podría sobrevivir a un día entero sin AOVE, ya empezaría mal el día…
Francisco Escribano: Lo resumo en el lujo, la calidad y los beneficios. Es un Ferrari al alcance de todos, pero no lo apreciamos. El doctor Antonio Escribano, al que admiro mucho, nos contó en un seminario que existe un estudio que comparaba la esperanza y calidad de vida de un anciano de Jaén que, además de trabajar en el olivar desde que tenía uso de razón, toda su vida había tomado aceite de oliva, y otro anciano de Munich que siempre había comido mantequilla, ambos del mismo mes y año de nacimiento. El resultado hablaba de ¡nada menos que 17 años de diferencia! Para mí el AOVE significa calidad, salud y longevidad. Vida, en definitiva.

Teresa Pérez: ¿Diríais que cada año se produce más calidad?
Francisco Escribano: Trabajo en una cooperativa de cerca de 2.600 socios y esa evolución, ese enfoque hacia la máxima calidad la he vivido en primera persona. Antes se mezclaban calidades, la aceituna de suelo y vuelo, el tractor pasaba por encima de las tolvas y soltaba aceites minerales… ahora se han tapado y sólo se abren para descargar, los molinos de martillo están totalmente sellados y no entra polvo… Cada vez se empieza a recolectar antes la aceituna y ello permite obtener unas calidades increíbles…
Montse Freixa: Esa apuesta por la calidad la percibe el agricultor en términos de imagen y también de precio… En Les Garrigues siempre ha primado el máximo rendimiento, con perfiles de arbequina muy maduros, pero desde que el presidente de una cooperativa de referencia, la de La Granadella, sentó a todos los agricultores y les explicó que otra forma de hacer las cosas era posible, que la aceituna se podía coger en verde y se iba a pagar más -fue la primera cooperativa de la zona en tener dos tipos de cosecha, temprana y madura-, las cosas cambiaron y ahora no hay ninguna cooperativa que no coseche en verde y tenga aceite Premium… A aquel presidente le tacharon de loco en su momento, pero gracias a él ahora se disfrutan AOVEs de arbequina que antes eran impensables.

> "Yo creo que el consumidor se está dando cuenta de la importancia de consumir una grasa vegetal tan sana como el virgen extra y ya no le importa tanto el precio, sino su salud. Tengo esperanza y fe en el consumidor, y lo veo reflejado en las redes sociales, creo que cada vez se elige mejor"
>
> (Francisco Escribano)





Iñaki Benito: En el sector de los aceites de oliva aún existe un evidente déficit de conocimientos básicos sobre este alimento. Del 1 al 10, ¿cómo valoraríais el conocimiento que tiene a día de hoy el consumidor sobre el aceite de oliva?
Montse Freixa: Sin ser muy pesimista, un aprobado raspado. Un 5.
Luciana Mendoza: Como consumidora, y por los seguidores cada vez que cuelgo algo en redes sociales sobre este tema, creo que la gente no sabe tanto. Sinceramente, un 4.
Francisco Escribano: En una zona productora como la mía, un 6. La gente conoce los beneficios, pero por costumbre o por lo que sea, entre una botella de virgen extra y otra de un aceite más barato y de peor calidad, generalmente acaba decantándose por la segunda.

2 *FOLLOWERS Y TRENDING TOPICS*

Teresa Pérez: ¿A vuestros seguidores les interesa el tema de la sostenibilidad?
Luciana Mendoza: A los míos sí, absolutamente, además de que es lo que transmito.

Kubota

NO COMPITAS EN PRECIO COMPITE EN IDENTIDAD

Diseñamos envases exclusivos para marcas que quieren destacar



vetrolatino

Botella privada · Diseño a medida · Producción personalizada

Email: info@vetrolatino.com
Phone: +39 0744 441049
www.vetrolatino.com/es/

Montse Freixa: A los míos también. A menudo me preguntan por los aceites ecológicos, si son mejores que los convencionales, y yo les explico los valores que hay detrás, más allá de la calidad.

Francisco Escribano: A mis seguidores les interesa mucho el tema de la falsa sostenibilidad, que viene instaurada desde los despachos. En Huertas Bajas, una aldea de 200 habitantes al lado de mi pueblo, Lucena, van a arrancar cerca de 300 hectáreas de olivar tradicional, encinas milenarias, arroyos, para instalar placas solares a pie de casa de los ancianos. ¿Cómo puedes venderme que una energía verde, respetuosa con el medio ambiente, acabe con el campo, con la agricultura, con parajes únicos y olivares de más de 400 años? Hemos intentado por todos los medios, con informes, paralizar esta expropiación, la instalación de una megaplanta de biometano y placas solares, y el ayuntamiento no movió ni un solo dedo para impedirlo. Es muy triste destruir olivares centenarios y encinas milenarias, cantidad de fauna, para poner cemento y una placa solar en aquellos lugares de nuestra infancia donde hemos sido tan felices. Una pena.

Montse Freixa: En Les Garrigues han reconvertido una planta de gestión de alpechín en una incineradora para eliminar la basura que viene desde Barcelona. Pero es que hay un estudio que demuestra que todas las emisiones y tipos de contaminantes procedentes de las incineradoras inciden y afectan sobre todo a las grasas. ¿Y qué hacemos nosotros? Aceite. ¿Cómo vamos a vender ahora que en Les Garrigues se elabora aceite de calidad? Pues les da igual, todos los políticos han firmado a favor. Los lugares olvidados con poca densidad de población son carne de cañón para que nos hagan todo tipo de barbaries, en lugar de defendernos y cuidarnos.



(Luciana Mendoza)

"Yo soy 100% comunicadora. Lo que hago es mostrar en las redes sociales el proceso, el antes y el después, ver cómo se ha transformado algo. Y hay que hacerlo de una manera muy simple, sin tecnicismos, con mucha naturalidad. Trato de mostrar un estilo de vida natural y lo que se hace en el campo, enseñar y educar"



Teresa Pérez: Desde vuestra perspectiva, ¿qué creéis que les interesa más a vuestros seguidores y cómo comunicáis un producto tan nuestro como el aceite de oliva, abanderado de la Marca España? ¿Cómo conseguís fidelizarlos?

Luciana Mendoza: Con sabiduría. Puedes comunicar de manera *bruta* o sabiendo lo que estás diciendo, mediante contenidos de valor y colaboraciones. Yo tengo casi medio millón de seguidores en una sola plataforma y si colaboro con alguien que sabe mucho sobre aceite de oliva, le aporto a esa persona todos mis seguidores y ella a mí todo su conocimiento. La unión hace la fuerza y el gran beneficiado es el aceite de oliva.

Montse Freixa: A nivel de redes es eso, saber cómo utilizar las herramientas, cómo tocar las teclas para llegar a mucha gente. Yo también he sido víctima de la influencia de las redes y soy bastante neófita en este tema pero, aunque tengo pocos seguidores, sé que a todos les interesa lo que hago, lo que comunico acerca del aceite y cómo aprovecharlo en la cocina.

Y a nivel estratégico, hay que aprovechar los fondos públicos provenientes de las instituciones porque es un tema de interés nacional. Mi voluntad es siempre la de dar voz a los productores que se acercan a mí porque no saben cómo vender su producto. Intento ayudarles en todo lo que puedo, aunque a veces me siento una hormiguita muy pequeñita…

Teresa Pérez: ¿Cómo describiríais el perfil de vuestros seguidores?

Francisco Escribano: El mío sería una persona de entre 20 y 40 años, que en su mayoría trabaja en el campo y sabe lo que es un pueblo que se dedica al olivar, lo que es el aceite de oliva y lo que cuesta producirlo,

Kubota

JOHN DEERE

NOTHING RUNS LIKE A DEERE

5M

DISEÑADO PARA TRIUNFAR CON CULTIVOS DE ALTO VALOR

PASIÓN POR EL CAMPO



Compacto y ligero, con hasta 135 CV, nuestro 5M se desenvuelve en viñedos y huertos como ningún otro. Al podar, pulverizar, cosechar o cargar, el diseño y la capacidad hidráulica del 5M son perfectos para todas tus tareas de cultivos de alto valor.

Conoce al 5M, tu principal compañía en el campo para cualquier tarea. Míralo hoy en tu concesionario local.

AS10430,ISPA_ES

"España es líder mundial en producción, calidad y comercialización de aceites de oliva, pero nuestra cultura media acerca del producto dista mucho de ser líder mundial. Una de cada dos botellas de aceite de oliva que hay en el mundo es española, y eso es un privilegio"



(Teresa Pérez)



y que está cabreado. Y lo está al ver que me desgasto tanto, sobre todo en defender el aceite de oliva y el olivar tradicional, y lo poco que se reconoce su valor. Por tanto, hombres (60%) y mujeres (40%) de una media de 30 años y cabreados con la sociedad por no valorar el tesoro que tenemos.

Montse Freixa: Diría que es una persona joven que ha finalizado su etapa estudiantil y ya se ha insertado en el mundo laboral, e incluso ya se ha independizado y debe decidir por sí misma, que se siente un tanto perdida y se fía mucho de lo que le venden. Ése es un potencial seguidor mío y el que deja de serlo es aquel que no está dentro de este rango o ya se encuentra en otra tesitura. Y también hay muchos apasionados del virgen extra o los propios productores, que comparten tus contenidos.

Luciana Mendoza: Yo siempre me he enfocado mucho a las mujeres -aunque también tengo muchos hombres- de entre 25 y 55 años, más que nada porque mi cliente busca un estilo de vida natural, consume productos responsables y de cercanía... Yo he buscado una mujer que se pareciera a mí, que consumiera lo que yo vendo y lo que soy. Me enfoco sobre todo en la mujer que posee un trabajo estable y puede permitirse consumir mejor. Y las estadísticas también hablan de gente bastante joven y que quiere venirse a vivir al campo, como hice yo.

3 *MILLENNIALS* Y NUEVAS GENERACIONES

Iñaki Benito: En un segmento concreto de la población como puede ser el de los *millennials*, y en un escenario marcado por la inmediatez en el que los hábitos de compra y la forma de consumir han cambiado radicalmente, con el *delivery* formando parte de su ADN casi desde el inicio, ¿cómo podemos incorporar ahí el aceite de oliva? En el caso de las nuevas generaciones se trata sin duda de un reto impresionante…

Francisco Escribano: Hay que jugar con las debilidades y los miedos. Por ejemplo, además de ofrecer catas a todos los establecimientos que compraban nuestros aceites, yo sugerí a los restauradores que, en lugar de poner de tapa unas aceitunas o unos chicharrones, colocaran dos cuencos con nuestro aceite de oliva virgen extra temprano y maduro y pan rústico, e hicieran la prueba. Porque a todo el mundo le gusta que le traten bien. A las dos semanas me llamó el dueño del restaurante para que le llevase botellas, incluso para venderlas, porque la gente que probaba el aceite se interesaba por él y quería comprarlo. Las nuevas generaciones, en las que me incluyo, tienen miedo por todo. Yo les muestro que lo que consumen es una basura, les pongo imágenes para que vean cómo se extrae el aceite de palma, de las plantas de refinación… para que se den cuenta de lo que están consumiendo, y lo normalizado que lo tienen. Y se asustan, claro (*risas*).

Iñaki Benito:¿Creéis que hay un momento especial en el que el uso del aceite de oliva encaja a la perfección, más allá de la comida?

Luciana Mendoza: Para mí el aceite de oliva tiene que estar presente en todos los momentos: desayuno, almuerzo, cena… es parte de nuestra cultura.

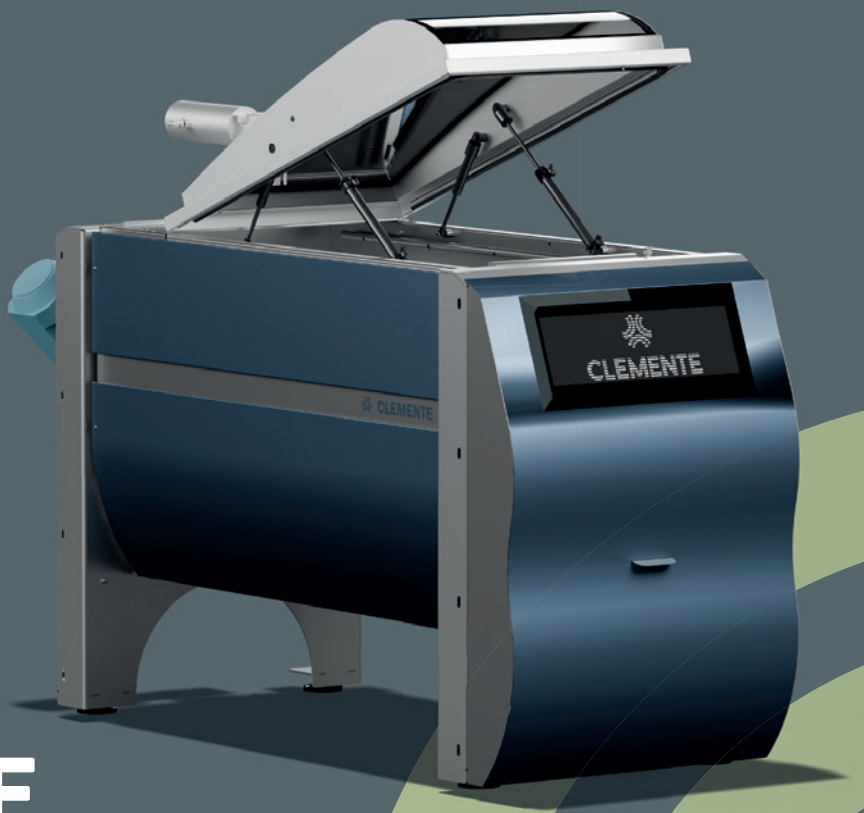
Francisco Escribano: Yo destacaría los beneficios del aceite de oliva virgen extra en la recuperación de las personas que han padecido cáncer, tanto niños como adultos, y enfermedades

Kubota

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

del corazón. En este sentido, me encantan los artículos del doctor Antonio Escribano, es de esas personas a las que da gusto escuchar.

4 EL COMPLEMENTO PERFECTO

Juan A. Peñamil: La Interprofesional del Aceite de Oliva Español llevó a cabo en 2025 una campaña totalmente novedosa, estructurada y disruptiva, "*El complemento perfecto*", protagonizada por la cantante Aitana. Teresa, háblanos de la estrategia y objetivos planteados con esta campaña. ¿Qué *feedback* ha obtenido en redes sociales? ¿Cuál ha sido la respuesta de los jóvenes?

Teresa Pérez: España es un mercado muy importante para nosotros y en el que llevamos más de una década asistiendo al descenso del consumo de aceites de oliva, con un envejecimiento del perfil del consumidor. El gran reto era precisamente ese, cómo rejuvenecer dicho perfil e incorporar a la gente joven para que utilice un producto tan ligado a la cocina cuando ya apenas cocina. En esa misión de llegar a un público más joven, haciendo un giro de guión y enfocando nuestro esfuerzo en el aceite de oliva virgen extra, se lanzó esta campaña con Aitana que se hizo viral. Para nosotros el complemento perfecto no era el bolso, sino el AOVE. ¿Qué ocurrió? Que en un primer momento todo el mundo quería el bolso -diseñado por Palomo Spain-, incluso se llegaron a robar de unas vitrinas donde estaban expuestos. Conseguimos llegar a la gente joven, captar su atención, pero también nos encontramos con el problema de la inmediatez de las redes, donde es complicado mantener la atención sobre algo tan convencional como el aceite de oliva; ése es el gran reto.

5 MÁS PERSONAL

Juan A. Peñamil: Montse, eres la creadora de *Evòóeasy*, un método útil y sencillo para aplicar los diferentes AOVEs en la gastronomía.



(Iñaki Benito)

"Resulta muy complicado hacer entender al consumidor las diferencias entre un aceite de oliva virgen extra, un virgen y un refinado. Y no sé si somos nosotros los culpables por no trasladar bien los mensajes o que realmente se trata de un tema tan complejo y confuso que es difícil de explicar"



¿En qué consiste exactamente y cómo surgió *Evòóeasy*?

Montse Freixa: Como he dicho al principio, yo tenía un restaurante e inicié mi formación en materia de aceite y oleoturismo, que era lo que se quería impulsar en mi territorio. En ese descubrimiento comencé a experimentar en mi cocina a modo de laboratorio y así nació *Evòóeasy*. Consiste en agrupar familias de alimentos y AOVEs en función de una serie de patrones y matices, definir sus perfiles, una información que me permitió entender la analítica técnica y sensorial de los paneles. Se trata de buscar una armonía, un equilibrio, un balance, pero siempre de forma lógica. Es fácil de entender, pero hay que trabajarlo.

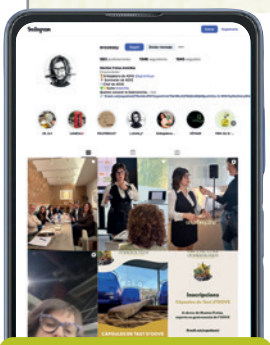
Juan A. Peñamil: Luciana, tus contenidos sobre huertos regenerativos y bosques de alimentos incluyen al olivar. ¿Qué variedades cultivas en tu huerto integral?

Luciana Mendoza: Cultivo la variedad arbequina y elaboro mi propio aceite, pero sólo para consumo propio. Lo que hago, en definitiva, es mostrar un estilo de vida natural y lo que se hace en el campo, enseñar y educar.

Juan A. Peñamil: En los últimos años hemos asistido a una notable proliferación de *influencers* y creadores de contenidos gastronómicos. Pero, ¿cómo diferenciar aquellos contenidos fiables y rigurosos,

Kubota

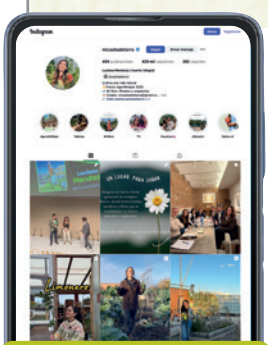
Quién es quién



@evooeasy
1.945 seguidores

Montse Freixa (*La Floresta, Lleida, 1989*)

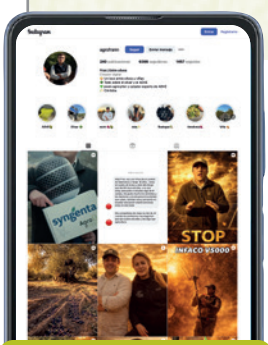
Chef y *sommelier* de aceites especializada en gastronomía del AOVE y oleoturismo. Ganadora de la I edición de los Premios Agroinfluye (2025) en la categoría Embajador del AOVE. Posee más de 7 años de experiencia en el ámbito del I+D gastronómico del aceite de oliva, con creación de menús degustación temáticos y experiencias oleoturísticas. Formadora, consultora y ponente en gastronomía del aceite, colaborando con productores, restauración e instituciones. Creadora del proyecto innovador *Evòóeasy*, dedicado a influir en el presente y futuro del sector oleícola desde la gastronomía, acercando el AOVE de forma clara y accesible al consumidor. Ha recorrido todo el territorio olivarero español para capturar, en un archivo fotográfico único, las variedades de aceituna en sus distintos puntos de madurez; y ha convertido el AOVE -uniendo la cocina y la cata- en un lenguaje gastronómico y cultural. Afirma que sufre de *oleofilia* y proclama que el futuro del AOVE será gastronómico y digital o no será.



@micasitadetierra
426.000 seguidores

Luciana Mendoza (*Córdoba, Argentina, 1984*)

Creadora de contenido y divulgadora en redes sociales sobre agricultura regenerativa y estilo de vida natural. Con una comunidad de más de 400.000 seguidores en Instagram, ha convertido su experiencia práctica en huertos regenerativos en una referencia en el cuidado del suelo, los bosques de alimentos y la integración de árboles frutales y olivares. Posee formación en herbolaria y huerta ecológica, habiéndose especializado en el uso de plantas medicinales vinculadas al aceite de oliva y recuperando saberes tradicionales desde una mirada contemporánea y sostenible. Ganadora de la I edición de los Premios Agroinfluye (2025) en la categoría Agrolifestyle por su labor de divulgación y conexión entre naturaleza, cultivo y vida consciente, es autora del libro "*Oleatos y ungüentos*" e imparte clases y cursos presenciales y *on line* sobre huertos regenerativos y herbolaria en casa.



@agrofrann
6.300 seguidores

Francisco Escribano (*Lucena, Córdoba, 2005*)

Analista químico, técnico en aceites de oliva y catador -ha sido miembro del Panel de Cata de la DOP Aceite de Lucena-. Este joven creador digital se define como "un loco entre olivas y viñas" y está empeñado en contagiar su bendita locura por el virgen extra entre sus seguidores. Amante del olivar tradicional y fiel defensor del sector en las redes sociales, ha sido nominado como Embajador del AOVE en la segunda edición de los Premios Agroinfluye y también trabaja como agricultor en su propio proyecto familiar junto a su abuelo, reconvirtiendo una finca de olivar convencional en ecológico.

y a sus autores, de los que sólo buscan aumentar sus seguidores y nivel de notoriedad?

Francisco Escribano: Creo que se nota cuando una persona habla sin un guión preparado porque domina el tema y no necesita información, porque día tras día trabaja en ello y lo conoce de primera mano. Y la mejor forma de hacerlo, de mostrarlo, es con mucha humildad, respeto y corazón.

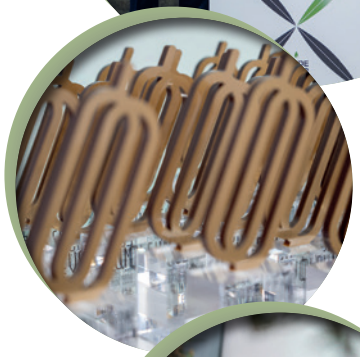
Montse Freixa: Se nota cuando ves algo que es verdad, auténtico, real. Por ejemplo, cuando ves a Fran en el campo. Hay que poner en valor toda la cadena del aceite de oliva, desde el campo. E insistir y ser muy pesado, cuanto más pesado seas, más llegas.

Luciana Mendoza: Pienso lo mismo. Que lo que hagas sea algo orgánico, natural, real. Y también es bueno no abusar de las colaboraciones con marcas, que dejan entrever un interés económico.

Kubota

El AOVE brilla con todo su esplendor en Madrid en la Gala del décimo aniversario de EVOOLEUM Awards













Espacio Rastro Madrid acogió el pasado 3 de diciembre la Gala de entrega de los EVOOLEUM Awards, consagrada como la Gran Fiesta Mundial del AOVE. Un evento único y exclusivo que contó con la presencia del ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, así como de productores nacionales e internacionales provenientes de países como Italia, Portugal, Grecia, Sudáfrica, Croacia, Brasil y China. En él se entregaron también los Premios Embajador del AOVE que fueron otorgados al medallista olímpico y ganador de *MasterChef Celebrity* Saúl Craviotto y al afamado -y triestrellado- chef Quique Dacosta.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

Conducida por la presentadora de los informativos de TVE Marta Jaumandreu, la Gala de los Premios Internacionales a la Calidad del Aceite de Oliva Virgen Extra-EVOOLEUM Awards reunió a una amplia representación del sector oleícola y olivarero tanto nacional como internacional, así como a periodistas gastronómicos y chefs; además de contar con la presencia destacada del ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), Luis Planas -ya habitual en este evento-, y del secretario general de Agricultura, Ganadería y Alimentación de la Junta de Andalucía, Manuel Gómez Galera.

El evento, celebrado en Espacio Rastro, fue patrocinado por CaixaBank; el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), a través de Alimentos de España; la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía; Caja Rural de Jaén, Barcelona y Madrid; Pieralisi, Kubota; Grupo Macho; Ayrtac; y Autelec Tecnología.

Kubota

GALA PATROCINADA POR

AgroBank · #alimentosdespaña · Gobierno de España · Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación · gusto del Sur · Junta de Andalucía · Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural · AUTELEC · Caja Rural Jaén · Envases Ayrtac · Kubota · macho · Pieralisi Circular Thinking





La Gala EVOOLEUM estuvo conducida por la presentadora de los informativos de TVE Marta Jaumandreu.



En la Gala se entregaron los Premios BEST OF CLASS de EVOOLEUM Awards, una iniciativa impulsada por Grupo Editorial Mercacei y la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) que en esta edición cumple 10 años, y que en esta década se ha consolidado como el concurso más prestigioso, riguroso e influyente del mundo del aceite de oliva virgen extra. En esta ocasión, el Mejor AOVE del mundo de la campaña 2024/25 fue *Monini Monocultivar Coratina*, un monovarietal italiano de la variedad que más veces ha conquistado este preciado galardón. Completaron el podio el sudafricano *De Rustica Estate Collection Coratina* y el manchego *Valdenvero Hojiblanco*, cuya productora, Consoli Molero, se alzó también con el Premio a la Mejor Mujer Productora y Mejor Maestra de Almazara.

Cabe recordar que el TOP100 de los EVOOLEUM Awards contó con representación de 11 países (España, Italia, Croacia, Portugal, Grecia, Marruecos, Brasil, Turquía, Francia, Sudáfrica y China). España, el mayor productor mundial de aceite de oliva, colocó nada menos que 67 AOVEs -44 de ellos andaluces-, seguida a gran distancia por Italia, con 16, en un listado en el que figuran 38 zumos ecológicos y otros 28 con Denominación de Origen Protegida (DOP).

Además, en la gran Fiesta del AOVE también se entregaron los Premios del TOP20 AOVEs Producción Limitada -para producciones inferiores a 2.500 litros-, los galardones a los mejores diseños de packaging (EVOOLEUM Packaging Awards) y el TOP10 de los AOVEs más saludables del mundo.

En esta edición tan especial recibió el Premio Embajador del AOVE el piragüista Saúl Craviotto, y el Premio Em-



Consoli Molero, gerente y responsable de producción de la Cooperativa Olivarera de Valdepeñas (COLIVAL), se alzó con el Premio a la Mejor Mujer Productora y Mejor Maestra de Almazara.



Como novedad, en la Gala se entregó el Premio a la Mejor Tienda de AOVE, que recayó en Fábrica Do Azeite (Oporto).

bajador del AOVE en Restauración, el chef Quique Dacosta; al tiempo que se incorporaron dos nuevos galardones, Mejor Campaña de Comunicación, otorgado a la Interprofesional del Aceite de Oliva Español por su campaña *"El complemento perfecto"* de *Aceites de Oliva de España*; y Mejor Tienda de AOVE, que recayó en Fábrica Do Azeite, la maravillosa *loja* de la firma portuguesa Acushla en Oporto.



El director del Concurso EVOOLEUM, José María Penco, impartió una cata del TOP10 de EVOOLEUM dirigida a los asistentes a la Gala.



Otras autoridades presentes en la Gala fueron José Miguel Herrero, director general de Alimentación del MAPA; Andrés Lorite, vicepresidente primero de la Diputación de Córdoba; Gonzalo Domínguez, diputado provincial de Servicios Públicos Supramunicipales de la Diputación de Sevilla; Chiara Saulle, primera consejera y responsable de la Oficina Comercial de la Embajada de Italia en Madrid; o Pantelis Gassios, consejero de Asuntos Económicos y Comerciales de la Embajada de Grecia en Madrid.

El olivo, puente entre el pasado y el futuro

La Gala comenzó con las emotivas palabras de Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei, quien celebró los 10 años de EVOOLEUM Awards -"algo que comenzó como un proyecto ilusionante y se ha convertido en un referente a nivel mundial, con raíces profundas y un futuro brillante, como el propio olivo"- destacando al árbol milenario "como símbolo eterno de resistencia, paciencia y origen; un corazón antiguo latiendo en un mundo contemporáneo, un puente entre el pasado y el futuro". Además de felicitar a todos los participantes y premiados, Peñamil agradeció asimismo a productores y embajadores su compromiso y talento, "demostrando que, con la misma dignidad que el olivo, podéis mantener la excelencia incluso cuando soplan vientos contrarios". Para concluir, el CEO de Mercacei recordó que el consumidor sigue apostando por

Kubota

AUTELEC®
TECNOLOGIA, S.L.

Ingeniería valenciana
al servicio del aceite de oliva.



DM-120

ENVASADORA POR PESO MULTIFORMATO
FILLING MACHINE



NUEVA DL-295
Con Función ECO



ETIQUETADORA
LABELER



TAPONADORA
CAPPER



MOLINO
MILL



MEDIDOR GRASA
FAT METER

WWW.AUTELEC.ES | COMERCIAL@AUTELEC.ES | +34 628 632 992





La inauguración de la Gala corrió a cargo del ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas.



Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei, durante su intervención.

el AOVE con una fidelidad ejemplar; sigue diciendo sí al virgen extra, que es lo mismo que decir sí a la salud, a la calidad y a nuestra cultura".

El consumo mundial de aceite de oliva crecerá a escala global

La inauguración de la Gala corrió a cargo del ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas -presente en siete de las ocho galas celebradas hasta la fecha-, que comenzó señalando que el hecho de que EVOOLEUM Awards reúna AOVEs de 26 países del mundo es una "clara muestra de su globalidad". Planas recordó que España aglutina el 40% de la producción mundial de aceite de oliva, por lo que "es normal que el 67% de los AOVEs del TOP100 sean españoles" y aprovechó la ocasión para felicitarse por el reconocimiento de la nueva DOP Aceite del Somontano. Sobre la situación del sector y las perspectivas de campaña, el ministro de Agricultura habló de una campaña de relativa estabilidad -"casi una noticia en estos tiempos que corren"-, con un aforo que se sitúa aproximadamente en 1.400.000 toneladas, y un precio razonable para el consumidor final que "permite al sector disfrutar de una retribución digna para toda la cadena de valor y otorgar estabilidad al consumidor", que se ha visto beneficiado de la reducción del IVA al 4%.

Planas se refirió también a la disrupción en el comercio internacional provocada por la imposición de aranceles por parte de EEUU -un país que sigue siendo prioritario-, que no obstante han tenido una afección mínima que no llega al 4%, remarcando el apoyo del Gobierno, de *Alimentos de España* y de ICEX en aras de ampliar la presencia internacional del aceite de oliva; al tiempo que subrayó la importancia de los recientes acuerdos de la UE con países del Mercosur -que deberán ser refrendados- y recordó que el olivar recibe 900 millones de euros de los 4.200 millones de euros que corresponden a España en virtud del primer pilar de la PAC.

Para concluir, el Ministro se mostró optimista y alabó el trabajo serio y riguroso por parte de todo el sector, "aunque queda mucho trabajo por delante habida cuenta de que el aceite de oliva apenas supone el 3% de las grasas vegetales consumidas en el mundo". En este sentido, confió en que el consumo mundial de aceite de oliva en los mer-



Kubota

PUBLICIDAD


Es (algo) personal
Para Rafa,
estas aceitunas lo son todo.
Y lo que es importante para él
también lo es para nosotros.
Tú y yo.
Nosotros.
Descubre cómo anticipar las ayudas
de la PAC en CaixaBank.es
NRI: 9335-2025/09681
AgroBank

cados internacionales crecerá a escala global, sobre todo fuera de la UE, impulsado por sus cualidades y beneficios saludables. Planas finalizó su intervención entregando a la gerente y responsable de Producción de Colival, Consoli Molero, el galardón que le acredita como Mejor AOVE de España por su monovarietal *Valdenvero Hojiblanco*, que también obtuvo los premios EVOOLEUM TOP10, Mejor Frutado Verde y Mejor Hojiblanca.



El afamado chef valenciano Quique Dacosta recibió el Premio Embajador del AOVE en Restauración.

Doble reconocimiento y Premios Embajadores del AOVE

Consoli Molero también recogió en la Gala -por primera vez en la historia de este concurso- los reconocimientos a la Mejor Mujer Productora y a la Mejor Maestra de Almazara de AEMODA. La gerente de Colival reconoció que todas estas distinciones suponen un "enorme orgullo al superar cualquier expectativa y me llenan de gratitud y responsabilidad". Molero habló de un trabajo construido desde la pasión, la constancia y el compromiso total con la excelencia". "Hoy siento orgullo, pero también una enorme humildad", aseguró, agradeciendo y poniendo en valor el trabajo y unión de sus socios y su equipo, "que siente la almazara como suya. Este logro es de todos, y lo recibo con el corazón lleno y la mirada puesta en lo que aún está por venir". Un reconocimiento que "no es un punto final, sino un impulso que nos compromete a seguir innovando, investigando, aprendiendo y defendiendo la calidad en cada gota. La excelencia sólo se alcanza con pasión verdadera", concluyó su intervención.



El piragüista Saúl Craviotto recogió el Premio Embajador del AOVE.



El afamado chef valenciano Quique Dacosta, propietario del triestrellado restaurante del mismo nombre en Denia -y que tutela la propuesta gastronómica de otros como Deessa y Palm Court en Madrid, El Poblet, Llisa Negra y Vuelve Carolina en Valencia o el Arros QD en la capital británica, Londres- recibió el Premio Embajador del AOVE en Restauración. Galardonado con el Premio MICHELIN al Chef Mentor 2026, Quique Dacosta ha recibido a lo largo de su carrera múltiples reconocimientos como el Premio Nacional de Gastronomía o la Medalla de Oro a las Bellas Artes.

En su discurso de agradecimiento, Dacosta recordó que "tenía 16 años la primera vez que me enfrenté al aceite de oliva no como un aliño, sino otorgándole la importancia que merecía. Intenté hacer una gelatina de aceite de

Kubota

M5002 estándar: el tractor que mejor entiende tu olivar





El premio a la Mejor Campaña de Comunicación fue para *"El Complemento Perfecto"* de Aceites de Oliva de España, que recogió Pedro Barato, presidente de la Organización Interprofesional del Aceite de Oliva Español.



La clausura de la Gala corrió a cargo de Manuel Gómez Galera, secretario general de Agricultura, Ganadería y Alimentación de la Junta de Andalucía.

oliva, pero no lo logré, aún no he conseguido gelificar el aceite de oliva virgen extra". El triestrellado chef destacó la importancia de la búsqueda de la creatividad con valores comunes pero muy diferentes en la expresión culinaria", refiriéndose a sus colegas y compañeros de profesión. Y desveló un truco: "Coged cualquiera de los AOVEs del TOP100 de EVOOLEUM. Metedlo en la nevera durante tres ó cuatro días y sacadlo. Veréis cómo se puede hacer una crema, una maravillosa pomada de aceite de oliva virgen extra".

El Premio Embajador del AOVE también fue otorgado al piragüista Saúl Craviotto, una auténtica leyenda del deporte español y mundial -con nada menos que seis medallas olímpicas obtenidas en Pekín 2008 (oro), Londres 2012 (plata), Río 2016 (oro y bronce), Tokio 2020 (plata) y París 2024 (bronce)-, ganador del concurso *MasterChef Celebrity* y defensor del gran pilar de la Dieta Mediterránea. Craviotto -que también ha sido condecorado con la Medalla de Oro de la Real Orden del Mérito Deportivo- significó su relación con el mundo gastronómico desde pequeño. "Mis abuelos eran leoneses y tenían un restaurante, y allí me crié". El seis veces medallista olímpico reconoció que, cuando entró en *MasterChef*, "casi no sabía freír un huevo", una experiencia que me despertó la pasión por la gastronomía, que se ha convertido en un auténtico hobby para mí". El nuevo Embajador del AOVE se comprometió a promocionar y dar a conocer el oro líquido, que no sólo es un producto, sino que es "tradición, cultura, salud, trabajo y esfuerzo; el buque insignia de España". Saúl Craviotto finalizó deseando a los productores y artesanos de aceite de oliva virgen extra españoles que "sigáis luchando por ser lo que sois, los mejores del mundo".

Un sector con un futuro prometedor

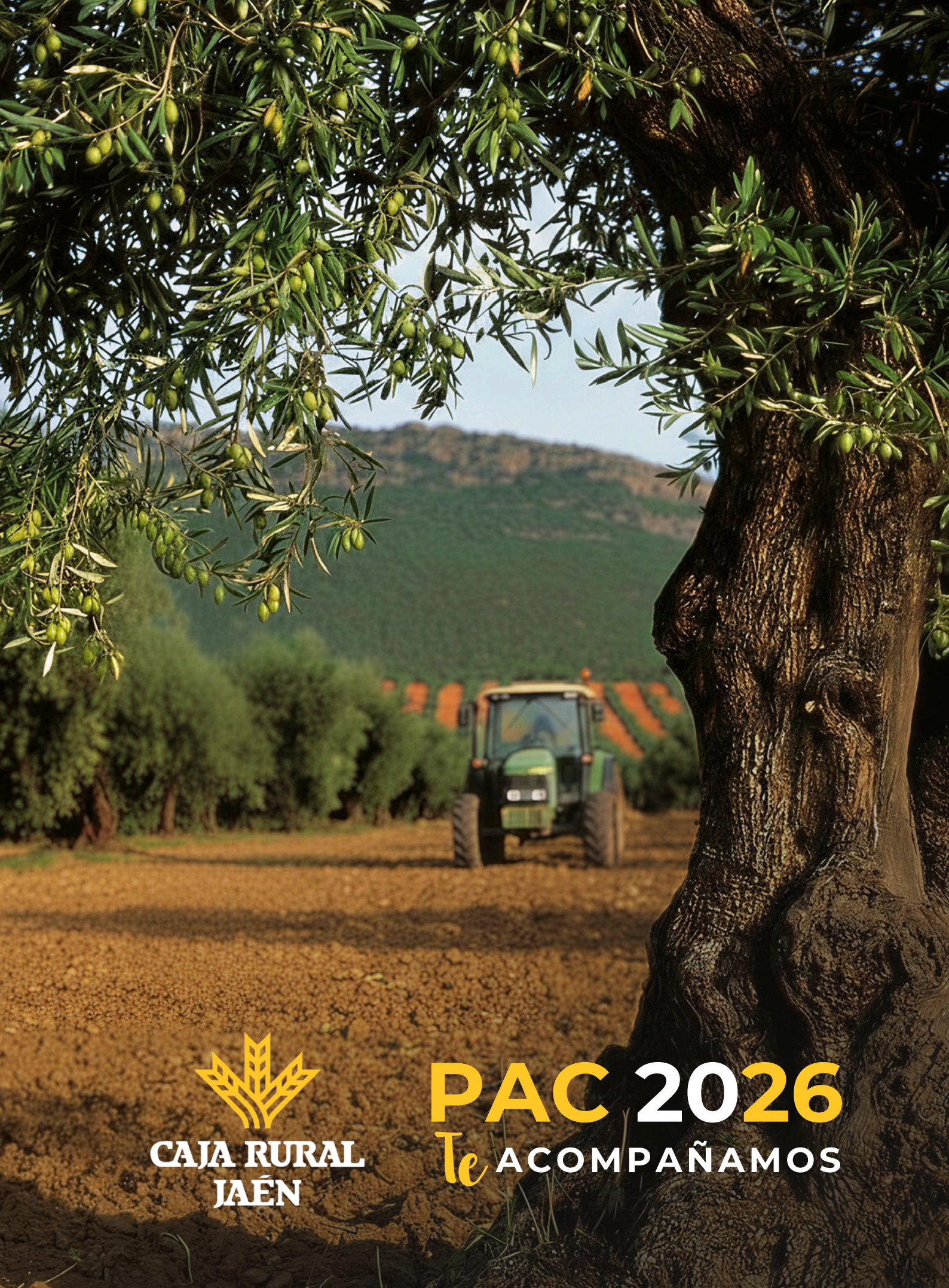
El premio a la Mejor Campaña de Comunicación, otorgado a la Interprofesional del Aceite de Oliva Español por *"El Complemento Perfecto"* de *Aceites de Oliva de España*, fue recogido por su presidente, Pedro Barato. La campaña presenta el aceite de oliva virgen extra como un icono moderno de *lifestyle*, uniendo moda y gastronomía con la cantante Aitana como protagonista junto a un exclusivo bolso diseñado por Palomo Spain en exclusiva para esta acción que persigue atraer al público más joven al mundo del AOVE.

En su intervención, Barato -que comenzó señalando que "yo no vengo aquí a poner las cosas peor de lo que están, sino al contrario"- indicó que la mejor manera de luchar contra los aranceles es "poniendo al sector del aceite de oliva español 22 millones de euros para lanzar una campaña en EEUU". "Las administraciones no nos ayudan mucho, pero tampoco ponen palos en la rueda", añadió. Tras asegurar que "las cosas valen lo que tienen que valer", el presidente de la Interprofesional aseguró que "el del aceite de oliva es un sector que tiene mucho futuro y un recorrido prometedor si hacemos las cosas como tenemos que hacerlas". En relación a la campaña premiada, Barato finalizó afirmando que "estas campañas sirven para mucho y, debemos estar orgullosos, las pagamos nosotros".

La clausura de la Gala -que finalizó con un cóctel maridado con los AOVEs del TOP10- corrió a cargo de Manuel Gómez Galera, secretario general de Agricultura, Ganadería y Alimentación de la Junta de Andalucía, quien se refirió al aceite de oliva virgen extra como "símbolo de nuestra cultura y motor económico y social de Andalucía. No es casualidad que 44 AOVEs del TOP100 sean andaluces. Habla de innovación, sostenibilidad y, sobre todo, del esfuerzo de miles de familias que trabajan en el olivar".

Líder indiscutible a nivel mundial en el sector oleícola, Andalucía cuenta con 1,6 millones de hectáreas y un 15% de la superficie mundial, con un tercio de la producción total de aceite de oliva, recordó Gómez Galera. "El aceite de oliva virgen extra es nuestro oro líquido en la cocina, pero su impacto va mucho más allá de la gastronomía: genera riqueza, fija población y fomenta la creación de empleo en el mundo rural. El AOVE es sinónimo de salud, tradición y futuro, y eventos como este nos recuerdan que la calidad es nuestra mejor carta de presentación", concluyó.

Kubota


CAJA RURAL
JAÉN
PAC 2026
Te ACOMPAÑAMOS

Photocall Gala EVOOLEUM

Así posaron algunos de los asistentes a la Gala EVOOLEUM...

























































Kubota


EVOOLEUM AWARDS
EXTRA VIRGIN OLIVE OILS

La Fundación Patrimonio Comunal Olivarero celebra sus 100 años de historia con un homenaje al sector del aceite de oliva de España



El vicepresidente primero de la FPCO, Pedro Barato; el ministro Luis Planas; el presidente de la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero, Rafael Sánchez de Puerta; y el director gerente de la entidad, Iñaki Benito, en el acto del centenario.

La Fundación Patrimonio Comunal Olivarero (FPCO) conmemoró su centenario con un acto institucional celebrado el pasado 9 de octubre en el histórico Hotel Alfonso XIII de Sevilla, que contó en la inauguración con el presidente de la Fundación, Rafael Sánchez de Puerta, y el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas; mientras que la clausura corrió a cargo del consejero de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, Ramón Fernández-Pacheco, entre otras autoridades y representantes del sector.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

El lugar elegido tuvo un especial simbolismo, ya que fue sede en 1924 del VII Congreso Internacional de Oleicultura, un acontecimiento clave que impulsó la organización del sector olivarero en España y que desembocó, un año más tarde, en la constitución en Madrid de la Asociación Nacional de Olivareros de España, precursora de la actual Fundación.

Desde su creación en 1925, la Fundación destaca que ha desempeñado un papel fundamental en la defensa de los intereses del sector del aceite de oliva y en su consolidación como motor económico, social y cultural de nuestro país.

A lo largo de su trayectoria, esta entidad ha promovido la mejora continua en la producción y comercialización del aceite de oliva, "creando a mediados de los años 40 la que es aún hoy la mayor red mundial de almacenes de aceites de oliva a granel, una infraestructura clave para la gestión de la oferta y la estabilidad del mercado".

Asimismo, la Fundación ha impulsado la divulgación y la investigación, especialmente en el ámbito de la salud, lo que ha permitido -a su juicio- evidenciar científicamente las bondades de los aceites de oliva, contribuyendo de esta manera a reforzar su prestigio internacional.

Durante la inauguración, el presidente de la Fundación, Rafael Sánchez de Puerta, resaltó que "este evento-centenario no sólo sirve para rememorar la historia, sino también para renovar nuestro compromiso con el presente y el futuro del sector del aceite de oliva, que constituye una parte esencial de la identidad de nuestro país".

La directora de Negocio Agroalimentario de Santander, Lorena Ruiz Ponce, señaló que la Fundación es un auténtico referente que, durante un siglo, ha preservado, impulsado y dignificado la historia del aceite de oliva español, "uno de los mayores orgullos de nuestra tierra y una auténtica marca España".

Por su parte, el ministro Luis Planas puso en valor la labor de la Fundación

Kubota



El ministro Luis Planas.



El presidente de la FPCO, Rafael Sánchez de Puerta.



El consejero de Agricultura de Andalucía, Ramón Fernández-Pacheco.



La directora de Negocio Agroalimentario de Santander, Lorena Ruiz Ponce.

Patrimonio Comunal Olivarero a lo largo de sus 100 años, por su apoyo a la investigación, la certificación de calidad, la promoción del consumo y la sostenibilidad del sector.

El evento, que reunió al conjunto del sector del aceite de oliva de España, contó también con la intervención de Manuel Pimentel, exministro de Trabajo, escritor y editor, quien remarcó, en su ponencia magistral, el enorme desarrollo que ha vivido el sector en las últimas décadas, destacando asimismo su potencial futuro.

Reconocimientos a la labor del sector

Durante la celebración de este acto, se entregaron reconocimientos especiales a instituciones y colectivos cuya labor ha sido determinante para el desarrollo y proyección internacional del aceite de oliva. Así, los galardones se concedieron a la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, por su labor en la promoción de los aceites de oliva en el mundo; al Consejo Oleícola Internacional (COI), por el fomento de la internacionalización del producto; al colectivo médico, por su contribución a la investigación en el ámbito de la salud; al colectivo de cocineros de España, por su papel esencial en la divulgación de la versatilidad en los usos del producto; y finalmente a todos los patronos que han formado parte de la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero a lo largo de su historia, por su dedicación y compromiso con el sector.

Además, como parte de las acciones conmemorativas, se proyectó en primicia el cortometraje *"100 años de historia. Patrimonio Olivarero Español"*, una obra audiovisual que refleja la evolución del sector, sus hitos y los desafíos que afronta de cara al futuro.

El acto de clausura corrió a cargo del consejero de Agricultura andaluz, quien se refirió a la labor de la entidad en lo que tiene que ver con la gestión, promoción y defensa del olivar, "una misión compartida por la Junta de Andalucía".

El evento -patrocinado por la Junta de Andalucía, el Banco Santander y la Interprofesional del Aceite de Oliva Español- también contó con la participación artística de la compañía de Antonio Najarro, Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes, cuya actuación puso un broche cultural y emocional a la conmemoración.



Entrevista a Iñaki Benito, director gerente de la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero

"La FPCO ha contribuido a la gestión de stocks gracias a su red de almacenes y a la promoción de la calidad y reputación del aceite español"



¿Qué destacarías del papel que desempeña la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero en el sector del aceite de oliva a lo largo de su trayectoria?
Al cumplir 100 años, la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero ha consolidado su papel como entidad que da soporte y servicio permanente al sector del aceite de oliva en España. A lo largo de su trayectoria, ha contribuido en dos áreas principales: la gestión de stocks gracias a su red de almacenes, fundamental para lograr un mayor equilibrio del mercado; y la promoción de la calidad y reputación del aceite español. El centenario ha sido una oportunidad para reconocer este trabajo y mirar hacia los retos futuros.

¿Quién integra la FPCO en la actualidad?
El Patronato de la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero está compuesto por representantes de la administración pública, con especial peso entre ellos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, así como representantes de las principales asociaciones sectoriales. Productores, transformadores, comercializadores y exportadores forman parte de este foro único. Además, contamos con dos patronos independientes, que, con su experiencia y visión, nos complementan perfectamente.

Investigación, digitalización, sostenibilidad, innovación, eficiencia... ¿Cómo se está adaptando la FPCO a los nuevos tiempos y cómo está ayudando al sector en estos ámbitos?
La Fundación viene asumiendo desde hace años un rol estratégico en investigación, especialmente en lo que ataña al ámbito de la salud. Entre los proyectos impulsados destacan iniciativas como PREDIMED y CORDIOPREV, y el prometedor PREDIMED PLUS, que han permitido posicionar el aceite de oliva en el mundo como un alimento claramente vinculado con la salud y el bienestar.

Al mismo tiempo, hemos incorporado la digitalización en la gestión de nuestras relaciones comerciales. También destacaría el carácter innovador que hemos impreso a nuestra oleoteca y museo del aceite, disponiendo de herramientas que permiten al cliente final disfrutar de una experiencia más completa.

Respecto a los centros de almacenamiento de aceite de oliva. ¿Qué novedades se han introducido en la red de almacenamiento para adaptarse a las demandas de los operadores del sector?
En los últimos años, y aprovechando que la actividad de almacenamiento ha sido significativamente baja, hemos puesto el foco en el mantenimiento y adecuación integral de nuestra red de centros, incluyendo tareas como la demolición de infraestructuras obsoletas, desmantelamiento y venta de depósitos no operativos, así como la renovación de oficinas en distintos centros. También hemos avanzado en eficiencia energética, con la instalación de placas solares y mejoras en la red de alumbrado. Asimismo, hemos desarrollado un *software* específico para optimizar la gestión logística y ofrecer un servicio más ágil y profesional a nuestros clientes.

En estos últimos años la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero ha impulsado un proyecto de certificación de la calidad de los aceites de oliva. ¿Ya está en marcha dicha certificación y qué persigue?
El proyecto ha sido impulsado desde hace unos años por la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero, no obstante, y tras haber sido fruto de una profunda reflexión, se ha considerado adecuado que sea la Interprofesional del Aceite de Oliva Español la que lo desarrolle, adaptándolo de la manera más adecuada para garantizar que la herramienta se convierta en un distintivo de excelencia para el producto.

Se ha llegado a un acuerdo de consenso entre los distintos actores del sector para impulsar un sistema de autocontrol común. Sin duda, supone un gran hito.

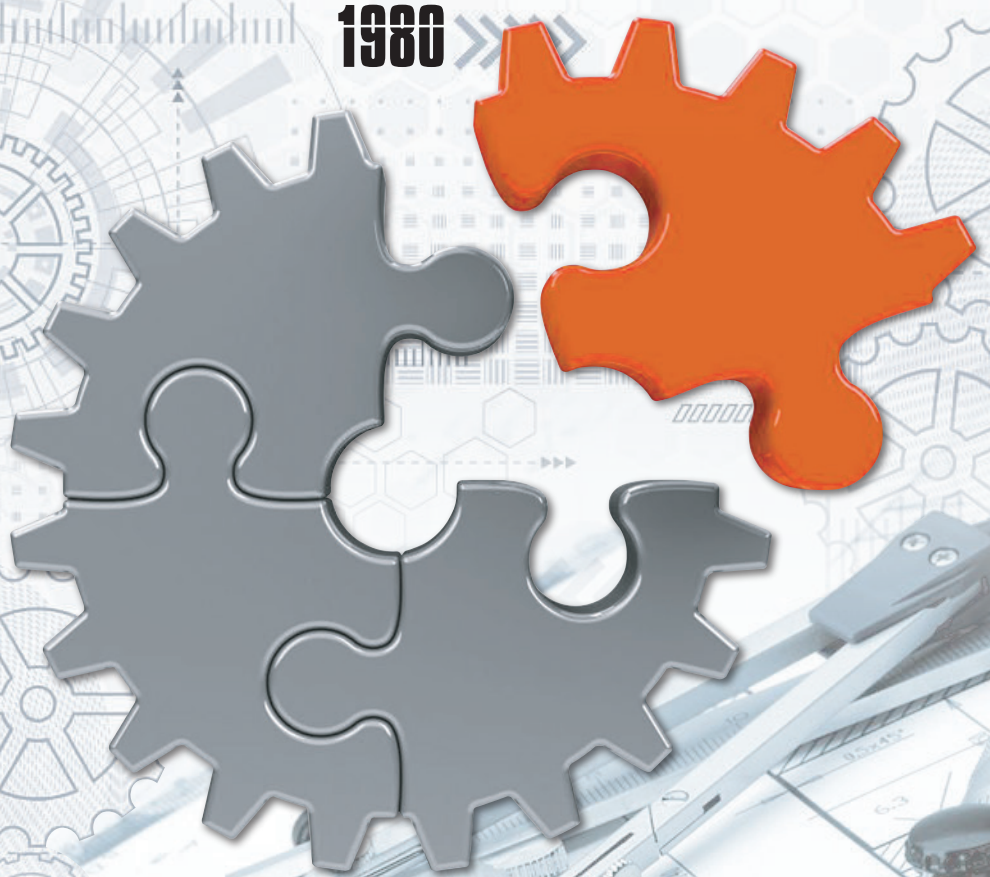
La Fundación Patrimonio Comunal Olivarero también llevó a cabo la renovación de La Comunal. ¿Qué destacarías de los visitantes que acuden a la tienda? ¿Qué demandan? ¿Qué actividades lleváis a cabo en la misma?
En La Comunal los visitantes buscan conocer y probar aceites de calidad. Ofrecemos degustaciones y talleres que acercan al público al mundo del aceite de oliva. En los últimos cuatro años, la facturación de la tienda se ha multiplicado por tres y nuestro *e-commerce* ya representa el 20% de las ventas, lo que refleja el interés creciente y la buena acogida de nuestros productos.

Además, La Comunal llegó a un acuerdo con la *app* Glovo por el cual las más de 80 marcas de aceites de oliva vírgenes extra presentes en la tienda pasan a estar a disposición de los miles de clientes de la aplicación. ¿Qué acogida ha tenido la incorporación de La Comunal en esta aplicación? ¿Tenéis previsto más acuerdos con otras plataformas?
La acogida ha sido muy positiva, ya que los consumidores valoran poder acceder a productos de alta calidad desde la comodidad de su hogar. Estamos abiertos a explorar acuerdos con otras plataformas para ampliar la disponibilidad de nuestros aceites y acercarlos a un público más amplio, siempre manteniendo nuestro compromiso con la calidad.

Kubota

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 Fiesta del Primer Aceite de García de la Cruz cumple 10 años



Aceites García de la Cruz celebró los pasados 10 y 11 de octubre de 2025 la X edición de su tradicional Fiesta del Primer Aceite, un encuentro internacional que reunió a expertos del ámbito sanitario, gastronómico y de la comunicación digital para analizar el papel del etiquetado del aceite de oliva virgen extra, la falta de conocimiento del consumidor sobre la categoría y la importancia de comunicar adecuadamente los beneficios de este producto.

El evento contó con la presencia del Vicepresidente Primero de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, José Luis Martínez Guijarro; la Directora General de Producción Agroalimentaria y Cooperativas, María Elena Escobar Sánchez; y la Delegada Provincial de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural en Toledo, Elena Martín Bravo, quienes pusieron de manifiesto la importancia de este cultivo no sólo para la región, sino también para el país. Por otro lado, los asistentes pudieron disfrutar de un interesante debate entre Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei, y Eusebio García de la Cruz, CEO de Aceites García de la Cruz, quienes debatieron sobre la actual campaña de recolección en España y las previsiones de cosecha mundial. Este debate fue moderado por Jorge Jaramillo, periodista agroalimentario en CMM Media.

Además, durante todo el fin de semana se celebraron varias mesas redondas dedicadas a la producción, la salud y la nutrición, la cocina y la comunicación digital. En ellas participaron reconocidos profesionales -tanto nacionales como internacionales- que analizaron el estado actual del sector y los principales desafíos en torno a la comunicación del AOVE. El objetivo fue claro: debatir abiertamente sobre los retos que afronta el sector y encontrar nuevas formas de transmitir al consumidor los beneficios y el valor del aceite de oliva virgen extra dentro de un estilo de vida saludable.

La primera mesa redonda, moderada por Herminia Millán, gerente de QvExtra! Internacional y CEO de OFADE Consulting, se centró en el ámbito de la salud y contó con la presencia de destacados profesionales procedentes de España y EEUU, tales como el Dr. Antonio Escribano, endocrinólogo y especialista en nutrición; la Dra. Sabrina Falquier, doctora y nutricionista; Dña. Rosemary Trout, profesora clínica asociada en la Universidad de Drexler; Dra. Rachelle Bross, nutricionista y productora californiana de AOVE; y Tassos. C. Kyriakides, profesor de Bioestadística en la Universidad de Yale. En esta primera mesa se pusieron en valor las propiedades saludables del aceite de oliva a través de la evidencia científica, esto es, se des-

Kubota



Eusebio García de la Cruz, CEO de Aceites García de la Cruz (izqda.) y Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei (dcha.), protagonizaron un interesante debate sobre la actual campaña oleícola conducido por el periodista agroalimentario Jorge Jaramillo (centro).

tacaron múltiples estudios clínicos ya finalizados que han demostrado que el zumo de aceituna tiene importantes propiedades antioxidantes y antiinflamatorias que actúan positiva y directamente sobre multitud de patologías, ya que los componentes del AOVE (polifenoles, ácido oleico…) previenen el estrés oxidativo y la inflamación.

También se abordó el concepto de medicina culinaria que, si bien no sustituye a la medicina tradicional, se presenta como una herramienta clave en la prevención de enfermedades crónicas muy presentes en la sociedad actual, especialmente en EEUU, donde seis de cada diez personas padecen patologías como enfermedades cardiovasculares o diabetes tipo 2. En este contexto, la incorporación de grasas saludables tales como el aceite de oliva puede favorecer cambios significativos en la salud pública.

[El objetivo de las diferentes mesas redondas fue debatir abiertamente sobre los retos que afronta el sector y encontrar nuevas formas de transmitir al consumidor los beneficios y el valor del AOVE dentro de un estilo de vida saludable]

DE BUJALANCE
CALDERERÍA INOX

FABRICACIÓN DE DEPÓSITOS PARA ALMACENAMIENTO





De Bujalance, S.L. Calderería Inox

Teléfono: 957 170 529
Comercial: 666 412 462

Fábrica
Pol. Ind. Dehesa de la Cigüeña, Parc. 10
14420 Villafranca de Córdoba (Córdoba)

Almacenes
Pol. Ind. Pasada Honda, Parc. 1
14650 Bujalance (Córdoba)

info@debujalance.es
www.debujalance.es





La mesa redonda sobre AOVE y salud fue moderada por Herminia Millán, gerente de QvExtra! Internacional.

Productores y chefs

A continuación se dio paso a la mesa dedicada a la producción, que reunió a representantes de los principales países productores de aceite de oliva -España, Túnez, Turquía, Marruecos, Portugal, California y Argentina-. Cada uno expuso sus previsiones para la campaña 2025/26 y compartió su visión sobre la evolución del mercado del AOVE.

Otra de las mesas redondas, moderada por Joseph Profaci, Director Ejecutivo de la Asociación Norteamericana del Aceite de Oliva (NAOOA), centró su atención en el papel de los chefs como divulgadores de las bondades del virgen extra. En ella se dieron cita conocidos chefs españoles y americanos que contaron su experiencia en el uso del AOVE y cómo, utilizándolo de forma correcta, se le puede sacar partido a cualquier plato: Firo Vázquez, chef, catador y educador culinario; Chef Dorian, ganadora de MasterChef USA (temporada 10); y Lorenzo Beronilla, chef, *influencer* y actor. Así, se abordó la importancia del AOVE en la cocina desde distintos enfoques: su uso en frituras, su capacidad para revalorizar las sobras culinarias o *left over,* pequeños trucos para introducirlo de forma natural en la dieta americana o la confusión que genera el etiquetado entre los consumidores, debido a la falta de claridad acerca de las diferentes categorías.

Los ponentes destacaron también la escasa familiaridad del consumidor estadounidense con el AOVE, tanto en su aplicación culinaria como en lo que se refiere a sus beneficios para la salud. Además, identificaron a restaurantes y cadenas de comida rápida como espacios clave para influir en los hábitos alimentarios de la población, lo que convierte estos entornos en canales estratégicos para promover el uso del aceite de oliva en la dieta americana. La sesión concluyó subrayando que el AOVE debe concebirse como un producto esencial -no de lujo-, capaz de aportar sabor, tradición, salud y sostenibilidad, y que una comunicación adecuada puede contribuir a modificar significativamente los hábitos de consumo en EEUU.





El papel de los chefs como divulgadores de las bondades del virgen extra constituyó el eje de otra mesa redonda moderada por Joseph Profaci, Director Ejecutivo de la Asociación Norteamericana del Aceite de Oliva (NAOOA).

Finalmente, la última mesa redonda se enfocó en los retos de comunicación que afronta el sector. Moderada por Kathy Coupcut, comunicadora estadounidense especializada en televisión, contó con la participación de Ángela Camacho, creadora de contenido sobre estilo de vida y cultura; Ethan Scott, creador digital especializado en cocina; y Emily Duncan, creadora de contenido y narradora digital. El debate giró en torno a la necesidad de ofrecer información veraz y ética en un entorno saturado de contenidos donde abundan los mensajes sesgados. Se abordó la importancia de introducir el AOVE en el estilo de vida americano a través de plataformas digitales y el peso creciente de la Generación Z en los patrones de consumo.

A lo largo de la sesión se destacó el papel de los creadores de contenido como agentes clave en la educación del público, dada su capacidad de influencia, y se insistió en la importancia de respaldar sus mensajes con evidencias científicas para garantizar una comunicación responsable y rigurosa.

Conclusiones

Entre las conclusiones generales, los expertos coincidieron en que la categoría del aceite de oliva continúa sin estar bien definida ni comunicada, lo que

Kubota





La última mesa redonda se ocupó de los importantes retos de comunicación que afronta el sector del aceite de oliva.

genera confusión en el consumidor y limita su desarrollo. Incluso en España persiste un conocimiento insuficiente sobre el producto. Además, señalaron la necesidad de evidencias científicas sólidas y mensajes claros. Según apuntaron, la palabra "virgen" provoca confusión al no tener un equivalente en alimentación, por lo que se propusieron alternativas más comprensibles como *RAW*, *100% Olive Juice*, *Just Olive Juice* o *No Refinado*. Otra conclusión relevante fue la necesidad de conectar con todas las audiencias, especialmente con la Generación Z. Por último, se destacó la importancia de proporcionar información al consumidor sobre el producto previa al lineal.

El evento concluyó con la presentación de la nueva Cosecha Temprana 2025, símbolo del compromiso de Aceites García de la Cruz con la calidad, la sostenibilidad y la divulgación de las propiedades saludables del aceite de oliva virgen extra.

Soluciones de **maquinaria a medida** para líneas de llenado, taponado, etiquetado, encajado y enfardado.

Tecnología propia y equipos multiformato

Adaptados a cualquier producción y formato.

Olmos
EQUIPOS DE ENVASADO
FUNDADA EN 1957



Optimiza tu proceso.
Mejora tu rendimiento.
Crece con Olmos.



Tel. 937 144 945 www.olmosmaquinaria.com

Anna Canal, directora de Alimentaria

"Alimentaria ofrece a los productores y envasadores de aceite de oliva una plataforma única para crecer, internacionalizarse y posicionar su producto"



Anna Canal comenzó su carrera en Alimentaria Exhibitions en 2004, participando, entre otros proyectos, en Alimentaria México, Alimentaria FoodTech y en diversas ediciones de Alimentaria Barcelona. Licenciada en Empresas y Actividades Turísticas por la Universitat de Girona y diplomada en Dirección Económica y Financiera por ESADE, asume en la edición de su 50º aniversario la dirección de Alimentaria, que tendrá lugar del 23 al 26 de marzo en el recinto Gran Vía de Fira Barcelona. En esta entrevista con *Mercacei Magazine*, Canal desvela las previsiones del salón y detalla las características de áreas consolidadas como The Olive Oil Bar, además de novedades de la próxima edición de Alimentaria, entre ellas el *Village AOVEs*, un espacio para pequeños y medianos productores y envasadores del zumo de aceituna.

Alimentaria celebra una edición clave, la de su 50º aniversario. ¿Cómo ha evolucionado la feria desde su creación?

Alimentaria ha evolucionado de la mano del sector. Nació en 1976 en un contexto muy distinto al actual, cuando la gran distribución concentraba la mayor parte de la actividad comercial. En estos 50 años, la feria ha sabido adaptarse a una industria en constante transformación, ampliando su alcance, profesionalizando su propuesta y anticipándose a las necesidades del mercado. Hoy es la plataforma de alimentación, bebidas y gastronomía líder en España y uno de los principales referentes internacionales para el sector.

Las sinergias entre Alimentaria + Hostelco han permitido crear uno de los mayores puntos de encuentro internacionales para la industria de la hostelería, consiguiendo así dar respuesta a todas las necesidades del sector Horeca con la oferta más completa y transversal. Este posicionamiento diferencial único se traduce en un evento de mayor internacionalización e innovación que permite a las empresas expositoras la generación de nuevas y mejores oportunidades de negocio y de expansión internacional, con una decidida apuesta por fomentar las sinergias entre los sectores retail, Horeca y *foodservice*.

> "Los profesionales del aceite de oliva encontrarán en Alimentaria un entorno altamente especializado, orientado al negocio, la internacionalización y el posicionamiento de valor"

¿Qué previsiones maneja la organización en relación con el nivel de ocupación y cifra de empresas expositoras?

Las previsiones para esta edición son muy positivas. Esperamos contar con alrededor de 3.300 empresas expositoras, de las cuales cerca del 30% serán internacionales, y alcanzar una ocupación superior a los 100.000 metros cuadrados netos, prácticamente la totalidad del recinto Gran Via de Fira de Barcelona. En cuanto a visitantes, prevemos recibir más de 110.000 profesionales, con un 25% de procedencia internacional, lo que refuerza el carácter global de Alimentaria.

¿Qué principales novedades subrayaría de esta edición?

Esta edición destaca por su fuerte apuesta por la internacionalización, la innovación y la conexión entre sectores. Alimentaria refuerza su papel como punto de encuentro estratégico de toda la industria, con nuevos espa-

Kubota

["El *Village AOVEs* está concebido como un espacio específico para pequeños y medianos productores y envasadores de aceite de oliva virgen extra que buscan visibilidad y proyección internacional"]

cios de contenido, áreas de innovación como The Alimentaria Hub y The Horeca Hub, que ofrecen a fabricantes, distribuidores, operadores y decisores del canal Horeca información accionable, tendencias globales y espacios de reflexión estratégica que les permitan anticiparse al mercado.

En The Horeca Hub cabe destacar el congreso Imagine Foodservice Europe, donde expertos internacionales abordarán los retos y tendencias que transformarán el sector Horeca y la restauración europea, así como The Shift, donde las ideas, las tendencias y los líderes del sector se reunirán para leer el presente y anticipar el futuro, abriendo nuevas oportunidades para los negocios, los profesionales y las marcas que dan forma a esta industria.

Además, el 50º aniversario nos permite poner en valor la trayectoria del salón y, al mismo tiempo, proyectarlo hacia el futuro con propuestas alineadas con los grandes retos del sector.

La oferta de Alimentaria volverá a estructurarse en diversos sectores clave. ¿Cuáles serán estos espacios y qué empresas acogerá cada uno de ellos?
Alimentaria se articula en distintos salones especializados que permiten dar respuesta a las necesidades específicas de cada sector y facilitar así la visita a los compradores: Intercarn, Interlact, Expoconser, Grocery Foods, Coffee, Bakery & Pastry, Organic Foods, Fine Foods, Snacks, Biscuits & Confectionery, Restaurama, Alimentaria Trends, Organics Foods y Fine Foods. Cada uno de estos espacios acoge empresas líderes y productores especializados, combinando una visión sectorial con un enfoque global.

Por su parte, Lands of Spain e International Pavilions pondrán en valor la riqueza gastronómica y de la industria de la alimentación y bebidas de toda España y del mundo entero, teniendo una inmejorable oportunidad de dar a conocer e introducir en nuevos mercados sus productos, o bien consolidar o incrementar su presencia en estos.

¿Qué pueden encontrar en Alimentaria los profesionales del sector del aceite de oliva que acudan a la feria?
Los profesionales del aceite de oliva encontrarán en Alimentaria un entorno altamente especializado, orientado al negocio, la internacionalización y el posicionamiento de valor. La feria ofrece visibilidad ante compradores nacionales e internacionales, espacios de cata y divulgación, así



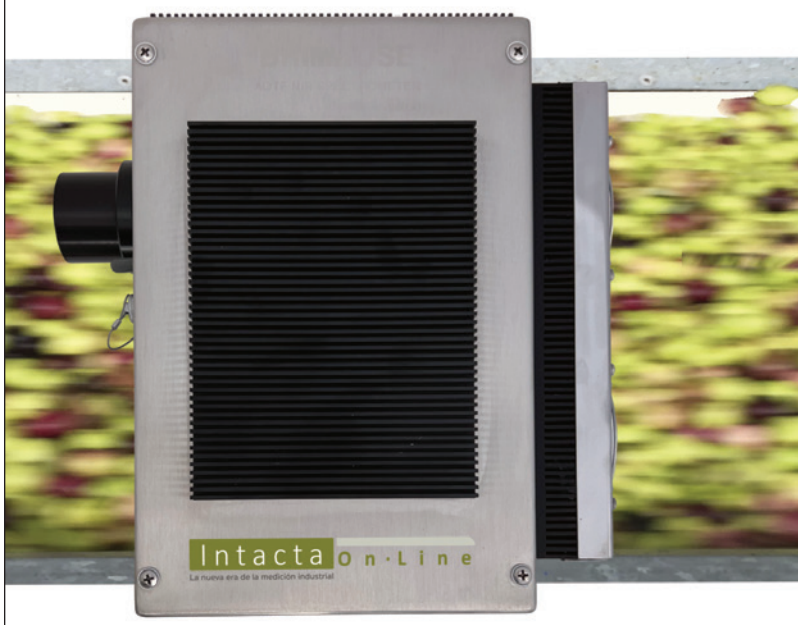
Intacta On·Line
La nueva era de la medición industrial

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)

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





The Olive Oil Bar albergará más de 100 aceites de oliva vírgenes extra estructurados en tres zonas de exposición.





como oportunidades de *networking* con distribuidores, importadores y operadores del canal Horeca y retail.

The Olive Oil Bar es uno de los espacios estrella del salón. ¿Dónde se ubicará y qué zonas de exposición albergará?
The Olive Oil Bar se ubicará este año en el pabellón 5, junto a The Alimentaria Hub, el centro neurálgico de la feria, un gran espacio lleno de congresos, seminarios, conferencias, entregas de premios y presentaciones de productos y de estudios para la industria, la distribución y el retail. Al igual que en ediciones previas, actuará como punto de referencia para la promoción de este producto a través de la degustación autoguiada con la ayuda de fichas descriptivas para descubrir algunos de los mejores aceites de oliva vírgenes extra. El espacio reunirá más de 100 aceites de oliva vírgenes extra, estructurados en tres zonas de exposición, según las características de los aceites: AOVE de Producción Convencional, AOVE de Producción Ecológica (con sello oficial de Agricultura Ecológica de la Unión Europea) y AOVE de Especialidades.

En la próxima edición, como novedad y junto a The Olive Oil Bar, Alimentaria pondrá en marcha el *Village AOVEs*. ¿Quién podrá participar en este área y en qué consiste?
El *Village AOVEs* está concebido como un espacio específico para pequeños y medianos productores y envasadores de aceite de oliva virgen extra que buscan visibilidad y proyección internacional. Se trata de un formato accesible y especializado que permite a estas empresas presentar sus productos, participar en actividades de promoción y conectar con compradores en un entorno profesional y altamente cualificado.

¿Qué herramientas ofrece Alimentaria para que las empresas oleícolas impulsen su internacionalización y fomenten los contactos comerciales con los importadores y distribuidores de otros países?
Alimentaria pone a disposición, tanto del sector oleícola como de la totalidad de sus expositores, el programa Hosted Buyers, que pretende asegurar la presencia de profesionales internacionales de alto nivel procedentes de mercados estratégicos. Más de 1.500 compradores internacionales procedentes de 85 países son seleccionados por la organización e invitados a formar parte de este programa. Además, los numerosos *roadshows* internacionales que realizamos permiten atraer una demanda alineada con la oferta, favoreciendo contactos comerciales de alto valor.

¿Qué aporta Alimentaria a los productores y envasadores de aceite de oliva? ¿Por qué deben tener presencia en la feria?
Alimentaria ofrece a los productores y envasadores de aceite de oliva una plataforma única para crecer, internacionalizarse y posicionar su producto en un mercado cada vez más competitivo. Alimentaria permite a los productores de aceite acceder a nuevos mercados, reforzar su imagen de marca, detectar tendencias y conectar directamente con compradores, distribuidores y prescriptores procedentes de los cinco continentes. Participar en Alimentaria es, sin duda, formar parte del principal punto de encuentro de la industria alimentaria y aprovechar una oportunidad real de negocio y proyección internacional.

Kubota

MANZANO
Flottweg





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

Fitur acoge la entrega de los distintivos "Jaén Selección 2026"





La Diputación de Jaén hizo entrega el pasado 23 de enero de los distintivos "Jaén Selección 2026" a los ocho mejores aceites de oliva vírgenes extra de esta campaña. En este acto, celebrado en el marco de la Feria Internacional de Turismo, Fitur, el presidente de la Administración provincial, Paco Reyes, incidió en que estos AOVEs "son la mejor carta de presentación que puede tener nuestra provincia en el mundo".

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

El presidente de la Diputación, que estuvo acompañado por el diputado de Promoción y Turismo, Francisco Javier Lozano, insistió en que el aceite de oliva "es nuestro producto estrella, del que estamos más orgullosos y con el que nos sentimos más identificados, es el hilo conductor de nuestra cultura, fija a la población en nuestros pueblos y tiene un peso importante en nuestra economía". Al respecto, Reyes enfatizó que "con el sector oleícola nos ha pasado como en tantos otros aspectos en nuestra provincia, hemos dejado atrás el lamento y hemos creído en nuestro talento, virtudes y en nuestro potencial".

Para ello, a su juicio, "ha sido fundamental cambiar nuestra mentalidad y el mejor ejemplo son los aceites de oliva vírgenes extra que reconocemos hoy": los seis convencionales, *Oro Bailén*, de Aceites Oro Bailén Galgón 99, de Villanueva de la Reina; *Campos de Biatia*, de la SCA Oleícola Baeza; *Jabalcuz Gran Selección*, de la SCA Sierra de la Pandera, de Los Villares; *Oro de Cánava*, de la SCA Nuestra Señora de los Remedios, de Jimena; *Tierras de Canena*, de la SCA San Marcos, de Canena; *Aceites Sierra Santo Tomé*, de la SCA Santo Tomás Apóstol, de Santo Tomé; y los dos ecológicos, *Balcón del Guadalquivir*, de la SCA San Felipe Apóstol, de Baeza; y *Puerta de Las Villas*, de la SCA San Vicente de Mogón, de Villacarrillo, cuyos responsables recogieron este distintivo en el estand de la provincia de Jaén en Fitur 2026.

Para el presidente de la Diputación, la trayectoria de estos premios ha estado ligada a la evolución de la industria oleícola en las últimas décadas. "Ahora que se cumplen 20 años de aquella primera cata-concurso para elegir los Jaén Selección, podemos ver objetivamente el espectacular avance que ha experimentado este sector en nuestra provincia", apuntó Reyes, quien se mostró satisfecho de que "la apuesta que se ha hecho por la calidad, la modernización, la comercialización, la innovación o el diseño se ha traducido en una transformación radical que nos ha llevado a ser no solo los principales productores de aceite de oliva del mundo, sino los que producimos el aceite de oliva de la mayor calidad".

"Obtener un Jaén Selección no sé si es tanto como ganar un Goya o un Óscar, pero desde luego es una llave promocional muy importante para quienes recibís esta distinción", según Reyes. De hecho, los ocho AOVEs que cuentan con este sello de calidad, de los cuales siete son cooperativas y una almazara, "van a estar en las principales citas y eventos turísticos y gastronómicos a nivel mun-

Kubota

Representantes de los AOVEs "Jaén Selección 2026"

















dial a lo largo de todo este año de la mano de la Diputación". En concreto, estos vírgenes extra comenzaron en Fitur un viaje que los llevará a citas tan destacadas como Madrid Fusión, el Salón de Gourmets, Alimentaria, la World Olive Oil Exhibition (WOOE), la Gala Michelin o The World's 50 Best Restaurants.

"Durante este año vais a ser la cara visible del mejor aceite de oliva del mundo: son muchos los aceites de oliva que podrían estar hoy aquí, porque se han presentado al concurso un total de 62 de 35 municipios, pero sois los elegidos este año y estoy seguro de que aprovecharéis la oportunidad que se os abre", concluyó Reyes.

Cata-concurso

Cabe recordar que la cata-concurso para elegir estos ocho AOVEs que lucen el distintivo "Jaén Selección 2026" tuvo lugar el pasado mes de diciembre en el Cortijo Gil de Olid, ubicado en la población baezana de Puente del Obispo. La selección de estos aceites de oliva vírgenes extra se llevó a cabo a través de una cata a ciegas por parte de un panel de cata liderado por Brígida Jiménez, directora del IFAPA de Cabra (Córdoba), e integrado por cerca de una decena de profesionales procedentes de distintos puntos de España y también de Portugal. Estos AOVEs fueron seleccionados entre los 62 que se presentaron a esta cata-concurso -una cifra que supera en siete la cantidad del año precedente-, de los que 45 fueron de producción convencional y el resto -un total de 17- de producción ecológica. Asimismo, la mayor parte de ellos (58) correspondieron a la variedad picual y un total de 53 empresas, procedentes de 35 municipios jiennenses distribuidos por todo el territorio provincial, presentaron AOVEs a esta cata. Según Reyes, "esta cifra nos indica que la apuesta por la calidad no es algo que se ha extendido en una comarca jiennense o en un municipio concreto, sino que se ha expandido como una mancha de aceite por todo el territorio provincial".

Kubota

Grupo Editorial Mercacei recibe un reconocimiento de la DOP Aceite del Bajo Aragón


El CEO de Grupo Editorial Mercacei, Juan A. Peñamil.

Grupo Editorial Mercacei recibió el pasado 3 de octubre en el Hotel Ciudad de Alcañiz (Teruel) uno de los reconocimientos que el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Aceite del Bajo Aragón entregó en el marco del acto conmemorativo de su 25º aniversario.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

El evento sirvió para conmemorar la trayectoria de un cuarto de siglo de la DOP Aceite del Bajo Aragón y reconocer a personas y entidades destacadas que han contribuido al prestigio y la excelencia de su aceite.

Y es que en este acto no faltaron los aplausos hacia las empresas y cooperativas inscritas en la entidad, las cuales recibieron un reconocimiento por su labor durante todos estos años, augurando un gran futuro para todas ellas. La distinción se trataba de un olivo en miniatura con las ramas blanquecinas y brillantes, junto a una placa identificativa.

Asimismo, el CEO de Grupo Editorial Mercacei, Juan A. Peñamil, fue el encargado de recoger un premio como agradecimiento a su apoyo a la DOP Aceite del Bajo Aragón.

La entidad también entregó sendos reconocimientos a Caja Rural de Teruel y Pieralisi España.

Durante el acto, el alcalde de Alcañiz, Miguel Ángel Estevan, manifestó su orgullo por el trabajo de los agricultores y felicitó a todas las almazaras, productores y agricultores de esta DOP "por elaborar el mejor aceite del mundo".

El presidente de la DOP Aceite del Bajo Aragón, Alfredo Caldú, resaltó que los objetivos de la entidad siguen siendo los mismos que cuando comenzaron. "Nos falta mucho recorrido. Nosotros seguiremos trabajando en la misma línea, haciendo las cosas bien y demostrando ese buen hacer", aseguró.


En el evento se reconoció a personas y entidades destacadas que han contribuido a la excelencia del AOVE amparado bajo la DOP.

A su vez, el Departamento de Agricultura, Ganadería y Alimentación del Gobierno de Aragón resaltó la relevancia del aceite como símbolo de cultura, tradición y excelencia, subrayando que esta DOP no sólo representa la calidad de un producto agroalimentario, sino también el trabajo de generaciones de agricultores de los 77 municipios y 28 empresas que abarcan su producción y cuidan miles de hectáreas de olivos en toda la zona. Además, hizo hincapié en

Kubota



El presidente de la DOP Aceite del Bajo Aragón, Alfredo Caldú.

la innovación y sostenibilidad del sector del aceite, insistiendo en la necesidad de crear procesos más eficientes y estrategias de comercialización que sitúen al Aceite del Bajo Aragón a la vanguardia del mercado 4.0.

La directora general de Innovación y Promoción Agroalimentaria del Gobierno de Aragón, Amparo Cuéllar, indicó que "esta efeméride nos permite mirar hacia atrás con orgullo y hacia el futuro con ilusión, consolidando al Aceite del Bajo Aragón como un referente de excelencia, tradición y apoyo a los agricultores, con un reconocimiento tanto nacional como internacional".

La gala conmemorativa sirvió también para dar a conocer el convenio de colaboración firmado entre el Gobierno de Aragón y el Consejo Regulador de la DOP Aceite del Bajo Aragón, destinado a "mantener y apoyar el Panel de Cata de Aceite de Oliva Virgen de Aragón". Este panel se presenta como "clave para garantizar la calidad de los aceites, asegurar la certificación ENAC y reforzar la promoción del aceite del Bajo Aragón".

El convenio financiará actividades como la selección y organización de catadores, preparación de sesiones de cata, codificación y gestión de muestras, análisis estadístico, informes de calidad y pruebas comparativas.

Asimismo, el acto contó con la presencia y participación de la actriz aragonesa Sara Vidorreta, quien ha pasado largas temporadas en la zona de producción del aceite del Bajo Aragón y tiene un profundo vínculo con el territorio especialmente con Samper de Calanda.

Igualmente, actuó la artista de Alcorisa Isabel Marco con la interpretación de varias piezas musicales de su repertorio.



El AOVE Forum Internacional celebra su edición más mediterránea



La Cooperativa Agrícola Católica de Cocentaina y el Ayuntamiento de Cocentaina, a través de la Fira de Tots Sants, organizaron una nueva edición del "AOVE Forum Internacional Fira de Tots Sants", que se celebró del 28 al 30 de enero y que contó con una programación que refuerza el papel del aceite de oliva virgen extra como motor económico, cultural y territorial. En el marco de esta sexta edición, Grupo Editorial Mercacei recibió el Premio Embajador del AOVE.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

La sexta edición del AOVE Forum Internacional Fira de Tots Sants arrancó el 28 de enero con una jornada inaugural de marcado carácter internacional que, de forma excepcional, tuvo lugar por la mañana en la sede de Casa Mediterráneo, en Alicante, y que se trasladó por la tarde a Cocentaina, sede habitual del certamen.

Esta apertura en Alicante responde a la reciente colaboración entre el AOVE Forum Internacional y el consorcio público de diplomacia Casa Mediterráneo, que ha permitido situar el aceite de oliva virgen extra como eje de diálogo, cooperación y cultura compartida entre los países de la Cuenca del Mediterráneo.

Los actos de la mañana incluyeron la apertura institucional del AOVE Forum, la presentación internacional de los aceites candidatos al VI Concurso Internacional de AOVE, una cata magistral de aceites de



Jornada inaugural.

países mediterráneos y un *showcooking* a cargo del chef Rubén Fenollar, en el que la gastronomía actuó como lenguaje común y herramienta de diplomacia cultural.

Por la tarde, el AOVE Forum se trasladó a Cocentaina con el acto oficial de inauguración en el Centre Cultural El Teular, donde se abrió el Túnel del Aceite, coordinado por

Kubota



El programa incluyó diversas ponencias especializadas y mesas redondas.



Túnel del Aceite.



Mª Luisa Ruiz Domínguez, jefa del Panel Oficial de Cata de la Comunidad Valenciana.





Mª Luisa Ruiz Domínguez, jefa del Panel Oficial de Cata de la Comunidad Valenciana. En este espacio estuvieron representados todos los aceites nacionales e internacionales participantes en el concurso, junto a una sección de aceites destacados no participantes. La jornada culminó con la conferencia inaugural *"Desafíos Cooperativos del Siglo XXI"*, a cargo de María Pilar Alguacil Marí, directora de la Cátedra de Cooperativas Agro-alimentarias de la Universitat de València.

Tras esta doble jornada inaugural, el AOVE Forum Internacional Fira de Tots Sants continuó el 29 de enero con varias conferencias sobre los retos y soluciones para producir AOVE de excelencia en escenarios climáticos cambiantes; el potencial y las oportunidades del mercado de carbono para los productores; la agricultura regenerativa; la internacionalización del sector oleícola; cómo producir un AOVE de calidad y actualización de las almazaras; el legado del olivar tradicional y su favorecimiento en el mantenimiento y desarrollo de la población rural; y soluciones avanzadas de monitorización agrícola. También tuvieron lugar dos mesas redondas sobre oleoturismo y acerca de cómo posicionar un AOVE Premium en mercados internacionales de alto valor.

En paralelo

Uno de los ejes centrales de esta edición fue el Curso de Maestro Almazarero, una formación técnica intensiva dirigida a profesionales del sector oleícola que tuvo lugar el 29 de enero, de 9:00 a 20:30 horas, en El Teular. A lo largo de la jornada, organizada por la Asociación Española de Maestros y Operarios de Almazara (AEMODA) e impartida por el elaiólogo Miguel Abad, se abordaron los procesos clave de elaboración del AOVE, el control de calidad, la gestión de almazaras y los principales retos a los que se enfrenta actualmente el sector, consolidando este curso como una de las propuestas formativas más especializadas del AOVE Forum.

De forma paralela, el certamen reforzó su compromiso con la igualdad y la visibilización del papel de la mujer en el sector a través del bloque *"AOVE en femenino"*, que se desarrolló también el 29 de enero en El Teular. Este espacio incluyó una conferencia sobre la igualdad de oportunidades en las cooperativas agroalimentarias y una mesa redonda centrada en la igualdad de oportunidades, el liderazgo femenino y la presencia de las mujeres en cooperativas y en los distintos eslabones de la cadena de valor del aceite de oliva.

Balance positivo

El acto de clausura contó con una destacada representación institucional, con

Kubota



El AOVE Forum Internacional incluyó el Concurso de Cocina Aplicada al Aceite de Oliva Virgen Extra.

la presencia de Rafael Briet, director general de Cooperación Autonómica y Local del Ministerio de Política Territorial del Gobierno de España; Carlos Pastor, diputado de Desarrollo Económico y Proyectos Europeos de la Diputación de Alicante; el alcalde de Cocentaina, Rubén Muñoz; la edil de Fira de Tots Sants, Marcela Richart; el director general de Casa Mediterráneo, Andrés Perelló; el presidente de la Cooperativa Agrícola Católica de Cocentaina, Rafael Montava; y Vicente Faro, presidente del Comité de Agricultura Ecológica de la Comunidad Valenciana (CAECV).

El alcalde de Cocentaina, Rubén Muñoz, valoró "muy positivamente" esta sexta edición, destacando que "el AOVE Forum se ha consolidado como uno de los foros más importantes para hablar del aceite de oliva virgen extra en el contexto socioeconómico actual". Muñoz subrayó la importancia de "seguir proyectando el AOVE y el territorio desde una visión internacional, apostando por la modernización de procesos y la sostenibilidad, y situando al sector primario en el centro de las políticas públicas".

Por su parte, la concejala de Fira de Tots Sants, Marcela Richart, puso en valor el trabajo realizado a lo largo de estos seis años y el salto cualitativo de esta edición, marcada por la colaboración con Casa Mediterráneo. Richart destacó que "ha sido una edición muy positiva, la primera que hemos inaugurado fuera de nuestra sede habitual, y que ha permitido abrir el AOVE Forum a una mayor participación internacional", señalando que el certamen "se ha ido profesionalizando año a año con el objetivo de seguir ganando en calidad".

El presidente de la Cooperativa Agrícola Católica de Cocentaina, Rafael Montava, consideró que la entrega de premios "ha sido la culminación de tres días muy importantes, con aceites de gran nivel y una participación de mucha calidad", y remarcó que el interés generado responde "a la calidad de los ponentes y a que los temas tratados abordan cuestiones reales del día a día del sector", avanzando que el equipo organizador ya trabaja con la vista puesta en la próxima edición.

Desde el ámbito técnico, Mª Luisa Ruiz Domínguez, jefa del Panel Oficial de Cata de la Comunidad Valenciana, encargado de la evaluación, puntuación y selección final de los aceites galardonados, resaltó el alto nivel de los AOVEs participantes, señalando que "cada año aumenta la calidad y también la dificultad de las catas". Asimismo, Ruiz aseguró que el AOVE Forum actúa como "una ventana al exterior para variedades singulares que empiezan a ganar reconocimiento y a ocupar su lugar en el panorama oleícola".

La jornada de clausura incluyó asimismo una conferencia sobre alimentación escolar saludable y sostenible; y el Concurso de Cocina Aplicada al Aceite de Oliva Virgen Extra, coordinado por el CIPFP Batoi de Alcoy y protagonizado por alumnado de distintos centros de formación en hostelería de la Comunidad Valenciana. Según sus organizadores, este certamen se desarrolló en un ambiente muy participativo y con un elevado nivel técnico, tanto en la ejecución de los platos como en la valoración del jurado, integrado por miembros de la Academia de Gastronomía de la Comunidad Valenciana, entre ellos su presidente Sergio Terol, el chef Kiko Moya, el crítico gastronómico Santos Ruiz, el cocinero Arturo Roig y el académico Juan Moll.

El cierre del VI AOVE Forum Internacional llegó con un *showcooking* del chef Daniel García Peinado, conocido como el "chef del AOVE", que elaboró distintas propuestas culinarias a partir de los aceites premiados en esta edición, convirtiendo la gastronomía en el broche final de un certamen marcado por la calidad, la reflexión y la proyección de futuro.

Premios y reconocimientos



En el marco de este encuentro, Grupo Editorial Mercacei recibió el Premio Embajador del AOVE, que recogió su CEO, Juan A. Peñamil, en reconocimiento a su labor de difusión y promoción del AOVE.

Asimismo, Casa Mediterráneo fue distinguida en esta misma categoría como Embajadora del AOVE por su papel en la proyección internacional del certamen y la diplomacia mediterránea en torno al aceite de oliva, galardón que fue recogido por su director general, Andrés Perelló.

En el evento también se hizo público el fallo del VI Concurso del AOVE Forum Internacional Fira de Tots Sants, en el que el aceite de oliva virgen extra *El Empiedro*, elaborado por la SCAO Olivarera La Purísima, fue distinguido con el Primer Premio al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra. A su vez, el segundo premio fue para *El Campiñero,* de la Cooperativa Campoenguera (Enguera, Valencia), mientras que el tercer premio fue para *Señorío de Camarasa*, de la SCA Santa Isabel (Torres, Jaén). El aceite *El Campiñero* se alzó también con el Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra de la Comunidad Valenciana, en el apartado de premios especiales.

Dentro de las distinciones que integra dicho apartado, *Oro del Desierto* (Tabernas, Almería) recibió el Premio al Mejor AOVE Ecológico, mientras que *Villa Eva Orgánico* (Eslovenia) obtuvo el Premio Especial Casa Mediterráneo al Mejor AOVE Internacional, una categoría de nueva creación fruto de la reciente colaboración del AOVE Forum con el consorcio público de diplomacia mediterránea.

Kubota

CALERO© GROUP

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

La elevada afluencia de público y de ventas de AOVE marcan la XII Fiesta del Primer Aceite de Jaén



La duodécima Fiesta del Primer Aceite de Jaén, organizada la Diputación Provincial y desarrollada los días 8 y 9 de noviembre en Martos, estuvo marcada tanto por la gran afluencia de público como por el elevado volumen de ventas de aceites de esta cosecha.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

"Han sido miles de visitantes los que se han acercado a este evento a lo largo de sus dos jornadas de celebración atraídos por los aceites tempranos, que han sido adquiridos de forma masiva, y por la amplia variedad de actividades complementarias que se han diseñado", destacó el diputado de Promoción y Turismo, Francisco Javier Lozano, que agradeció al Ayuntamiento marteño su colaboración e implicación en esta fiesta.

Lozano realizó un balance "muy positivo" de esta edición, que calificó de "éxito" y cuya excelente acogida "deja patente que este evento está cumpliendo con creces sus objetivos". Prueba del fuerte respaldo de público "no sólo local, sino también de otros puntos de la provincia y de otros territorios, tanto de dentro como de fuera de nuestra Comunidad, fue el elevado volumen de ventas de aceites tempranos y del resto de productos expuestos en la feria", apuntó Lozano. En este sentido, "las empresas expositoras nos han trasladado su satisfacción por la gran acogida que han tenido sus productos entre los asistentes a este evento a lo largo de sus dos jornadas", señaló. En total, un centenar de expositores participaron en esta fiesta, de los que 93 fueron marcas de aceite de oliva virgen extra, mientras que el resto fueron firmas de cosmética con aceite de oliva y artesanía de la madera.

Durante su inauguración, el presidente de la Diputación de Jaén, Francisco Reyes, elogió "la espectacular evolución que ha experimentado el sector oleícola jiennense en los últimos años". Una muestra de ese cambio es "esta fiesta, que ha crecido en cantidad y calidad, aunque lo que no se ha modificado han sido sus objetivos, ya que este evento sigue siendo un escaparate idóneo para mostrar y disfrutar de los primeros aceites de oliva verdes de la cosecha, proyectar a la provincia de Jaén como principal productora de aceite de oliva del mundo y la que produce el aceite de oliva de mayor calidad, y difundir el oleoturismo que lideramos desde la Diputación y en el que somos referentes", remarcó.

La buena acogida de este evento se reflejó también en el programa de actividades diseñadas en esta edición, ya que se agotaron las plazas ofertadas en las mismas. Las catas de aceite realizadas por las tres DOPs -Sierra Mágina, Sierra de Cazorla y Sierra de Segura- y la IGP Aceite de Jaén, así como el taller de microalmazara ofrecido por Oleoescuela Guardián de los Trofeos, o las visitas guiadas por enclaves de Martos -que abarcaron desde los olivos cente-

Kubota

Jaén
PARAÍSO INTERIOR

Jaén selección 2026

Aceites de oliva virgen extra

Campos de Biatia
www.camposdebaeza.com

Oro Bailén
www.orobailen.com

Sierra Santo Tomé
www.aovesantotome.com

Balcón del Guadalquivir
www.balcondelguadalquivir.com

Jabalcuz Gran Selección
www.aovejabalcuz.com

Oro de Cánava
www.orodecanava.com

Tierras de Canena
www.tierrasdecanena.es

Puerta de Las Villas
www.puertadelasvillas.com



DIPUTACIÓN DE JAÉN

www.dipujaen.es





Inauguración de la Fiesta del Primer Aceite de Jaén en Martos.

narios, hasta la Vía Verde del Aceite, su centro histórico, la cooperativa San Amador o al Cortijo El Madroño- colgaron el cartel de completo.

Asimismo, la afluencia masiva de visitantes fue la característica predominante durante la celebración del pregón de la fiesta, a cargo del periodista Javier Ruiz, y en la que también fue distinguido como embajador el presidente ejecutivo de *Europa Press*, Asís Martín de Cabiedes. Durante su intervención, Javier Ruiz dio la enhorabuena a la provincia de Jaén "por ser la primera productora y exportadora de aceite de oliva del mundo y por contar con el 80% de superficie olivarera de España y el 25% del planeta". Asimismo, se refirió a la historia de éxito del sector, afirmando que "estáis en una situación extraordinaria, con una industria ejemplar, una calidad y unos sellos y nombres absolutamente espectaculares. Estáis liderando, y cuando se lidera hay que decirlo y hay que aplaudirlo". En la misma línea, el presidente ejecutivo de *Europa Press* incidió en la voluntad de la agencia de noticias que dirige de ponerse "al servicio de Jaén, de su industria y de su aceite, con el propósito de contribuir, en la medida de lo posible, a difundir la belleza, el encanto y el enorme valor de esta tierra y de su cultivo milenario".

En el evento también destacaron los desayunos con aceite temprano, la degustación gastronómica realizada por el cocinero Juan José Mesa, del restaurante Radis, de Jaén capital, con una estrella Michelin; las actuaciones musicales que corrieron a cargo del grupo Apache y de la artista Irene Martínez, los espectáculos flamencos a cargo de Carmen Laguna o la Escuela Municipal de danza marteña, así como las iniciativas dirigidas al público infantil.

Catas de AOVE y degustaciones gastronómicas atraen al público de Fuenlabrada



Tras Martos, la duodécima edición de la Fiesta Anual del Primer Aceite de Jaén se trasladó del 14 al 16 de noviembre a la ciudad madrileña de Fuenlabrada. La Diputación de Jaén destacó la buena acogida que tuvieron los aceites de oliva vírgenes extra jiennenses en esta fiesta, ya que muchos ciudadanos pasaron por la Plaza de la Constitución de esta ciudad madrileña para catar y conocer las características y propiedades de los aceites tempranos de la provincia.

El secretario de Estado de Educación, Abelardo de la Rosa, recorrió junto al presidente de la Administración provincial, los estand de la feria, valorando el crecimiento experimentado por el sector y su apuesta por la máxima calidad.

"Los asistentes han podido valorar y comprobar la gran calidad de los aceites tempranos jiennenses, pero también los beneficios que su consumo tiene para la salud, o el papel que desde el punto de vista medioambiental desempeña un cultivo como el del olivar, que es un instrumento de gran utilidad para luchar contra el cambio climático, ya que ejerce como un verdadero sumidero de dióxido de carbono", indicó Reyes.

Durante tres jornadas tuvieron lugar catas de aceite temprano y degustaciones gastronómicas elaboradas con productos agroalimentarios con el sello de calidad *"Degusta Jaén"*. Un total de 35 empresas jiennenses acudieron con sus aceites tempranos, a las que se sumaron una empresa de cosmética elaborada con aceite de oliva y otra de artesanía de madera de olivo.

Las catas profesionales de AOVE de la provincia de Jaén fueron realizadas por la Indicación Geográfica Protegida Aceite de Jaén y las DOPs Sierra Mágina y Sierra de Cazorla. También se celebraron talleres en torno a la producción del aceite de oliva virgen extra, impartidos por la Oleoescuela Guardián de los Trofeos, y de artesanía, de la mano de Pedro Góngora, de la Asociación de Artesanos de Úbeda.

En el marco de esta fiesta también tuvieron lugar actuaciones para promocionar la cultura jiennense y andaluza, con la participación de la Casa Regional Andaluza en Fuenlabrada y el cuadro flamenco de Carmen Álvarez.

Kubota



1917
2024

DON REMIGIO

EXQUISITEZ CULINARIA

"...TE ELEVARÁ AL SÉPTIMO CIELO..."

www.donremigio.com

La DOP Montes de Toledo celebra el acto conmemorativo de su 25º aniversario



La DOP Montes de Toledo celebró en 2025 el 25º aniversario de su reconocimiento por parte de la Unión Europea y su inscripción en el Registro Comunitario de Denominaciones de Origen Protegidas. Según destacó este sello, "se trata de un hito que consolida su trayectoria como referente internacional de calidad en el sector del aceite de oliva virgen extra, fruto de 25 años de trabajo dedicados a la promoción, formación, desarrollo del territorio y difusión de la cultura del aceite de oliva".

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

Con motivo de esta efeméride, el pasado 23 de octubre se celebró un acto conmemorativo en el Palacio de Congresos de Eurocaja Rural, en Toledo, presidido por Emiliano García-Page, presidente de Castilla-La Mancha; con la participación del vicepresidente segundo, José Manuel Caballero; el consejero de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, Julián Martínez Lizán; el delegado de la Junta en Toledo, Álvaro Gutiérrez Prieto; la directora general de Producción Agroalimentaria y Cooperativas de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, Elena Escobar Sánchez; la secretaria general de Agricultura, Elena Pérez Payo; la delegada de Agricultura de la Diputación de Toledo, Marina García Díaz-Palacios; la delegada de Agricultura en Toledo, Elena Martín Bravo; el presidente de Eurocaja Rural, Javier López Martín; el director general de la entidad, Víctor Manuel López; y el presidente de la DOP Montes de Toledo, Gregorio Gómez López.

También estuvieron presentes las empresas patrocinadoras del acto -Pieralisi, Maquivi, Agroisa, Axflow, GEA y Agrícola Garvin-, así como con una amplia representación de autoridades provinciales y locales, de Eurocaja Rural, almazaras, cooperativas y otras DOPs nacionales y medios de comunicación, que pudieron disfrutar además del *show* humorístico del ciudadrealeño Agustín Durán durante el acto.

El presidente del Consejo Regulador de la DOP Montes de Toledo, Gregorio Gómez López, celebró "la consolidación de un proyecto que nació a finales de los años 90 con una gran ilusión, sacrificio y mucho esfuerzo compartido con la Consejería de Agricultura, con el objetivo de dar valor a los aceites producidos en la zona de la variedad cornicabra, hasta entonces muy desconocida para el consumidor". Según subrayó, "la calidad en el aceite ya la teníamos, pero era necesario mostrársela al consumidor". En este sentido, destacó que apostar por una DOP monovarietal, centrada exclusivamente en la cornicabra, "fue una decisión valiente y arriesgada, pero los resultados han demostrado que ha dado sus frutos y ha sido reconocida internacionalmente año tras año, además de contar con un panel de cata reconocido como uno de los mejores del mundo".

Kubota



El presidente del Consejo Regulador de la DOP Montes de Toledo, Gregorio Gómez López.

Por su parte, el presidente de Eurocaja Rural, Javier López Martín, felicitó a la DOP Montes de Toledo por su trayectoria y a los premiados de este año. “Hablar de los Montes de Toledo, es hablar de AOVE, y hablar de la DOP es sinónimo de rigurosidad, liderazgo y compromiso”, reconoció.

“Tenemos que seguir cuidando nuestra tierra para conseguir el mejor fruto y que nuestros aceites sigan siendo reconocidos dentro y fuera de nuestras fronteras”, reiteró, haciendo alusión al continuo apoyo a los agricultores y almazaras, incluyendo acciones como el proyecto de formación Aula Virgen Extra, que viene desarrollando la entidad y la DOP de forma conjunta desde hace dos años.

El presidente de Castilla-La Mancha, Emiliano García-Page, fue el encargado de clausurar el acto, agradeciendo la concesión del Premio Cornicabra de Oro, que recibió en nombre de toda la Comunidad Autónoma.

Durante su intervención, García-Page subrayó que “25 años representan la historia de un éxito. No todo habrá salido perfecto, ni todo habrá permanecido en el tiempo, pero esta es una edad más que suficiente para hablar de un éxito evidente: haber sobrevivido y crecido en un mundo lleno de proyectos vertiginosos. Hoy podemos decir con orgullo que tenemos uno de los mejores aceites del mundo, y las cifras lo demuestran: las exportaciones de aceite han crecido un 133%, muy por encima de otros productos”, precisó.

Entrega de Premios Cornicabra 2025

Durante el acto se hizo entrega de los Premios Cornicabra 2025, galardones que reconocen cada año la excelencia de los mejores AOVEs amparados por la Denominación de Origen.

En esta 23ª edición, el Primer Premio Cornicabra fue concedido al AOVE *5 Elementos*, elaborado por la almazara La Pontezuela, de Los Navalmorales (Toledo), que recibió Juan Antonio Gómez Pintado. Como consecuencia, el Premio “Maestro Molinero”, patrocinado por Pieralisi España, recayó en Enrique Acevedo Ortiz, responsable de la elaboración del aceite premiado.

El primero de los accésits fue otorgado a la Cooperativa Tesoro de Guarrazar por el aceite producido por sus socios en Guadamur (Toledo), que fue primer premio de la pasada edición y que recibió Jesús Escribano, presidente de la enti-



Entrega de reconocimientos



dad. El segundo accésit fue para Al Alma del Olivo, por su cornicabra elaborado en la Finca "El Torrao", situada en el término municipal de La Guardia (Toledo), que recogió Tomás Madrid.

Asimismo, el Premio al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra Ecológico fue concedido a Al Alma del Olivo, en reconocimiento a su compromiso con la sostenibilidad y la calidad, que recogió Clara Gil Alonso, de manos de García-Page, quien entregó todos los reconocimientos.

Premios Cornicabra de Oro

Con motivo del 25º aniversario, se concedieron de forma especial cuatro premios Cornicabra de Oro, que reconocen a personas o instituciones que han destacado por su contribución a la promoción de los AOVEs de esta DOP.

En esta ocasión, estos reconocimientos fueron para Andrés Gómez Mora, fundador y primer presidente del Consejo Regulador de la DOP, por su larga trayectoria siendo un referente en la defensa del cooperativismo agrario y del desarrollo rural; y Rafael Martín Molero, director general de Caja Rural Castilla-La Mancha (actual Eurocaja Rural) entre noviembre de 1994 y julio de 2011, por su firme apoyo en este proyecto que cumple 25 años, desarrollando un papel fundamental en el momento de la fundación de la DOP y siendo ejemplo de compromiso, inclusión y cercanía y referente para generaciones futuras.

También fueron galardonados con los premios Cornicabra de Oro Javier Chozas Martín, chef natural de Sonseca (Toledo), gerente de Ákera Catering, que lleva años apostando por la utilización del AOVE Montes de Toledo en su cocina, además de haber colaborado en el espacio *Cocinando Contigo* durante tres años, patrocinado por esta DOP, en el programa de televisión *Estando Contigo* de CMMedia; y Emiliano García-Page, presidente de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha desde el año 2015, que fue reconocido por su firme compromiso por la agricultura y el desarrollo rural, e impulsar un olivar manchego que "genera arraigo y futuro en nuestros pueblos, garantizando así el porvenir de nuestros aceites".

Kubota

RECEPCIÓN Y PROCESADO

ACEITUNAS
PISTACHOS
ALMENDRAS

JAR

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

Olitécnica, epicentro de innovación, tendencias y oportunidades de negocio para la cadena de valor del aceite de oliva



Las industrias vitivinícola y olivícola tuvieron una cita ineludible con Enotécnica & Olitécnica, que reunió en Exponor-Feira Internacional do Porto en el recinto ferial de Matosinhos del 21 al 23 de enero a 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 llevó a cabo de manera simultánea con Enotécnica. Durante tres días, la feria fue el epicentro de innovación, tendencias y oportunidades de negocio para el sector del aceite de oliva.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

La cadena de valor de los sectores del vino y el aceite de oliva, representada por 65 expositores -cifra superior a la edición anterior-, estuvo presente en Exponor en una nueva edición de Enotécnica & Olitécnica, que también registró un incremento en el número de visitantes, según informaron desde la entidad ferial portuguesa.

La periodicidad bienal del evento se mantendrá y su regreso ya está confirmado para 2028. “La respuesta que recibimos de los expositores es francamente positiva, tanto por la calidad del público visitante como por la variedad de participantes, e incluso por la calidad de las sesiones técnicas”, resaltó Diogo Barbosa, director general de Exponor, quien añadió que “los eventos profesionales de Exponor acompañan a los sectores más pujantes que impulsan la economía nacional”.

Los visitantes de Enotécnica & Olitécnica 2026 conocieron las últimas tecnologías, los equipos más innovadores y el conocimiento técnico más avanzado, ofreciendo un panorama completo de hacia dónde se dirige la industria.

Además de la exposición de maquinaria agrícola, reuniones B2B y catas profesionales, Enotécnica & Olitécnica 2026 incluyó una serie de ponencias y mesas redondas pensadas para impulsar la innovación, la sostenibilidad y la adaptación de la industria a los nuevos desafíos.

En concreto, en estas ponencias y mesas redondas se abordó, entre otros

Kubota





Enotécnica & Olitécnica incluyó catas de AOVE y vino, además de ponencias y mesas de debate.

muchos temas, la innovación y sostenibilidad en viñedos y olivares, explorando cómo la investigación y la tecnología están transformando la viticultura y la olivicultura; y cómo se puede aumentar el rendimiento sin comprometer la calidad del aceite de oliva. Desde la preservación del patrimonio genético hasta nuevas herramientas como drones para la gestión de cultivos, pasando por estrategias innovadoras que mejoran la salud del suelo y optimizan el uso del agua, expertos de la Universidad de Trás-os-Montes y Alto Duero (UTAD) mostraron cómo la ciencia y la innovación se unen para impulsar la sostenibilidad del sector.

A su vez, expertos del Instituto Superior de Agronomía (ISA) y del sector agroalimentario exploraron cómo viñedos y olivares combinan tradición, innovación y sostenibilidad para potenciar la competitividad.



Olis Solé celebra 200 años de historia



Olis Solé celebró el 10 de octubre de 2025 sus 200 años de historia con un acto en el que se dieron cita entidades del mundo del aceite de oliva catalán y español, así como representantes de las administraciones locales y regionales, sin olvidar a la familia y a sus principales clientes y proveedores.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

Al evento acudieron Òscar Ordeig, conseller de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de la Generalitat de Cataluña; Joan Gòdia, director general de Empresas Agroalimentarias, Calidad y Gastronomía; Dèlia Perpiñà, directora gerente de PRODECA; Glòria Tibau, directora de los Servicios Territoriales de Tarragona; Rosalba Arrufat, Business Solutions Manager de PRODECA; Miriam Escofet, jefa de la Oficina Comarcal del Baix Camp; Fran Morancho, alcalde de Mont-roig del Camp; y Yolanda Pérez, primera teniente de alcalde, además de representantes del Panel de Cata Oficial de Cataluña, la Cámara de Comercio de Reus, el Clúster Food Retail Cataluña, Almazaras Federadas de España (AFE), QvExtra! Internacional y la DOP Siurana.

El acto tuvo lugar en diferentes espacios de la fábrica y, tras la recepción de los invitados, la sala de envasado acogió



Aldino Zepelli, CEO de Gruppo Pieralisi; Fran Morancho, alcalde de Mont-roig del Camp; Judit y Sara March, de Olis Solé; y Òscar Ordeig, conseller de Agricultura.

las intervenciones de Judit March, en representación de Olis Solé; Aldino Zepelli, CEO de Gruppo Pieralisi; Fran Morancho, alcalde de Mont-roig del Camp; y Òscar Ordeig, conseller de Agricultura.

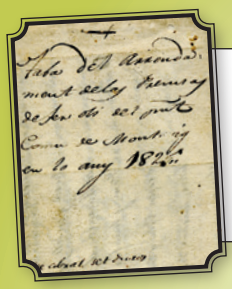
Posteriormente, se proyectó un vídeo conmemorativo de los 200 años de la empresa; y los participantes se trasladaron al molino, donde Antonio March, gerente de Olis Solé, explicó a los asistentes como la firma obtiene “su elixir dorado”.

El recorrido por las instalaciones finalizó con la visita del Museo del Aceite Solé, ubicado en la plaza del pintoresco pueblo de Mont-roig del Camp, en la antigua bodega de la casa pairal de la familia Solé, que data del año 1801.

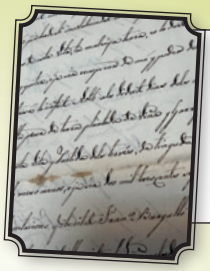
Con motivo de esta efeméride, se presentó la edición especial del AOVE DOP

Kubota

Una historia oleícola familiar



1825-1ª generación. Inicios.
Según la documentación histórica de la familia del año 1825, sus antepasados Francisco Bargalló y Maria Gassó arrendaron las prensas del común de Mont-roig pagando 7 duros.



1842-2ª generación.
Se unen dos pueblos.
María Bargalló (de Mont-roig) y Vicens Llevat (payés de Almoster) se casan y siguen la tradición familiar. En el año 1833 Francisco Bargalló hace la donación de la finca "Partida Tarrés" a su hija María Bargalló.



1870-3ª generación.
La herencia.
Vicens Llevat dona a su hijo Francisco Llevat todas sus propiedades del municipio de Mont-roig, las cuales pasarán posteriormente a su nieto Mariano Llevat.



1906-4ª generación.
El Marino.
Mariano Llevat (marino e hijo de Mont-roig y casado con Carme Bes) compra las prensas de la Fondería Blanch de Reus y las instala en la casa pairal de la familia.



1955-5ª generación.
Unión de dos familias de almazareros.
En abril de 1955 se casan dos familias de almazareros y juntan sus dos molinos. Se casa Anselmo Solé Font (hijo de Anselmo Solé y Dolores Font, que eran los encargados de la "Cooperativa de Mont-roig", y al cabo de unos años crean su propio molino enfrente de la cooperativa en la misma calle) con María Llevat (hija de Mariano Llevat, quién tenía la almazara en la casa pairal de 1801 para hacer el "aceite de casa") y se instalan en la Avenida de Reus.



1987-6ª generación.
Volviendo a los orígenes.
Ester Solé (hija de Anselmo Solé y María Llevat) junto con su marido Antonio March, inauguran las nuevas instalaciones de Olis Solé con una nueva almazara y línea de envasado, volviendo a la casa pairal de la familia.



2008-7ª generación.
Mirada al futuro.
Judit y Sara March Solé (hijas de Ester Solé y Antonio March) entran en la empresa familiar siguiendo la tradición familiar oleícola desde 1825.



Imagen de la familia.



Los miembros de la familia March Solé junto con el conseller de Agricultura; la presidenta de QvExtra!, Soledad Serrano; la secretaria general de AFE, Macarena Sánchez; y el alcalde de Mont-roig del Camp.



Cata del AOVE de edición especial *Mas Tarrés 200 años*, a cargo de la jefe del Panel de Cata de Cataluña, Mª Àngels Calvo.

Siurana *Mas Tarrés 200 años*, con la que se obsequió a todos los asistentes.

Para concluir la jornada, los invitados se trasladaron a la ermita de Mont-roig, donde, rodeados de unas vistas únicas entre el mar mediterráneo y un mar de olivos sobre las rojas montañas, inmortalizaron el momento con una foto de familia.

Asimismo, tras la cata del AOVE de edición especial *Mas Tarrés 200 años*, a cargo de la jefe del Panel de Cata de Cataluña, Mª Àngels Calvo, los asistentes disfrutaron de una típica comida catalana que finalizó soplando las velas de los 200 años de la empresa.

Cabe recordar que Olis Solé es una empresa familiar de siete generaciones, con acento femenino y esencia del Mediterráneo. La firma, cuyo origen se remonta al año 1825, está presente en más de 23 países.

Kubota

Entrevista a Judit March Solé,
Export & Marketing Manager de Olis Solé

"Nuestro reto es seguir apostando por la calidad e ir abriendo nuevos mercados"



Desde el privilegio que supone pertenecer a la 7ª generación de una empresa que cuenta con 200 años de trayectoria. ¿Cómo valoras la evolución de la misma, así como del sector del aceite de oliva catalán?

Valoramos muy positivamente la evolución del AOVE, especialmente en los últimos 30 años, desde que se han avalado las propiedades saludables del aceite de oliva virgen extra y gracias a esto se ha apostado, cada vez más, por producir virgen extra en lugar de virgen o lampante. Otro aspecto muy importante ha sido el valor gastronómico que ha experimentado tanto a nivel nacional como internacional, todo ello con el apoyo incondicional de los chefs españoles, reconocidos internacionalmente. En la misma medida se ha beneficiado el sector del aceite de oliva catalán, que viene apostando por hacer marca con aceite envasado en lugar de a granel.

Junto a tu hermana Sara entraste en la empresa familiar en 2008, siguiendo la tradición familiar oleícola iniciada en 1825. ¿Qué objetivos os marcásteis en aquel momento, qué logros subrayarías y a qué retos tenéis que hacer frente en la actualidad?

En primer lugar emprender un proceso de relevo generacional de la mano de nuestros padres y, a lo largo del tiempo, aprender de ellos y transmitirles la idea de cómo revalorizar nuestro aceite y hacerles comprender que tenía un valor añadido por ser virgen extra, siendo elaborado con el cuidado necesario durante todo el círculo de la producción para obtener el mejor producto posible.

También nos propusimos ampliar nuestro mercado, que hasta entonces se limitaba sólo a nuestro pequeño pueblo de Montroig del Camp, con el objetivo de introducirnos en otras tiendas especializadas, distribuidores y hacer el salto a la gran distribución. Cabe destacar que en 2008 estábamos presentes sólo en un mercado internacional -Alemania- y ahora estamos en más de 20 países.

Esto sólo se podía conseguir desde la innovación en maquinaria, la modernización de métodos de recolección y producción, y el salto profesional a la web. Actualmente, nuestro reto es seguir apostando por la calidad, fidelizando a nuestros clientes y, poco a poco, ir abriendo nuevos mercados.

La variedad arbequina es la protagonista de vuestros olivares y a día de hoy se ha consolidado como una de las más extendidas por su productividad y calidad. ¿Qué destacarías de la evolución de esta variedad originaria de Cataluña?

En los últimos años, la arbequina se ha convertido en una pequeña protagonista, no sólo como aliño en las comidas, sino también como un ingrediente principal en la cocina. Esto se debe a su versatilidad gracias a sus cualidades organolépticas de sabor frutado y poco picante, lo que contribuye a que culturas poco acostumbradas al AOVE adapten sus gustos a esta variedad de aceite y la demanden. Por el mismo motivo es la aliada principal para los coupages.

¿Qué tipo de iniciativas lleva a cabo Olis Solé para promocionar la cultura del aceite de oliva virgen extra

Desde sus orígenes, Olis Solé siempre ha mantenido viva su pasión por transmitir los valores de la cultura oleícola, impulsando y desarrollando diferentes iniciativas relacionadas con la difusión y promoción de la calidad y la cultura del aceite de oliva virgen extra.

Somos socios fundadores y miembros de la DOP Siurana, QvExtra! Internacional, la Asociación Catalana de Almazaras y Envasadores (ACAE), la Organización de Productores Oleícolas de Cataluña (OPOC) y Almazaras Federadas de España (AFE).

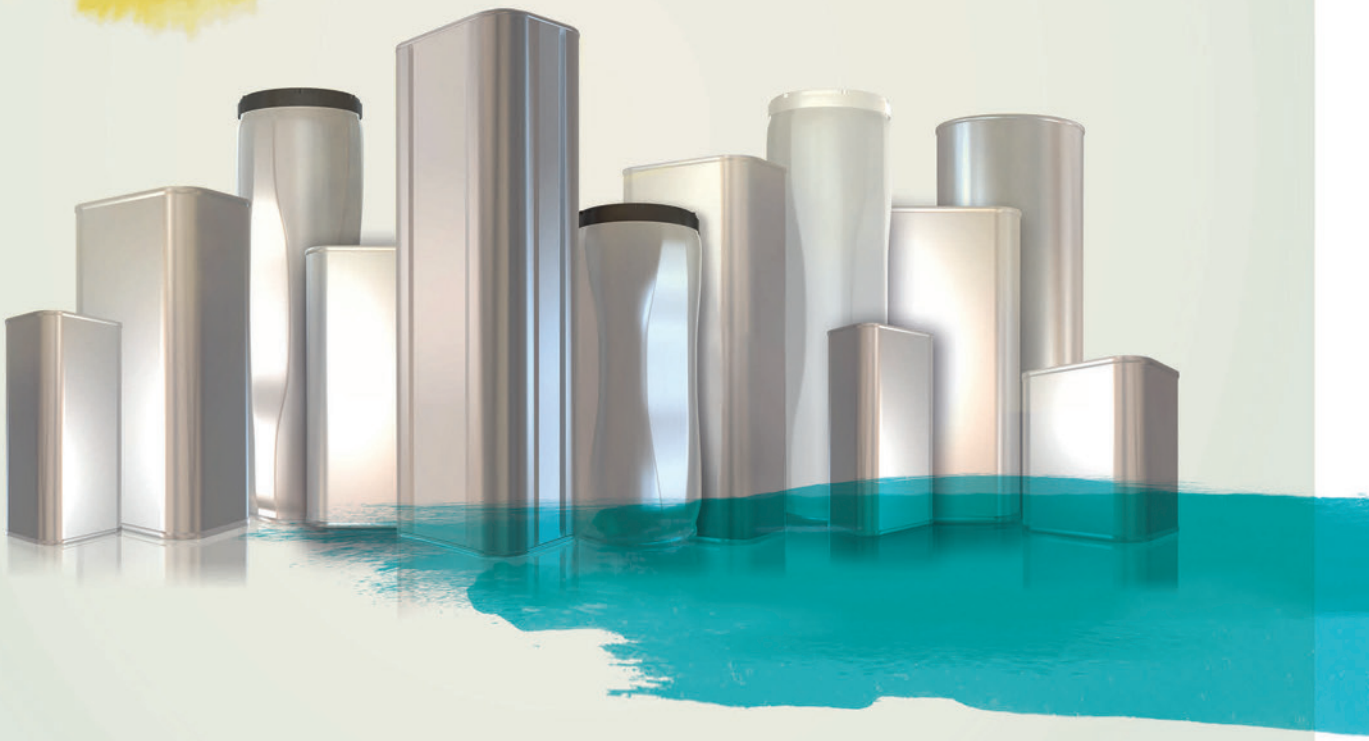
¿Qué hace diferente a Olis Solé de otras empresas del sector del aceite de oliva virgen extra Premium?

La confianza que generamos en nuestros clientes por el hecho de llevar 200 años produciendo aceite de calidad. Nuestra empresa controla todas las fases de la producción del AOVE, desde el cuidado del olivo, la recolección y la molienda, hasta el envasado, cerrando así el círculo de confianza, del campo a la botella.

Otro factor diferencial es el hecho de estar presentes en más de 20 países con el reconocimiento y las distinciones de premios nacionales e internacionales.

Kubota

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

Proyecto CHOICE: innovación y sostenibilidad para el olivar andaluz



El proyecto internacional CHOICE (www.climatechoice.eu) nace en un momento crítico para la agricultura europea, marcado por la necesidad de mitigar los efectos del cambio climático y de reducir la huella ambiental de la producción de alimentos. La iniciativa busca transformar la agricultura mediante la adopción de prácticas sostenibles y eficientes, capaces de reducir emisiones de gases de efecto invernadero y de optimizar el uso de recursos sin comprometer la rentabilidad de las explotaciones.

Financiado por Horizon Europe, CHOICE reúne un consorcio de 16 socios de Europa, Sudáfrica y Colombia. Universidades, centros de investigación, empresas tecnológicas y organizaciones agroalimentarias colaboran para generar conocimiento, herramientas de modelización y campañas de transferencia de prácticas sostenibles, adaptadas a la realidad del terreno.

En España, el piloto coordinado por Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía, con el apoyo de Bioazul, centra su acción en la ganadería y en la agricultura, concretamente en el sector del olivar, un pilar fundamental del agro andaluz por su relevancia económica y ambiental. El proyecto se organiza, principalmente, a través de campañas divulgativas concebidas para mostrar los beneficios que la implantación de distintas prácticas basadas en la sostenibilidad y en el respeto al medio ambiente han supuesto para los agricultores.

Campañas que transforman la agricultura del olivar

La primera campaña, "*Olivares con futuro: olivares más eficientes e inteligentes*", se enfoca en la agricultura de precisión, mostrando cómo la gestión basada en datos y el uso de drones y sensores permite optimizar recursos, reducir costes y aumentar rendimientos. Esta campaña se presentó en el VI Campus de Jóvenes Cooperativistas de Andalucía 'Espacio Agrotecnológico', en Jerez, un espacio de intercambio de experiencias y difusión de enfoques innovadores que combinan rentabilidad y sostenibilidad.



La segunda campaña, "*Olivares con futuro: olivares más resilientes*", pone énfasis en la Producción Integrada, un









modelo que permite reducir entre un 20 y un 40% el gasto en insumos respecto a las prácticas convencionales. Este enfoque promueve la resiliencia del olivar frente a sequías, conserva la biodiversidad y garantiza cultivos más seguros para el consumidor.

Otras campañas del piloto, aún por publicarse, completarán el conjunto de modelos replicables en distintas regiones, consolidando a CHOICE como un referente en sistemas agrícolas resilientes, eficientes y sostenibles.

A través de los siguientes códigos QR se pueden visualizar las dos campañas ya publicadas

[El piloto español de este proyecto internacional promueve prácticas de agricultura de precisión y resiliencia en olivar]

Además, el proyecto combina herramientas de modelos de evaluación integrada que evalúan simultáneamente variables ambientales, económicas y sociales, con estrategias de cambio de comportamiento. Desde el piloto español se han recabado datos significativos con los que alimentar las citadas herramientas y generar simulaciones de posibles escenarios futuros.

Laboratorios participativos como soporte metodológico

Aunque las campañas son el eje central del proyecto CHOICE, una serie de *Participatory Labs* han supuesto también una herramienta de apoyo metodológico de la que se ha valido la iniciativa para que agricultores y expertos puedan intercambiar experiencias, priorizar retos y validar estrategias, asegurando que las campañas se ajusten a las necesidades reales del sector. En ellos se han tratado aspectos como la intensidad de cultivo, el uso eficiente del agua, la salud del suelo y la conservación de la biodiversidad, aunque su función principal era orientar y enriquecer las campañas, no protagonizarlas.

Con esta estrategia, CHOICE demuestra que la tecnología y la gestión basada en datos pueden integrarse eficazmente en explotaciones de olivar, mejorando la eficiencia, sostenibilidad y resiliencia del sector agrícola andaluz.

Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía
comunicacion@agroalimentarias-andalucia.coop
www.agroalimentarias-andalucia.coop

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

indusriasdelarosa@industriasdelarosa.com

FABRICANTES
MARCA ESPAÑA



WWW.INDUSTRIASDELAROSA.COM

La valorización de los subproductos del olivar: hacia un futuro más rentable y sostenible



Balsa de alperujo y planta de gasificación de orujo graso seco peletizado. (©BIOLIZA)

Restos de poda de olivar y caldera en central de biomasa. (©BIOLIZA)

Orujillo peletizado. (©BIOLIZA)

Fracción líquida del alperujo.

Biochar obtenido a partir del hueso de aceituna. (©CARBOLIVA)

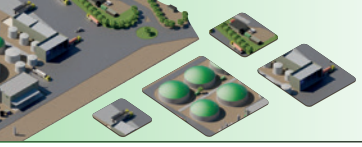
Reducir el impacto medioambiental de la industria del aceite de oliva mediante el aprovechamiento de los subproductos obtenidos se ha convertido en una de las grandes preocupaciones -y obligaciones- del sector. En la actualidad existe un conjunto de alternativas tecnológicas que permiten transformar los subproductos del olivar en productos de enorme valor añadido, como gases renovables (biogás-biometano y syngas-H_2), biomateriales o bioproductos, como el biochar. Y es que, además de sus evidentes beneficios medioambientales, el modelo circular de valorización de subproductos del olivar se debe entender como una vía complementaria que no sólo reduce, sino que amplía enormemente las posibilidades económicas del sector oleícola y olivarero.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

El sector oleícola ha sufrido importantes cambios en los últimos años a nivel nacional e internacional. En la última década se han implantado procesos innovadores y nuevas tecnologías en almazaras, refinerías e industrias de transformación no sólo para mejorar la extracción y calidad del aceite de oliva, sino para minimizar y valorizar los residuos generados.

En este punto cabe recordar que tan sólo el 20% de la aceituna se transforma en aceite de oliva virgen. El 80% restante termina convirtiéndose en un subproducto conocido como alperujo, que integra la piel, la pulpa, el hueso y el agua de aceituna. De los subproductos del aceite y orujo de oliva se pueden obtener biocarburantes (bioetanol, biodiésel, biogás, gas sintético, etc.) y productos de alto valor añadido (tirosol, hidroxitirosol, escualeno, etc.), y su aprovechamiento se antoja fundamental

Kubota





Balsa de alperujo y extractora de aceite de orujo.
(©BIOLIZA)

en términos de rentabilidad económica, protección del medio ambiente y crecimiento industrial sostenible.

Desde una perspectiva económica, la valorización de los subproductos que genera el olivar, tanto el cultivo (restos de podas) como la elaboración del aceite de oliva (hueso y alperujo, fundamentalmente) o la producción de aceite de orujo (orujillo y aguas residuales), está generando nuevas líneas de negocio vinculadas al sector que complementan los ingresos derivados de otras actividades como la producción de aceite de oliva y orujo de oliva o el oleoturismo.

Dicha valorización está permitiendo, además, diversificar la actividad productiva, focalizada al 100% en la obtención de aceite de oliva de calidad, generando nuevos empleos e incrementando la eficiencia productiva e industrial de las propias almazaras, que disponen de espacio y equipamiento para poder ampliar su período productivo más allá de la cosecha de la aceituna.

En términos ambientales, todas estas actividades son un claro ejemplo de bioeconomía circular al utilizar como materias primas subproductos que de otra manera acabarían como "residuos" en la mayoría de los casos, o sin el valor añadido que realmente representan para el sector. En el caso de la leña de olivo, por ejemplo, su astillado y secado conllevan un valor añadido importante en mercados como el de los biocombustibles sólidos para usos energéticos o, incluso, el de la restauración.

José Antonio La Cal, profesor de la Universidad de Jaén, experto en bioenergía y director del curso de *Gestión de subproductos del olivar e industrias afines* de la UNIA, es sin duda uno de los mayores expertos en esta materia. Socio fundador de BIOLIZA, empresa especializada en el diseño y desarrollo de soluciones tecnológicas para la valorización de los subproductos del olivar, La Cal recuerda que "otro factor importante a destacar desde el punto de vista ambiental es que el olivar es un proveedor de recursos energéticos de origen renovable, es decir, biomasa, cuyo balance en términos de emisiones de CO_2 a la atmósfera se considera nulo, con lo cual desde el propio sector oleícola se está contribuyendo a la descarbonización de la economía, que como todos sabemos es el gran objetivo de la UE, la neutralidad climática en 2050".

AxFlow

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

SpectraAlyzer 2.0 Olive

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



ZEUTEC

Sistema NIR-Almazara de Polytec

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.



Polytec

¿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.**


©Grupo Migasa.


Astillas de restos de poda de olivar.
(©BIOLIZA)

Principales aplicaciones y usos de los subproductos del olivar

Repasemos las principales aplicaciones y usos de estos residuos y subproductos del olivar. En el caso de los restos de podas de olivar, sobre todo la fracción gruesa o leña, se puede astillar y convertir en un biocombustible sólido de calidad, tanto para fines térmicos en industrias como para generación eléctrica; o bien para su conversión en syngas o gas de síntesis -un gas renovable al igual que el biogás, el biometano o el hidrógeno verde- mediante gasificación, o en biochar mediante pirólisis. Estas astillas también pueden ser usadas como biomateriales para su integración en piezas o materiales, incrementando así su contenido en materia orgánica y su biodegradabilidad.


Hueso de aceituna tratado, es decir, exento de pulpa y seco.
(©BIOLIZA)

Por su parte, el hueso de la aceituna generado en las almazaras es extraído en húmedo de la corriente de alperujo y empleado como combustible en sus calderas para la generación de la energía térmica que demandan; además de comercializado como biocombustible de excelente calidad, sobre todo cuando es sometido a un proceso de secado previo y de separación de la pulpa y el hueso. Y es que se puede afirmar con toda rotundidad que un buen hueso no tiene nada que envidiar el mejor pellet del mercado. Este hueso es empleado en calderas para calefacción y agua caliente en instalaciones domésticas y terciarias (hospitales, colegios, residencias de mayores, hoteles, gimnasios, etc.); al tiempo que también es una excelente materia prima para obtener biochar -gracias a su elevado contenido en carbono y elevada porosidad- para aplicaciones como fertilizante, mejorando las propiedades del suelo e incrementando su humedad; además de como fijador o secuestrador de CO_2 -conviene recordar que 1 tonelada de biochar es capaz de secuestrar entre 2,5 y 3 toneladas de CO_2-.

El alperujo, el subproducto resultante del proceso de extracción de aceite de oliva mediante métodos mecánicos, supone por término medio del orden del 80% del peso de la aceituna -el resto es aceite-. Compuesto por la mezcla de orujo (restos de piel, pulpa y huesos de aceituna) y alpechín (aguas de vegetación), entre sus propiedades destaca un alto contenido en agua (56%), materia orgánica (91%) y un pH ácido. Lejos de ser un residuo, se trata de un subproducto con un enorme potencial para la generación de valor que puede ser utilizado de diversas maneras en función de su valorización, si bien tradicionalmente se obtienen biomasas con destino a calderas (hueso y orujillo principalmente) y aceite de orujo de oliva.

El alperujo es sometido a un proceso de deshuesado y repaso en la almazara para posteriormente ser enviado a la orujera o extractora de aceite de orujo, donde es secado y sometido a un proceso de extracción química con hexano para obtener aceite de orujo de oliva crudo que después se refina. También se suele deshuesar y repasar en extractora. El subproducto resultante del proceso es el orujillo, un extraordinario combustible para aplicaciones industriales, bien en la propia orujera, bien en otras como cementeras, ladrilleras y cerámicas, etc. También existen proyectos de gasificación de orujillo para generar syngas, que es inyectado en un grupo motogenerador para la generación conjunta de energía térmica y eléctrica; o para la producción de biochar mediante pirólisis.

En la actualidad, están surgiendo nuevas tecnologías capaces de transformar el alperujo en biogás y, este a su vez, en biometano, mediante dos procesos: digestión anaeróbica y *upgrading* o purificación. No obstante, a pesar del enorme interés que ha despertado el alperujo como sustrato para la generación de biogás/biometano, en gran medida debido al impulso de la Junta de Andalucía, es necesario ahondar en tecnologías de digestión que lo puedan emplear como monosustrato -como co-sustrato es sin duda

Kubota



Secadero de alperujo con gases de escape de motores de cogeneración y orujo graso seco. (©BIOLIZA)

Lejos de ser un residuo, el alperujo es un subproducto con un enorme potencial para la generación de valor que puede ser utilizado de diversas maneras en función de su valorización

un buen material, junto con estiércol y otros tipos de biomasa residual de tipo agroalimentario, agrícola o, incluso, urbana-. También conviene profundizar en los usos y aplicaciones del digestato resultante del proceso, sobre todo con vistas a su uso en agricultura.

Oportunidades, no problemas

Anastasio J. Villanueva, investigador titular del Departamento de Economía de la Cadena Alimentaria en el Centro IFAPA Camino de Purchil (Granada), coincide en la creciente importancia del aprovechamiento de los subproductos desde el punto de vista económico y ambiental. "Por cada kilogramo de aceite producido se generan aproximadamente 7 kilogramos de subproductos -apunta-, una proporción menor en explotación (restos de poda) y mayor en almazara (alperujo, hueso y hojín). Desde una perspectiva económica, las almazaras están observando cómo vie-



> En 2022 hubo almazaras que tuvieron que parar temporalmente por la insolvencia de la industria extractora para procesar el alperujo producido



Balsa de alperujo y sistema de secado mediante cogeneración. (©BIOLIZA)



Biochar de orujillo.

nen aumentando los ingresos relativos al aprovechamiento del hueso y a la venta de alperujo a la industria extractora de aceite de orujo -destino del 97% del alperujo producido en Andalucía-. Por ejemplo, el precio de venta del alperujo, nulo o incluso negativo hace no tanto tiempo, ha venido aumentando en las últimas campañas, llegando a pagarse más de 20 euros por tonelada. Este precio depende de varios factores, destacando aspectos exógenos -especialmente el precio del aceite de orujo de oliva- y endógenos a la almazara -en particular, el contenido de aceite y hueso del alperujo y la distancia a la extractora-. A ello hay que añadir el impacto económico que supone tener o no la capacidad de gestionar el alperujo producido, como nos enseñaron situaciones como la ocurrida en 2022, cuando hubo almazaras que tuvieron que parar temporalmente por la insolvencia de la industria extractora para procesar el alperujo producido".

Como recuerda Villanueva, desde una perspectiva medioambiental los subproductos del sector oleícola están sirviendo para producir energía verde, bien calorífica -por ejemplo produciendo hueso certificado, que es un buen biocombustible para calderas de calefacción-, bien eléctrica -por ejemplo, produciendo electricidad a partir de la combustión del orujillo, subproducto obtenido en la industria extractora-. Asimismo, están apareciendo alternativas prometedoras -basadas en la gasificación y en la extracción de compuestos bioactivos, entre otras, o en la combinación de varias empleando enfoques de valorización en cascada- que pueden permitir la generación de un mayor valor añadido y la diversificación de aprovechamientos, redundando eventualmente en un mayor beneficio para la almazara.

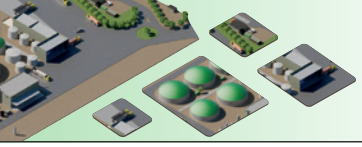
Por otra parte, el picado y esparcido de los restos de poda, práctica empleada en una mayoría de las explotaciones andaluzas, presenta unos notables beneficios ambientales en forma de conservación del suelo, secuestro de carbono y mejora del sustento para la diversidad de especies, entre otros. Además, con esta práctica, al margen de mejorar la sostenibilidad del agrosistema a largo plazo, los agricultores pueden obtener un ingreso extra a través de líneas de ayuda de la Política Agraria Común (PAC), especialmente de los eco-regímenes diseñados para promoverla.

Para el investigador del IFAPA, el sector oleícola andaluz y español debe aumentar el valor añadido que extrae de los subproductos que genera. Para ello, "es fundamental que observe a los subproductos del olivar no como residuos cuya gestión supone un problema a resolver, sino como co-productos cuya valorización ofrece oportunidades de negocio que aprovechar. En la medida que cale en el sector este cambio de mentalidad, las innovaciones técnica y económicamente viables relativas a su valorización se irán implementando con mayor facilidad y rapidez, maximizándose el valor añadido obtenido de tales co-productos. Y ello deberá venir acompañado de una simplificación administrativa y jurídica por parte de las administraciones públicas".

La necesidad de explorar otras vías

Manuel Cuevas Aranda, Mª Lourdes Martínez Cartas y Adnan Asad Karim forman parte del Grupo de Investigación "Bioprocesos" y del Instituto Universitario de Investigación en Olivar y Aceites de Oliva (INUO), pertenecientes a la UJA, e investigan en el Campus

Kubota



La producción de biogás a partir del alperujo supone transformar un residuo en un recurso valioso, generando ingresos adicionales para las almazaras y contribuyendo al desarrollo de nuevas oportunidades de negocio en el sector energético

Científico-Tecnológico de Linares sobre la valorización bioquímica y termoquímica de la biomasa vegetal. “Teniendo en cuenta que el olivar es el cultivo leñoso más importante en nuestro país -indica Manuel Cuevas-, es evidente que un adecuado aprovechamiento de la biomasa generada en él tendrá un gran impacto tanto en el ámbito económico como en el medioambiental. En España, actualmente existen cerca de 2,7 millones de hectáreas de olivar que estarían generando, anualmente y en promedio, alrededor de 8 millones de toneladas de podas agrícolas. Por otro lado, la transformación de la aceituna en las almazaras produce importantísimas cantidades de huesos de aceituna, hojas de olivo, aguas de lavado y alperujos. Pensemos que por cada 100 kg. de aceituna procesada en la almazara se obtienen 80 kg. de alperujo. Esta cifra puede que no nos diga mucho, pero trasladada a nivel nacional equivaldría a una producción anual de entre 6 y 7 millones de toneladas de alperujo”.

“Por tanto -continúa-, se dispone de una enorme fuente de carbono orgánico residual y es necesario decidir qué hacer con ella. Es cierto que la gran mayoría de los subproductos ya se aprovechan de una forma u otra, pero debemos pensar si las vías tradicionales para su gestión son las más interesantes. Por ejemplo, en muchas ocasiones las podas agrícolas son directamente quemadas en las fincas. Esta opción no sólo impide la venta del material, sino que, además, genera contaminación atmosférica. Como alternativa a esta práctica, en algunas investigaciones se propone la aplicación de esquemas de biorrefinería que técnicamente son capaces de transformar las podas en biocombustibles sólidos, líquidos o gaseosos, bioplásticos o incluso antioxidantes. Esta estrategia conecta con los postulados que la Comisión Europea está impulsando en lo relativo al desarrollo de la denominada química verde y la economía circular. Por tanto, en un futuro no muy lejano veremos cómo a partir de los subproductos derivados del olivo se irán obteniendo nuevos productos que supondrán una fuente de ingresos alternativa para este sector”.

Si centramos nuestro análisis en el alperujo, este subproducto es, desde varios puntos de vista, especialmente interesante: por sus grandes volúmenes de producción, por una

Indea Technologies
Automatización Avanzada de Procesos

ALMA SYSTEM
ALMAZARA 4.0

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

En la actualidad están surgiendo nuevas tecnologías capaces de transformar el alperujo en biogás y, este a su vez, en biometano, mediante dos procesos: digestión anaeróbica y *upgrading* o purificación



Restos de poda de olivar en planta de biomasa.





Poda de olivo triturada.

disponibilidad geográfica muy concentrada -lo cual reduce los gastos de transporte- y, finalmente, por su compleja composición química.

Tradicionalmente el alperujo ha sido gestionado en las extractoras de aceite de orujo de oliva, donde se procesa para obtener aceites de orujo crudos y orujillos. "El problema de este esquema de trabajo -señala Mª Lourdes Martínez- es el bajo valor añadido del orujillo, que se emplea como combustible industrial, entre otras razones, por su alto contenido en cenizas. Por esa razón, en los últimos años se están planteando nuevas alternativas para la valorización del alperujo como el compostaje, la digestión anaerobia, la gasificación, etc. Otra posibilidad es la que se ha estudiado en el marco del proyecto OliPFUEL, desarrollado por nosotros en el Campus Científico-Tecnológico de Linares, y que ha consistido en la aplicación de un tratamiento de carbonización hidrotérmica, asistido por microondas, sobre el alperujo. Las investigaciones han determinado que las condiciones óptimas del proceso hidrotérmico fueron 250° C y 30 minutos, obteniéndose un nuevo material denominado hidrochar -un biocombustible sólido- con excelentes propiedades combustibles al presentar altas densidades energéticas y bajos valores en parámetros como el porcentaje de cenizas, humedades de equilibrio e índices de escorificación-incrustación. Además, el nuevo método, asistido mediante microondas, es comparativamente más rápido que el proceso de carbonización hidrotérmica convencional".

Por último, Adnan Asad asegura que "en el futuro la correcta valorización de los subproductos del olivar y del sector oleícola no será una alternativa para los gestores implicados, sino una obligación que conducirá a mejorar la rentabilidad económica de ambos sectores y a avanzar en el camino hacia una bioeconomía más sólida. Entre los numerosos beneficios obtenidos figuran la generación de empleos de calidad en zonas olivareras, la diversificación de los productos comercializados y la reducción de nuestra dependencia de los combustibles fósiles".

Economía, medio ambiente... y salud

Para Guillermo Rodríguez, investigador titular del Departamento de Fitoquímica de los Alimentos del Instituto de la Grasa-CSIC, el aprovechamiento de los subproductos del olivar "es una necesidad básica, no sólo desde el punto de vista medioambiental y económico, sino de salud. Estos subproductos son valiosas fuentes de compuestos con elevada actividad biológica, responsables en gran medida de las propiedades saludables del aceite de oliva. La recuperación de estos compuestos incrementa el valor económico del subproducto y facilita

Kubota





Alperujo (izqda.) y hueso de aceituna (dcha.).





Orujo graso de aceituna seco (izqda.) y orujillo peletizado (dcha.).

la posterior aplicación de otros procesos y bioprocesos para su completo aprovechamiento. De esta forma, pasamos de una repercusión medioambiental negativa a generar nuevos productos que mejoran y ayudan a la agricultura y al medio ambiente".

Como recuerda Rodríguez, "el alperujo es el subproducto más importante de la industria del aceite de oliva. Su principal aplicación es la extracción del aceite de orujo y su posterior uso como biocombustible a través de varios sistemas de combustión que generan energía y otros productos de gran interés. Actualmente también se está usando como fuente de compuestos bioactivos tras la aplicación de un nuevo repaso en las orujeras a mayor temperatura y una centrifugación en tres fases".

"La llave para el aprovechamiento de los subproductos -continúa- se basa en la preparación de los mismos para posibilitar la extracción de los principales componentes bioactivos (antioxidantes, antinflamatorios, anticancerígenos, antivirales, etc.) y la posterior aplicación del resto de la materia orgánica para alimentación animal, sustrato agrícola o fuente de energía a través de fermentación aeróbica (bioetanol), anaeróbica (biogás) o combustión (vapor, syngas, biochar, etc.). Todo ello es lo que daría paso a

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

LRQA CERTIFIED ISO 9001









Reactor de microondas para la obtención del hidrochar (izqda.) e hidrochar obtenido a partir de alperujo en el marco del proyecto OliPFUEL (dcha.).

> Los subproductos del sector oleícola están sirviendo para producir energía verde, ya sea calorífica o eléctrica, y están apareciendo alternativas prometedoras que pueden permitir la generación de un mayor valor añadido y la diversificación de aprovechamientos

la realización de lo que se conoce como una biorrefinería de los subproductos".

Llegados a este punto, surge una pregunta: ¿cómo puede beneficiar el aprovechamiento y valorización de los residuos del olivar al conjunto del sector oleícola? Para José Antonio La Cal, "es evidente que no sólo desde un punto de vista económico y medioambiental, sino estratégico, permitiendo que el sector en su conjunto tenga una imagen de sostenibilidad y circularidad que redunde en el producto estrella, que es el aceite de oliva, contribuyendo a incrementar su consumo y a consolidar la idea de un sector dinámico e innovador".

"De modo indirecto -continúa- se pueden beneficiar empresas de ingeniería y tecnología, fabricantes de equipos, empresas de construcción y montaje, ayuntamientos, etc. En definitiva, hablamos de generación de empleo y riqueza en un sector con un claro peso en las economías andaluza y española, y auténtico embajador de la Marca España, algo que nos interesa y beneficia a todos".

En opinión de Guillermo Rodríguez, "la obtención de nuevos productos que inciden directamente en la salud humana, animal y medioambiental ayudará a la revalorización del sector de los subproductos y a acceder a nuevos mercados. La obtención de extractos y compuestos naturales con importantes propiedades beneficiosas para la salud permitirá disponer de nuevos ingredientes y alimentos funcionales, al tiempo que también se obtendrán nuevos sustratos orgánicos para mejorar la agricultura. La obtención de energías más sostenibles ayuda a la eficiencia energética del sector y a la disminución de la huella de carbono. Con todo ello, el sector se posicionará dentro de los últimos avances en el campo de la alimentación saludable, en el campo agronómico y como productores de fuentes de energía renovables y sostenibles".

La innovación como herramienta para desarrollar el potencial del alperujo

La acumulación de alperujo puede causar problemas medioambientales tales como la contaminación de suelos y aguas superficiales, debido a su elevada carga orgánica y la presencia de compuestos fenólicos que inhiben la degradación natural. Una solución innovadora y sostenible para la gestión y aprovechamiento de este subproducto es su valorización energética para la producción de biogás, aportando una serie de ventajas tanto económicas como medioambientales.



Desde el punto de vista económico, la producción de biogás a partir del alperujo supone transformar un residuo en un recurso valioso, generando ingresos adicionales para las almazaras y contribuyendo al desarrollo de nuevas oportunidades de negocio en el sector energético. Desde una perspectiva medioambiental, la valorización del alperujo mediante su transformación en biogás reduce significativamente el impacto ambiental asociado a su disposición y promueve el desarrollo de la economía circular en el sector.

Kubota



Balsa de alperujo.
(©BIOLIZA)

La obtención del biogás a partir del alperujo requiere de la digestión anaerobia (en ausencia de oxígeno) de este subproducto en un digestor. Un proceso cuyo rendimiento es más lento, en comparación con otros residuos orgánicos, debido a la naturaleza lignocelulósica del alperujo y la presencia de sustancias inhibidoras, como los fenoles, que lo dificultan. Para solventar este inconveniente, se pueden realizar pretratamientos físicos, químicos o una combinación de ambos para reducir el tamaño de partícula y mejorar la solubilidad y degradación de la lignina y la hemicelulosa. Sin embargo, estos tratamientos suponen una inversión energética que no compensa la producción de energía.

La alternativa más rentable es la co-digestión anaerobia de dos o más sustratos. Este proceso permite balancear la relación carbono/nitrógeno (C/N), diluye la concentración de sustancias inhibidoras y mejora la actividad hidrolítica de los microorganismos. Entre sus beneficios se encuentran el incremento del rendimiento en la producción de metano, el aumento de la velocidad de producción y la mejora en el tratamiento de este subproducto, reduciendo su impacto ambiental y logístico; además de poder prescindir de pretratamientos costosos.

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



Planta de gasificación de orujillo peletizado. (©BIOLIZA)



Balsa de alperujo en central de biomasa. (©BIOLIZA)

Uno de los principales objetivos de ACORA es la búsqueda de soluciones a la gestión de los alperujos que garanticen la continuidad de la producción de aceite de oliva y, a su vez, supongan un incremento del valor añadido para las almazaras



Macarena Sánchez, gerente de ACORA.

Una salida viable para las almazaras

Macarena Sánchez es la gerente de ACORA, la Asociación Empresarial de Almazaras Industriales de Córdoba, una entidad sin ánimo de lucro que agrupa a los fabricantes industriales de aceite de oliva de la provincia. En su opinión, "el aprovechamiento de los subproductos del olivar tiene una gran relevancia en la actividad de las almazaras. No en vano, el 80% de lo que se produce en una almazara es alperujo, por lo que desde la asociación llevamos algunos años participando en programas de I+D para buscar alternativas reales y viables para la gestión de los subproductos. Desde un punto de vista económico, es muy importante encontrar soluciones que incrementen el valor añadido de nuestros subproductos con el objetivo de ser más eficientes en el uso de los recursos de los que disponemos y, de esta forma, mejorar la cuenta de explotación de las almazaras. A nivel medioambiental, su aprovechamiento se antoja fundamental, puesto que representa un claro ejemplo de economía circular para lograr una mayor prolongación de la vida útil de las materias utilizadas en el proceso productivo, convirtiendo los subproductos en materias primas secundarias que permanecen en dicho proceso durante más tiempo".

La gerente de ACORA recuerda que "el principal cuello de botella de una almazara es la producción y almacenamiento de alperujo debido a que la mayor parte dispone de un espacio reducido para ello, con lo que, si no disponemos de una salida ágil y viable de alperujos, nos veríamos abocados a detener el proceso de obtención de aceite de oliva".

"Actualmente -continúa-, la principal salida de los alperujos es su destino a plantas extractoras de aceite de orujo, sin olvidar la solución que representan las plantas de compostaje. En los últimos años se han incorporado nuevas soluciones para su gestión a través de las plantas de obtención de biogás, que pueden significar otra salida viable para las almazaras, garantizando unos ingresos estables por la venta del subproducto".

Y es que uno de los principales objetivos de esta asociación es la búsqueda de soluciones a la gestión de los alperujos que garanticen la continuidad de la producción de aceite de oliva y, a su vez, supongan un incremento del valor añadido para las almazaras. De ahí su apuesta por el I+D, participando y liderando el proyecto OLIVE2ENERGY, desarrollado entre 2020 y 2021

Kubota

© COPYRIGHT VETRERIA ETRUSCA S.p.A., 2024

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®.

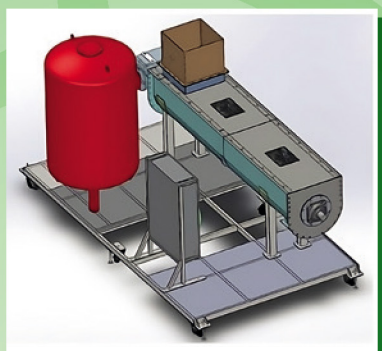
*The golden ratio, at the heart of the **AUREA DOP** collection,*
is the soul of many of nature's most harmonious forms.
*The calculated search for the golden ratio in the **AUREA DOP***
leads to a stylistic rigor and simplicity of form which defines a bottle of character and great style.
*The **AUREA 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 characterful Verdetrusco® colour.

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

MADE IN ITALY

Proyecto SAPAL: nueva solución integral para la valorización del alperujo

El principal objetivo del proyecto SAPAL ("*Investigación y desarrollo de una novedosa solución tecnológica para biorremediar los subproductos generados en la producción del aceite de oliva en almazara*"), liderado por Oleostepa SCA en colaboración con las empresas Grupo Geniadabar y Genia Bioenergy, es el estudio y desarrollo de una nueva solución biorremediadora para el tratamiento *in situ* de los subproductos generados en la almazara, con objeto de transformarlos en productos de alto valor añadido tales como productos agronómicos con capacidades bioestimulantes de suelos agrícolas, biopesticidas y energía renovable en forma de biogás.



Diseño del fermentador en estado sólido del proyecto SAPAL.

Para ello, en el marco del proyecto se ha diseñado una tecnología de fermentación en estado sólido en la que se emplean determinadas cepas bacterianas seleccionadas para la obtención de productos con propiedades bioestimulantes a partir de los subproductos de la extracción de los aceites de oliva vírgenes. El estudio biotecnológico se completa con la identificación de cepas bacterianas anaerobias resistentes a la inhibición por polifenoles y con capacidad para la biometanización de estos subproductos. En la actualidad se está construyendo un prototipo compuesto por un biodigestor y un sistema de fermentación en estado sólido, a escala semi-industrial, que se utilizará como planta piloto para el escalado de todos estos desarrollos.

La solución integral propuesta en el proyecto -señala Javier Caro, responsable de I+D+i de Oleoestepa SCA- también contempla operaciones de compostaje de alperujo, en este caso como paso intermedio para la obtención de productos agronómicos con un valor añadido mucho más elevado, como bioestimulantes de alta gama o biopesticidas eficaces frente a algunas de las plagas más comunes en el olivar. La experimentación en planta piloto posibilitará estudiar el proceso de obtención de biogás a escala semi-industrial a partir de alperujo, sin codigestión, en aspectos como la cantidad producida por tonelada de alperujo digerido o la riqueza en biometano, y permitirá evaluar la viabilidad económica de esta solución para autoconsumo energético en una almazara.

El proyecto, iniciado a comienzos de 2023 y cuya conclusión se prevé a finales de 2026, ha sido aprobado por el Centro para el Desarrollo Tecnológico y la Innovación, E.P.E (CDTI) y cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER 2021-2027), y se enmarca dentro de la estrategia de Oleoestepa SCA de adquirir prácticas cada vez más sostenibles, circulares y competitivas para la industria oleícola que redunden en la mejora continua y la cultura innovadora como señas de identidad de la compañía.



Digestor anaerobio previo a su instalación en la planta piloto.



Instalaciones de Oleoestepa en Estepa (Sevilla).

junto con el Departamento de Ingeniería Química de la UCO. Actualmente, ACORA participa, junto con los Grupos de investigación RNM-271 y FQM-175 del Instituto Químico para la Energía y el Medioambiente (IQUEMA) de la UCO y la cooperativa Covidesa, en el innovador -y ambicioso- proyecto OLIVE4FUTURE, que pretende valorizar el alperujo mediante procesos biológicos, como el compostaje y la digestión anaerobia, para transformarlo en enmiendas orgánicas de alta calidad o en recursos energéticos como el biogás; y la valorización mediante procesos físico-químicos destinados a convertir el alperujo en biochar y carbones activados con diversas aplicaciones potenciales. En concreto, son cuatro las soluciones contempladas para la gestión del alperujo. Por un lado, la puesta en marcha de una planta de compostaje que comprende la digitalización para el control de las variables más significativas del proceso,

Kubota



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.

GEA Engineering for a better world.

GEA.com





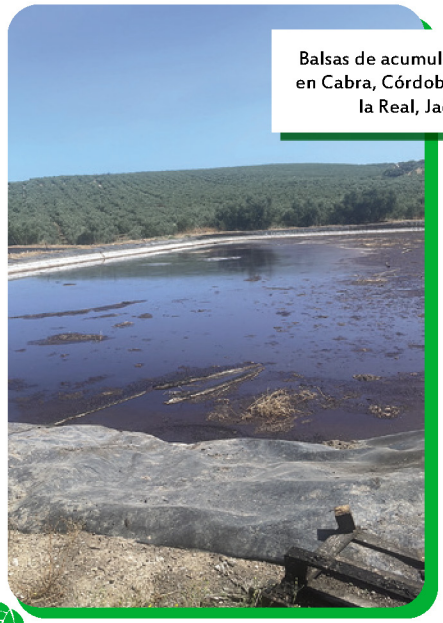
Balsas de acumulación de alperujo en Monturque (izqda.) y Montilla (dcha.), Córdoba.

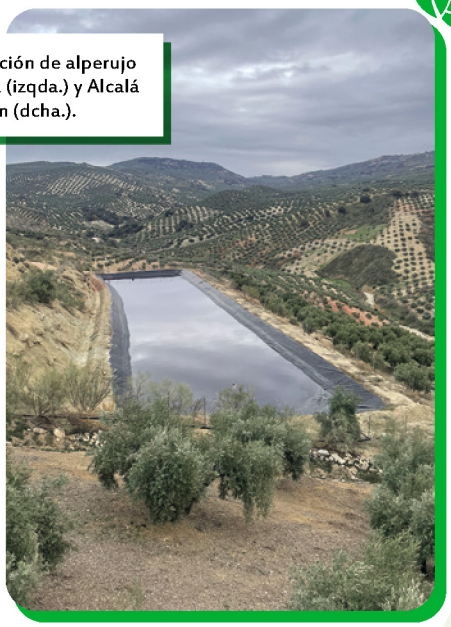
así como el control odorífero de la planta. Por otro, la puesta a punto de una planta de biogás para la obtención de este recurso; así como la obtención de biochar, con distintos aprovechamientos debido a su capacidad absorbente. La última solución planteada es la obtención de carbones activados para elaboración de baterías de litio/sodio.

Una cuestión de vital importancia

El tratamiento y utilización de los subproductos es una cuestión de vital trascendencia para Cooperativas Agro-alimentarias de España. El presidente del sector de Aceite de Oliva de la entidad, Rafael Sánchez de Puerta, incide en que "la economía circular en el sector del olivar es un ejemplo incuestionable de sostenibilidad y de actuación respetuosa con el medio ambiente, y gran parte de su éxito radica en la capacidad de haber generado actividades económicas rentables complementarias al proceso industrial principal que generan recursos económicos en la cadena de valor. Proyectos colectivos consolidados impulsados por cooperativas como es el caso de Oleícola El Tejar, San Miguel Arcángel, Troil Vegas Altas, Dcoop, etc., son un claro ejemplo de la relevancia con la que se ha abordado la gestión de subproductos desde hace décadas".

"Cooperativas Agro-alimentarias de España ha participado en numerosos proyectos en este área -prosigue-, siempre con el objetivo final de que nuestras cooperativas tengan un papel protagonista en la bioeconomía circular. A principios de la década coordinamos a nivel europeo el proyecto COOPID, con un foco muy importante en grandes proyectos cooperativos y la valorización a través del biometano de residuos agroindustriales. De la misma forma, ahora participamos en el proyecto de Red Temática Europea de Bioeconomía Rural (ThERBN)".



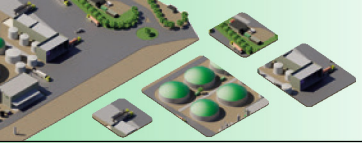


Balsas de acumulación de alperujo en Cabra, Córdoba (izqda.) y Alcalá la Real, Jaén (dcha.).

Sánchez de Puerta recuerda que, además de la extracción de aceite de orujo, el alperujo exhausto y desecado se emplea en las propias orujeras y almazaras como biomasa, tanto para los procesos térmicos industriales como para la cogeneración eléctrica. "Cada día avanza más la separación y comercialización del hueso de aceituna por parte de las cooperativas, siendo un producto de una calidad muy valorada en los mercados de bioenergía, apto en el consumo de las calderas domésticas para su uso en procesos de combustión por su elevado poder calorífico y capacidad de generación de energía eléctrica. El trabajo de investigación realizado en este campo ha permitido el desarrollo



Kubota





Rafael Sánchez de Puerta, presidente del sector de Aceite de Oliva de Cooperativas Agro-alimentarias de España.

Un adecuado aprovechamiento de la biomasa generada en el olivar tendría un gran impacto tanto en el ámbito económico como en el medioambiental

de alternativas a la tradicional extracción de aceite de orujo de aceituna a partir del alperujo".

Una alternativa real que cada vez goza de mayor implantación es la biorrefinación y, en concreto, el desarrollo de plantas de biogás mediante la digestión anaerobia del alperujo. Actualmente, muchas cooperativas lideran numerosos grupos operativos y proyectos de innovación específicos para adaptar y optimizar la tecnología existente a las características de los subproductos del olivar. Conviene destacar también otros usos a promover como es la utilización de la pulpa de aceituna para alimentación animal, procesos de compostaje y cogeneración para la obtención de productos de interés para la industria o su uso como fertilizante agrícola.

"Sin duda, hay que seguir trabajando para mejorar las diferentes alternativas que permitan al sector del aceite de oliva ser referente incuestionable en la valorización de los subproductos del olivar que permitan hacerlo cada día más respetuoso con el medio ambiente e incorporar valor a la cadena. Uno de estos retos es la biomasa producida en la poda del olivar, que ya empieza a ser requerida por empresas de productos biocombustibles y para lo que es necesario seguir proponiendo soluciones que hagan rentable su recogida y transporte", añade el presidente del sector de Aceite de Oliva de Cooperativas Agro-alimentarias de España.

(pasa a página 106)

LABORATORIO TELLO
A Tentamus Company

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 ORUJOS



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.

OTROS ACEITES VEGETALES



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

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 Erúcico-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.

(+34) 953 281 116
laboratorio@laboratoriotello.com
www.laboratoriotello.com
P.I. Los Olivares. C/La Iruela, 8. (23009) Jaén - España



Bernat Chulià, director de Estudios y Proyectos en Genia Bionergy

"Las plantas de biogás y biometano aportan un solución sostenible a largo plazo para la valorización de residuos y suponen una gran oportunidad para el sector del olivar"

Genia Bioenergy es la única compañía española que integra toda la cadena de valor del biogás y biometano, desde el desarrollo de tecnologías y soluciones hasta la ingeniería, tramitación, construcción y operativa técnico-biológica de los proyectos. Su objetivo es convertirse en el primer productor independiente de biometano en España y Portugal, con al menos 30 plantas de biometano en funcionamiento en 2030 de las que ya ha iniciado la tramitación de una quincena de proyectos. Hablamos con su director de Estudios y Proyectos, Bernat Chulià.

Desde la perspectiva de Genia Bionergy, ¿qué importancia tiene el aprovechamiento de los subproductos del olivar desde el punto de vista económico y medioambiental? ¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrenta el sector olivarero?

El sector del olivar se enfrenta a numerosos cambios y retos de diferente índole. El primero es gestionar el destino de los residuos que se generan en su actividad: tanto el alperujo como el alpechín y la hoja son materiales con mucho potencial para ser valorizados tanto energética como materialmente, pero cualquier solución que se aplique tiene que ser sostenible económicamente y en el tiempo. El marco normativo que regula algunas de las soluciones que se vienen aplicando se está volviendo más restrictivo y los subproductos generados, como el aceite de orujo, van a ver limitado su mercado potencial si no se adecúan a las nuevas normativas. Además, las cogeneraciones utilizadas en la mayor parte de las orujeras están llegando al final de su vida útil regulatoria, lo que afectará directamente a la rentabilidad y a su sostenibilidad a corto-medio plazo.

El segundo desafío tiene que ver con la adaptación al cambio climático y sus efectos. El olivar intensivo, cada vez más implantado, tiene una dependencia del recurso hídrico y las soluciones de regeneración de agua a partir de alperujo y alpechín van a ser claves para seguir mejorando la productividad y la calidad del aceite producido. Finalmente, el consumo energético y la descarbonización de la actividad va a suponer otro reto en el próximo lustro y más allá. El consumo de energía en toda la cadena de valor, desde el campo a la distribución, pasando por las almazaras, las envasadoras y todos los procesos auxiliares, se enfrenta a la incertidumbre en precios y a las cada vez más cercanas obligaciones de reducción de emisiones en el sector de transformación agrícola.

Todos estos factores van a provocar que las soluciones actuales de valorización no puedan dar respuesta por sí mismas a estos retos, por lo que tendrán que ser complementadas por un *mix* de soluciones. En este *mix*, el biogás y el biometano tienen un papel importante porque encajan muy bien en ese trilema agua-energía-residuo, pero para aplicarlas hace falta un análisis del escenario donde se van a implantar. La solución no es la misma para un biogás de autoconsumo -conviene prestar atención, por ejemplo, al reto de la estacionalidad- que para un *hub* medioambiental que valorice el alperujo y otros residuos de toda una comarca en forma de biometano y fertilizantes.





Planta de biogás en Valderrobres (Teruel) desarrollada por Genia Bioenergy.

Kubota



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.





Planta de biogás de Jamones Blázquez operada por Genia Bioenergy en Juzbado (Salamanca).

Las plantas de biometano aportan un solución sostenible a largo plazo para la valorización de residuos, puesto que el gas renovable producido gracias la prueba de sostenibilidad permite integrar económicamente en la cadena de valor todo el potencial de descarbonización de la gestión mediante plantas de digestión. Al producir biometano a partir de residuos, se concretan en forma de Certificado Verde todas las emisiones captadas y evitadas al sustituir las formas de valorización tradicionales. Por otra parte, del digestato se puede recuperar más de 85% del agua y el resto del material se puede valorizar en forma de compost o abono incorporando en este caso la hoja si se dispone de ella.

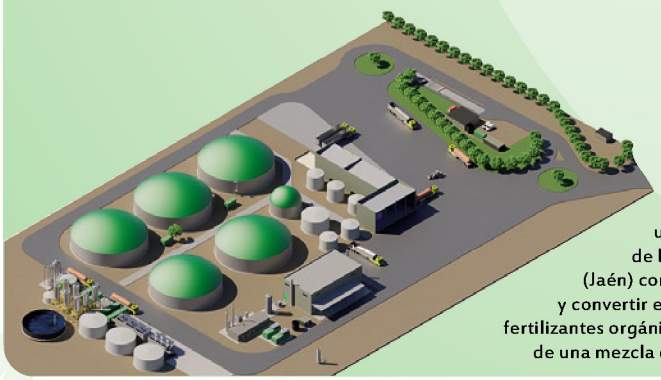
¿Cuáles son las principales aplicaciones y usos de un subproducto del olivar como el alperujo?

El alperujo es una excelente fuente de grasa alimentaria, de energía y de compost. En algunos casos, por escala, la solución será única, pero la combinación de estas tres etapas, repaso/extracción + digestión anaerobia + compostaje, es la óptima en los casos en los que resulta viable. Gracias a los avances en los equipos de almazaras como el extractor centrífugo *Leopard* de Pieralisi, los alperujos o, mejor dicho, los patés de oliva cada vez se comportan mejor en digestión, con la ventaja de no tener un gran volumen de alpechín que gestionar.

Una vez recuperado el máximo de aceite del alperujo, este pasaría a un proceso de digestión anaerobia donde la materia orgánica se descompone en una mezcla de gases rica en metano que se puede utilizar para producir electricidad o, una vez refinado, convertirse en gas natural renovable o biometano. El biometano puede inyectarse en la red de gas y, por lo tanto, es una buena alternativa para evitar la restricción de la estacionalidad a la que se enfrenta el sector del olivar cada vez que busca una solución de valorización a los subproductos y residuos. El material, una vez digerido, se somete a un proceso de compostaje para su estabilización, al que se pueden incorporar otras materias que refuerzan su uso estructurante con el objetivo de obtener un aporte de materia orgánica y nutrientes sostenible, circular y de kilómetro cero.

¿Cómo puede beneficiar el aprovechamiento y valorización de los residuos del olivar al conjunto del sector oleícola y olivarero andaluz y español?

Las plantas de biometano engranan perfectamente con la actividad olivarera generando nuevas actividades en el entorno de un sector tan tradicional como puntero tecnológicamente, y que tienen tanto peso a nivel regional en zonas como Andalucía o el Alentejo en Portugal. El biometano supone una oportunidad para el sector del olivar con vistas a la adaptación y la competitividad, así como para la creación de empleos de calidad y, por tanto, en términos de fijación de población e impulso económico local. En septiembre de 2024 presentamos un proyecto para levantar una planta de biometano en Vilches (Jaén), una instalación con capacidad de procesar y convertir en biometano, compost y fertilizantes orgánicos hasta 125.000 t. anuales de una mezcla de purines y alperujos, y estudiamos otros emplazamientos donde se puedan ubicar nuevos proyectos similares.



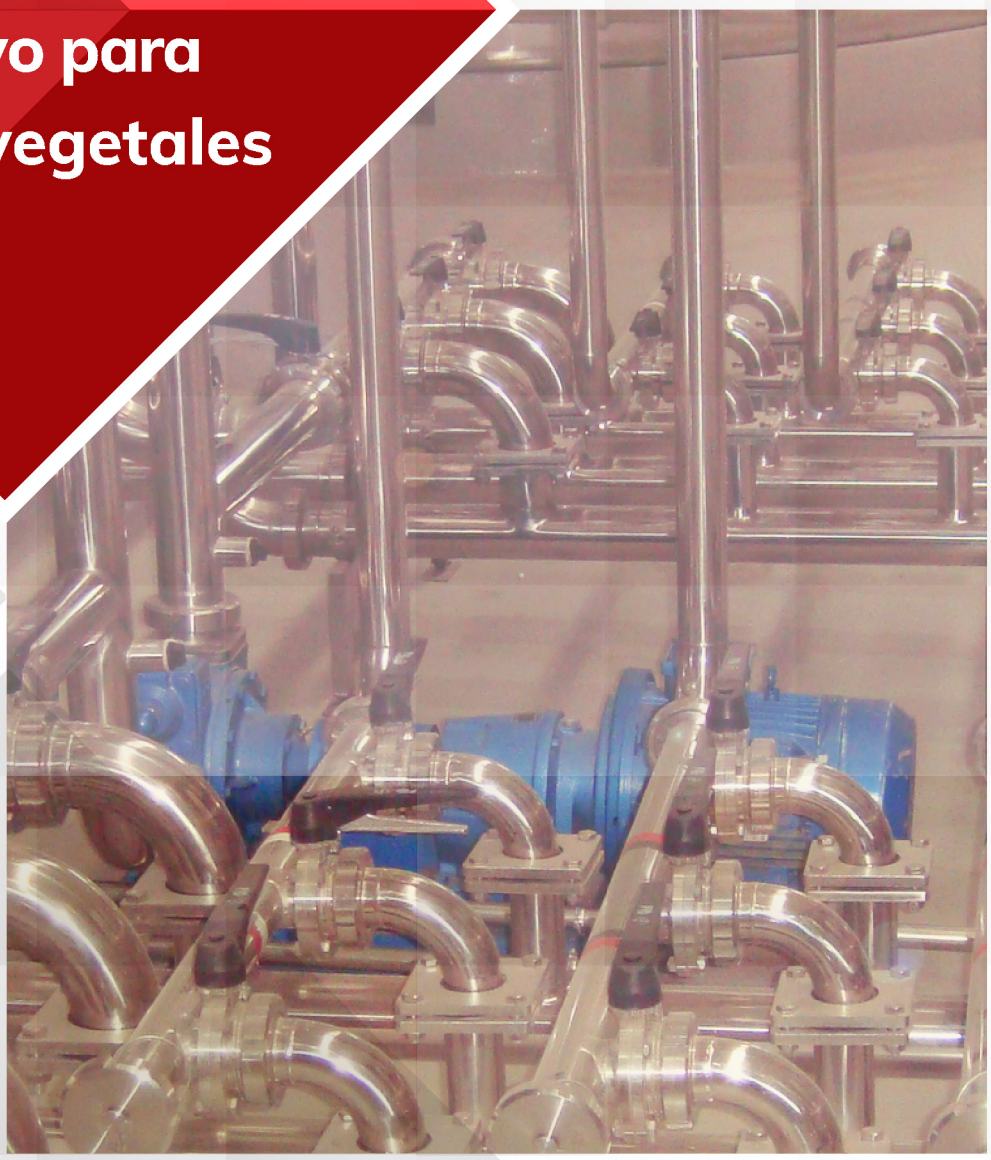


En septiembre de 2024 Genia Bioenergy presentó un proyecto de planta de biometano en Vilches (Jaén) con capacidad de procesar y convertir en biometano, compost y fertilizantes orgánicos hasta 125.000 t. anuales de una mezcla de purines y alperujos.

Kubota

bombas TRIEF desde 1967

Bombas de aletas de desplazamiento positivo para aceites vegetales



DISEÑO Y FABRICACIÓN DE BOMBAS

DESDE 1967

ventas@bombastrief.es
bombastrief.es

(+34) 944 416 238

Lutxana Asua Errepidea, 26
48950 Erandio, Bizkaia





En cuanto a los beneficios globales que aporta la valorización de los subproductos, Sánchez de Puerta sostiene que "el beneficio viene implícito en sí mismo al dar una solución viable y rentable a los subproductos. El hecho de garantizar alternativas de reutilización de subproductos a las cooperativas otorga un valor a su actividad, tanto a nivel económico como ambiental. Sin duda, la consideración de economía circular, que no provoca prácticamente residuos industriales y es respetuosa con el medio ambiente, representa un factor destacado en la sociedad de hoy en día, algo que el sector tiene que promover para que sea conocido y reconocido por consumidores e instituciones".

Valorización energética, la única opción

Desde la perspectiva de la Asociación Española de Valorización Energética de la Biomasa (AVEBIOM), su presidente, Francisco Javier Díaz, señala que el aprovechamiento de los subproductos del olivar, como el hueso de aceituna o el alperujo, puede reportar importantes beneficios para el sector oleícola y olivarero andaluz y español, tanto en términos económicos como medioambientales. Económicamente, tanto en las almazaras como en las orujeras se producen varios tipos de biomasas que deben ser valorizados y utilizados para uso energético. Estos biocombustibles permiten generar ingresos adicionales para las almazaras, diversificando las fuentes de ingresos y fomentando un modelo de economía circular, mejorando la sostenibilidad del sector oleícola.

> En el futuro, la correcta valorización de los subproductos del olivar y del sector oleícola no será una alternativa para los gestores implicados, sino una obligación que conducirá a mejorar la rentabilidad económica de ambos sectores y a avanzar en el camino hacia una bioeconomía más sólida

A nivel medioambiental es si cabe más importante. Por un lado, es necesario dar salida a las podas que cada dos años se realizan a los olivos (aproximadamente dos millones de toneladas) y que no pueden permanecer demasiado tiempo en el campo debido a la plaga del barrenillo -por ley se obliga a retirar esa poda antes de una fecha determinada-. La opción más generalizada es su valorización energética en plantas de generación eléctrica o de calor para evitar su incineración en campo sin control, con todos los perjuicios que conlleva. Generar otros productos con mayor valor añadido es posible (compost, biochar (carbón vegetal), si bien actualmente sus mercados no son capaces de absorber tales cantidades.

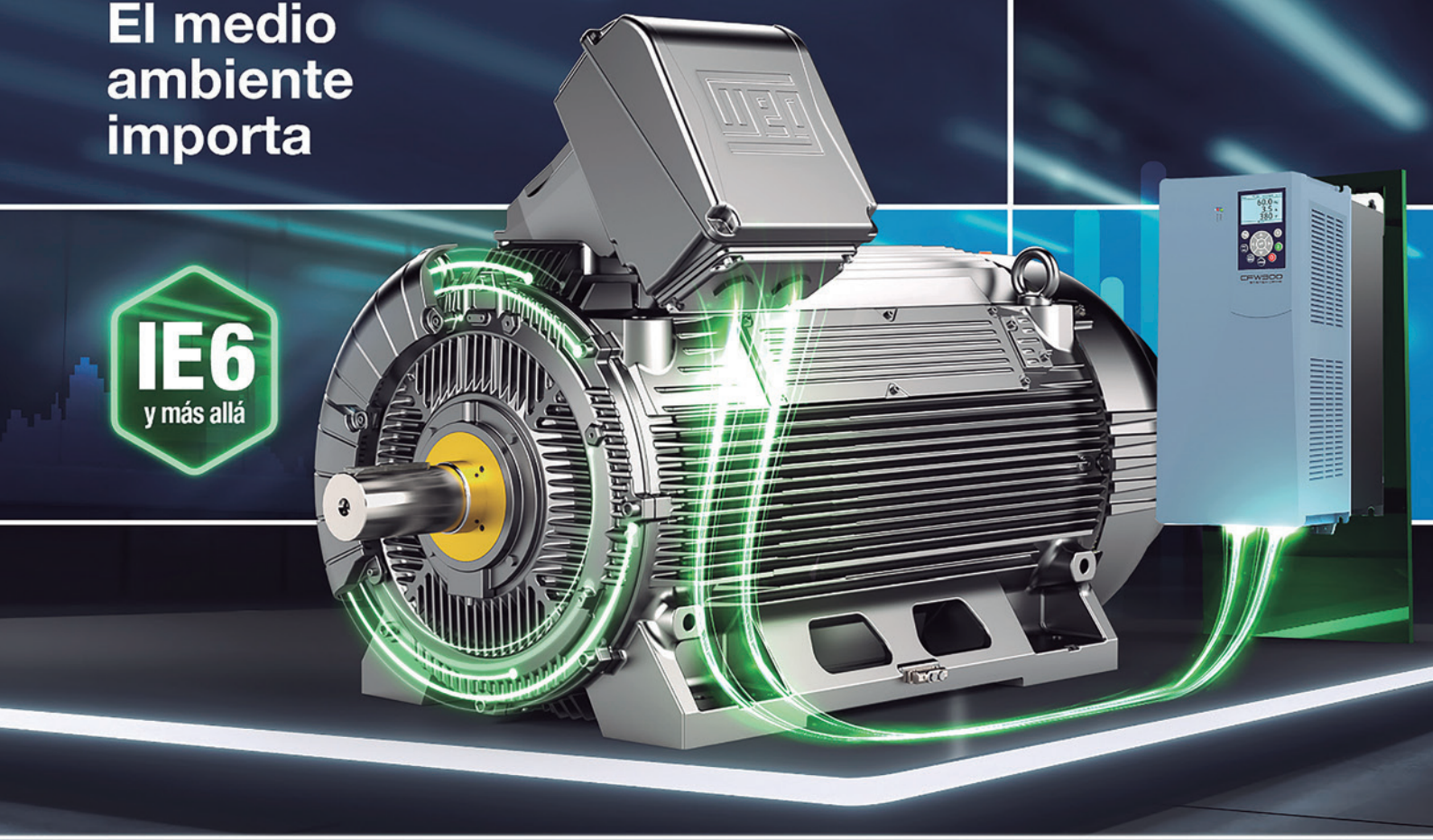
Por otro, los subproductos del proceso de la extracción del aceite -básicamente alperujo- deben ser gestionados correctamente y actualmente la única vía capaz de dar salida al 98-99% del volumen es la valorización vía orujeras -al margen de alguna experiencia de fabricación de compost con alperujos-. Asimismo, existen varios proyectos para obtener biogás o biometano, promovidos por la Junta de Andalucía mediante ayudas. En cualquier caso, ya se trate de una valorización en orujeras obteniendo aceite de orujo y un nuevo biocombustible como es el orujillo, o bien sea obteniendo biogás, la única opción

(pasa a página 110)

Kubota

W23 Sync+ Ultra

El medio ambiente importa



EVITA EMISIONES DE CARBONO

MÁXIMA EFICIENCIA DEL MERCADO

MENOR COSTE TOTAL DE PROPIEDAD

AMPLIO RANGO DE OPERACIÓN HASTA 1.250 KW

W23 Sync+Ultra, el motor industrial más eficiente del mundo.

La industria precisa continuar creciendo, y los próximos pasos son la **transición energética,** así como **evitar las emisiones de carbono.** Es así como cuidamos aún más del medio ambiente y dejamos nuestro legado a las futuras generaciones.

En WEG estamos siempre pensando en el futuro, y con tecnología punta llegamos más allá de los estándares y reglamentaciones globales, definiendo un nuevo nivel de eficiencia, alcanzando un 20% **menos de pérdidas que el IE5.** Y eso cambia todo.

Driving efficiency and sustainability

www.weg.net

Proyecto LIFE COMP0LIVE: generando nuevos modelos de negocio mediante productos de alto valor añadido

Concluido a comienzos de 2024, el proyecto LIFE COMP0LIVE (*www.lifecompolive.eu*), en el que participaron el Centro Tecnológico del Plástico Andaltec, la Universidad de Jaén, Citoliva y varias empresas privadas como el fabricante de automóviles Ford, se centró en la aplicación de la madera (fibras) de poda de olivar como refuerzo de matrices poliméricas para la obtención de materiales compuestos (biocomposites). Entre sus principales conclusiones figuran que se trata de una solución más sostenible que los materiales plásticos convencionales y permite la optimización de los recursos renovables disponibles, así como la reducción del consumo de materias primas de origen no renovable (plásticos convencionales).



Productos de alto valor añadido fabricados en el marco del proyecto LIFE COMP0LIVE.

"Actualmente, los restos de poda de olivo se queman o se esparcen en los olivares como enmienda orgánica -indica Francisco Javier Navas, director del Departamento de Proyectos de I+D+i de Andaltec-. Sin embargo, la composición lignocelulósica de la biomasa de poda del olivar (OTP) lo convierte en una fuente potencial de materiales compuestos de alto valor añadido, lo que proporciona una excelente alternativa económica para el sector del olivar. Hablamos de un producto muy diferenciado, ya que procede de un residuo muy específico que le otorga un aspecto y unas propiedades asociadas muy concretas".



Parte del equipo de trabajo del proyecto LIFE COMP0LIVE, entre ellos el coordinador del mismo, Francisco Javier Navas, director del Departamento de Proyectos de I+D+i de Andaltec (segundo por la izqda.); y la profesora de la UJA María Dolores la Rubia (primera por la dcha.).

Con unos costes de producción similares a los de los plásticos convencionales, este nuevo tipo de biocomposites pueden procesarse adecuadamente utilizando los mismos equipos y tecnologías que se utilizan para procesar los plásticos convencionales, pudiendo adaptarse en términos de propiedades para satisfacer los diferentes requisitos industriales de cada aplicación de destino.

La solución técnica propuesta en el proyecto es también la base para nuevos modelos de negocio innovadores, basados en los principios de la economía circular, que podrían suponer una nueva e importante vía complementaria de negocio para los agricultores más allá del aceite de oliva. A ello hay que sumar el fomento de la conectividad entre las zonas rurales (ubicación de OTP y fabricación de materiales biocomposites de OTP) y las zonas industrializadas -donde se fabrican automóviles y productos finales utilizando estos biocomposites- a través de la cadena de suministro. Finalmente, la posibilidad de fabricar productos de alto valor añadido como los biocomposites del proyecto LIFE COMP0LIVE tendría un impacto significativo en el sur de España, especialmente en las zonas rurales donde se localizan los olivares, contribuyendo a evitar la despoblación y favorecer el asentamiento en las zonas rurales.



Proyecto OLICOMP3D

Otro innovador proyecto de I+D en el que ha participado Andaltec Centro Tecnológico es OLICOMP3D -un Grupo Operativo integrado también por la UJA, INUO Olive Grove and Olive Oils, la Universidad de Cádiz, Matersia Proyectos y Materiales y la DOP Sierra Mágina-, que perseguía el aprovechamiento y la revalorización de los residuos agroalimentarios del sector del olivar, concretamente la madera de la poda de olivo y el hueso de aceituna, a través del desarrollo de materiales compuestos multifuncionales de base polimérica para fabricación aditiva de gran formato. Andaltec se encargó de la fabricación y análisis de materiales compuestos sostenibles empleados para crear envases para AOVE mediante fabricación aditiva de gran formato, abriendo nuevas posibilidades en la producción industrial sostenible, y ya se ha desarrollado el primer demostrador de packaging para AOVE de la DOP Sierra Mágina fabricado a partir de subproductos del olivar.

La fabricación de los materiales se llevó a cabo mediante un proceso de mezclado o *compounding* en una línea de extrusión-peletizado ubicada en el área de producción de Andaltec. En este proceso se incorporan residuos agroindustriales provenientes de la producción de aceite de oliva - seleccionados y acondicionados previamente por la UJA- a una matriz polimérica seleccionada. Este enfoque aprovecha biomasa del olivar, como huesos de aceituna y otros subproductos, permitiendo transformar estos materiales en recursos valiosos para la industria, además de reducir los residuos agrícolas. Los materiales desarrollados no sólo buscan mejorar las prestaciones técnicas, sino que también reducen el impacto ambiental al incorporar residuos orgánicos y disminuir el uso de materiales plásticos convencionales. Una estrategia que contribuye al desarrollo de una economía circular y refuerza el compromiso de Andaltec y sus socios con la sostenibilidad y la innovación.

Kubota

25 Aniversario

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.





Las podas realizadas cada dos años a los olivos suponen aproximadamente dos millones de toneladas de residuos.

> El aprovechamiento de los subproductos del olivar es una necesidad básica, no sólo desde el punto de vista medioambiental y económico, sino de salud





La valorización energética del orujillo de aceituna, un nuevo biocombustible, contribuye a la bioeconomía rural y a la transición energética sostenible.

capaz de procesar tales volúmenes es la valorización energética, que contribuye a la bioeconomía rural y a la transición energética sostenible.

El presidente de AVEBIOM añade que actualmente "se está investigando acerca de muchos bioproductos innovadores a partir del alperujo o de sus derivados (orujo, orujillo, alpechín, hueso) tales como bioplásticos, químicos, cosméticos, etc. Pero todavía se encuentran en una fase incipiente y, aunque en un futuro podrían convertirse en productos con un alto valor añadido, de momento las cantidades que se producen son de laboratorio". Y concluye apuntando que "al utilizar los biocombustibles en sustitución de combustibles fósiles para generar energía estamos ahorrando emisiones de CO_2, por no hablar de que todos los combustibles fósiles se tienen que importar. Al no importarlos estamos contribuyendo a la economía española y al desarrollo rural porque estos recursos se generan en el medio rural".

El reconocimiento normativo de los subproductos, un aspecto clave

Todos los subproductos derivados de la actividad agrícola cuentan con un propósito común: su potencial valorización en otras cadenas productivas. José Mª González Moya, director general de APPA Renovables, considera que el uso como biomasa de dichos subproductos impulsa la generación de energía renovable, reduce la dependencia de combustibles fósiles y disminuye las emisiones de CO_2, apoyando así la transición energética y la descarbonización. En su opinión, la valorización de derivados como el orujillo o el alperujo no sólo diversifica los ingresos del sector oleícola, proporcionando nuevas fuentes de rentabilidad a las almazaras, sino que también fomenta la economía rural y crea nuevos empleos vinculados a estas actividades. Además, su aprovecha-



José Mª González Moya, director general de APPA Renovables.

Kubota


Planta de biogás.

miento contribuye a una gestión sostenible de los residuos agrícolas, minimizando su impacto ambiental y promoviendo un modelo más eficiente y circular.

Si nos centramos en el alperujo, la Orden TED/92/2022 lo reconoce como subproducto exclusivamente para la extracción de aceite de orujo de oliva crudo; sin embargo, para otros fines, como la producción de energía, sigue considerándose residuo, estando sujeto a la normativa de gestión correspondiente. Más allá de sus aplicaciones tradicionales, su aprovechamiento energético, tanto en la generación eléctrica como en la industria del biometano, ha cobrado relevancia en los últimos años. En el ámbito energético, el alperujo puede transformarse en biogás mezclado con otros sustratos ricos en nitrógeno, como estiércoles y purines, contribuyendo de esta forma no sólo a la transición energética, sino también a la reducción de residuos agrícolas. Por su parte, el orujillo ha sido recientemente reconocido como subproducto apto para su uso energético, facilitando su integración en la producción de electricidad y promoviendo un modelo más sostenible.

Y es que el reconocimiento normativo de estos subproductos es clave para su desarrollo en el sector energético, sostiene el director general de APPA Renovables. La consideración del orujillo como subproducto ha permitido su valorización en la generación de energía. En el caso del alperujo, informes de la EFSA determinaban que, debido a sus niveles de hidrocarburos policíclicos sa-

Ausere

EQUIPOS ROTATIVOS Y LINEALES
• Llenadoras para aceite comestible con sistemas volumétricos, caudalímetros másicos o por nivel. Con cierre automático para tapón a presión o rosca pilfer – proof.
• Equipos especiales para miniaturas

LLENADORAS VOLUMÉTRICAS Y MÁSICAS

Más de 50 años de experiencia en la fabricación de líneas completas de embotellado para aceite en España y en más de 40 países, con las últimas tecnologías

LLENADORAS SEMI-AUTOMÁTICAS



Industria Ausere S.L.
Constitución, 26 • 50410 Cuarte de Huerva (Zaragoza) ESPAÑA
Tel.: +34 976 50 43 40 • Fax: +34 976 50 47 31
ausere@ausere.es
www.ausere.es

turados, tendría que identificarse como residuo. Aún así, esto permitiría su aprovechamiento en la elaboración de biocombustibles de nueva generación, gases renovables o, directamente, generación de energía, potenciando una segunda vida para el alperujo.

La biomasa, una inversión valiosa y de alto valor

González recuerda que el aprovechamiento y valorización de los residuos del olivar ofrecen múltiples beneficios al sector oleícola y olivarero en Andalucía y España, "especialmente desde la perspectiva de la generación eléctrica, aunque también puede utilizarse para producir moléculas verdes, como biocombustibles o gases renovables, constatando la diversidad de la energía biomásica. Utilizar esta biomasa para la producción de energía no sólo contribuye a una gestión sostenible de los residuos agrícolas, sino que también impulsa la economía local al generar beneficios económicos y empleo en las áreas rurales, algo que debería ser prioritario para nuestra sociedad y ayudaría a fortalecer el vínculo existente entre renovables y mundo rural".

"Además -añade-, la biomasa del olivar ha sido tradicionalmente una fuente de energía renovable que hoy, mediante la generación eléctrica de la biomasa, aporta firmeza y gestionabilidad al sistema eléctrico, permitiendo equilibrar la oferta y la demanda energética, asegurando un suministro eléctrico de calidad. Es importante que la biomasa para generación eléctrica tenga en el futuro un mayor peso, que ayudará a corregir ciertos desequilibrios que pueden producirse en el sistema. Aunque el coste por megavatio hora (€/MWh) de la biomasa puede ser superior al de otras fuentes de generación eléctrica, sus beneficios de gestionabilidad, socioeconómicos y medioambientales la convierten en una opción de alto valor para España. Al considerar factores como la creación de empleo, la recaudación fiscal, la reducción de prestaciones por desempleo, etc., la biomasa demuestra ser una inversión valiosa que contribuye al desarrollo sostenible y a la transición hacia un modelo energético más limpio".


Compostaje de alperujo previo a su valorización.


Luis Puchades, presidente de la Asociación Española de Biogás (AEBIG).

Una valiosa materia prima para la producción de biogás...

La Asociación Española de Biogás (AEBIG) tiene muy claro que los subproductos del olivar, principalmente alpechines y alperujos, representan una materia prima valiosa para la producción de biogás. Actualmente, su gestión puede plantear problemas ambientales que las plantas de biogás contribuyen a resolver. Estas instalaciones no sólo facilitan el tratamiento adecuado de dichos residuos, sino que también generan un gas renovable con valor económico, lo que ayuda a viabilizar el proceso. "Es fundamental abordar el tratamiento ambiental de los subproductos del olivar de manera integral, lo que implica no solo la producción de biogás, sino también la valorización de los digeridos como fertilizantes", sostiene su presidente, Luis Puchades.

En cuanto a la producción de biogás, "estos subproductos representan una fuente de carbono muy interesante, especialmente en codigestión con otros residuos ricos en nitrógeno, como estiércoles, purines o lodos", confirma Puchades. Además, algunas plantas trabajan con dietas en las que los subproductos del olivar son predominantes. Tras la fase de aprovechamiento energético, los digeridos resultantes pueden aplicarse directamente en el campo o procesarse mediante compostaje para obtener un fertilizante sólido.

> El sector oleícola debe cultivar una imagen de sostenibilidad y circularidad que redunde en el producto estrella, el aceite de oliva, contribuyendo a incrementar su consumo y a consolidar la idea de un sector dinámico e innovador

A su juicio, el aprovechamiento y valorización de los subproductos del olivar presenta varias e importantes ventajas. "En primer lugar, permite diversificar los ingresos mediante la producción de energía y fertilizantes, además de ampliar las

(pasa a página 116)

Kubota


ProciOleo™
Especialistas en Automatización, Control y Gestión de Procesos para Almazaras.
45 años ofreciendo soluciones
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
AVEVA Partner Ecosystem System Integrator MEMBER
Solution Partner Digital Industries Software SIEMENS
Rockwell Automation Recognized System Integrator
Sede en Europa
Parque Industrial y de Servicios del Aljarafe, Calle Brujula, 62. 41927 - Mairena del Aljarafe (Sevilla) España.
Tino: +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

Proyecto LIFE CHANDELIER para el impulso de la producción sostenible de biometano vehicular utilizando residuos agroalimentarios en áreas rurales



Foto de grupo de los participantes en la jornada y visita a la planta de biogás de Valderrobres.

En septiembre de 2024, el proyecto europeo LIFE CHANDELIER inició su misión para fomentar la producción sostenible de biometano vehicular en zonas rurales. Con un presupuesto de 3,9 millones de euros distribuidos a lo largo de tres años, esta innovadora iniciativa representa un avance significativo hacia la sostenibilidad en el sector del transporte y el desarrollo rural sostenible. Coordinado por el Cluster de Alimentación y Nutrición de Aragón, LIFE CHANDELIER apuesta por un alto impacto con un consorcio estratégico formado por una industria cárnica líder, empresas innovadoras y centros tecnológicos especializados en bioenergía y gestión de residuos agroalimentarios: GUCO (Grupo Arcoiris), Genia Bioenergy, Inderen, Instituto Tecnológico de Aragón (ITA) y Eurecat.





LIFE CHANDELIER ha identificado un alto potencial para aumentar la producción avanzada de biometano y al mismo tiempo mejorar la gestión actual de los residuos agroalimentarios en las zonas rurales. El proyecto tiene como objetivo demostrar una producción mejorada, trazable -a través de tecnología *blockchain*- y rentable de biogás y biometano de grado vehicular (según los estándares ISCC EU 202-5 y 205) en plantas de pequeña y mediana escala, mediante un pretratamiento simultáneo basado en extrusión de residuos agroalimentarios lignocelulósicos complejos -en particular, orujos de aceituna, cáscaras de almendras, sarmientos y paja de cereales-, y su codigestión anaeróbica con otros residuos agroalimentarios orgánicos -purines de porcino y residuos de matadero-. En el marco del proyecto se optimizarán diferentes combinaciones de residuos agroalimentarios generados en zonas rurales, con el foco puesto en maximizar el rendimiento de biogás.

La solución de producción de biometano propuesta, competitiva en costes y con materia prima flexible, basada en tecnologías innovadoras modulares y versátiles, conducirá a una reducción significativa de las emisiones de GEI (hasta un 80%) y permitirá una producción rentable de biometano en áreas rurales para el transporte sostenible. En este sentido, la calidad del biometano será validada como Bio-GNC en un Vehículo de Alta Potencia (HDV) que recorrerá 120.000 kilómetros durante el proyecto.

Jornada de Innovación sobre Bioeconomía Circular en la Industria Agroalimentaria

En el marco de este proyecto, el 29 de enero de 2025 se celebró en Valderrobres (Teruel) una Jornada de Innovación sobre Bioeconomía Circular en la Industria Agroalimentaria que reunió a más de 70 asistentes -de forma tanto presencial como virtual- y contó con representación de los principales sectores agroalimentarios de Aragón, incluyendo la industria de la producción de aceite, almendra, cereal y vino.

Durante la jornada -que contó con el apoyo del Consejo Comarcal de la Comarca del Matarraña y de su presidente, Fernando Camps, que participó en el evento- se expuso el proyecto LIFE CHANDELIER, que desarrolla una solución innovadora para la producción de biometano vehicular a partir de residuos orgánicos generados por la industria agroalimentaria en áreas rurales, con aplicación en el sector del transporte. Además, CITA Teruel presentó el caso del proyecto AgrifoodTe, centrado en la creación de *living labs* orientados a la valorización de residuos de la industria agroalimentaria. También participaron en la jornada socios clave del proyecto como GUCO y Genia Bioenergy. Tras las ponencias, los asistentes tuvieron la oportunidad de realizar una visita técnica de la planta de biogás de Valderrobres de la mano de Mariano Mínguez (Bioselval) y César Casasnovas (Genia Bioenergy).

Kubota

Indicador del riesgo de la cuenta corriente

1 / 6 Este número es indicativo del riesgo del producto, siendo 1 / 6 indicativo de menor riesgo y 6 / 6 de mayor riesgo.	La entidad se encuentra adherido al Fondo de Garantía de Depósitos de Entidades de Crédito Español. La cantidad máxima garantizada actualmente por el mencionado Fondo es de 100.000 euros por depositante.

cajamar CAJA RURAL



PAC 2026

DOMICILIACIÓN + ANTICIPO

Ayudas PAC

Domicilia la ayuda y nosotros te la anticipamos cuando la necesites

Domicilia la PAC con nosotros y aprovecha nuestra experiencia.

Te anticipamos hasta el 80% de la ayuda si lo necesitas, de forma ágil y rápida.

Quién mejor que nosotros, que lo llevamos en nuestro ADN.

Escanea para versión accesible

Banca a Distancia
www.gcc.es



Instalaciones industriales de Dcoop en Osuna (Sevilla).



Harina de pulpa de aceituna desarrollada por Dcoop.

Dcoop cuenta con un producto completamente estandarizado denominado pulpa de aceituna que ha sido testado en diferentes especies animales evidenciando los beneficios nutricionales y saludables que aporta

opciones de gestión de los subproductos, ofreciendo alternativas a las extractoras y otros métodos de tratamiento. Por otro lado, contribuye a mejorar la imagen del sector, ya que proporciona una trazabilidad ambiental clara, impulsa la economía circular y fomenta el uso de energías renovables. Para maximizar el valor del aceite de oliva es fundamental proyectar una imagen ambiental óptima y certificar su sostenibilidad".

...y una oportunidad para aumentar la rentabilidad económica con un enfoque *eco-friendly*

En los últimos años, las empresas relacionadas de forma directa o indirecta con el sector oleícola y olivarero se han dado cuenta de la creciente importancia de la valorización y aprovechamiento de los subproductos del olivar. Compañías líderes como Pieralisi ven en el aprovechamiento de los subproductos del olivar una oportunidad para todo el sector en términos de rentabilidad económica, iniciando una actividad distinta de la mera obtención de aceite. "En un momento como el actual en el que toda la industria está enfocada en reducir las emisiones de efecto invernadero -apunta su Product Marketing Manager para España y Portugal, Antonio Carazo-, el aprovechamiento de estos subproductos puede ayudar decididamente a vestir nuestros AOVEs con un nuevo atributo de *eco-friendly*. Dicha valorización, junto con el oleoturismo y la obtención de aceites de oliva en todas sus categorías, debería conformar el tridente que el sector tiene que portar en su caja de herramientas para garantizar un futuro en la actividad agrícola que retenga población en las zonas rurales y consiga atraer a jóvenes para dar viabilidad al relevo generacional".

La multinacional italiana, que en OLEOMAQ 2025 organizó la jornada "*El potencial del biogás en el sector oleícola*", considera que, al margen de la producción de aceite de orujo de oliva y el compost -que permite obtener un producto con un alto contenido en materia orgánica que favorece suelos degradados como es el caso del olivar andaluz, deficitario en materia orgánica-, una aplicación emergente del alperujo que dará mucho que hablar en el futuro "es su aplicación como un elemento más de las dietas utilizadas por las plantas de biogás para la producción de metano renovable mediante procesos de digestión anaerobia en co-digestión junto con otros sustratos, o en monodigestión".

Cerrar el círculo del residuo cero

Si hablamos de subproductos, Dcoop cuenta con una sección de orujo con 36 almazaras asociadas que en 2024 recibió 131.000 t. en la orujera de Fuente de Piedra (Málaga); y otra sección de valorización de subproductos del olivar con 11 cooperativas que dispone de instalaciones industriales en Martos (Jaén) y Osuna (Sevilla), que en el ejercicio 2024 facturó más de 4 millones de euros. "A nivel económico es una unidad de negocio en sí misma" -confirma su responsable de I+D+i, Silvia López-. Y desde el punto de vista medioambiental, entendemos que gracias a esta inversión en instalaciones industriales y a la labor de transformación y comercialización de estos subproductos estamos resolviendo un problema de gestión de residuos y al mismo tiempo creando valor añadido para la producción de nuestros socios y socias del olivar. Es cerrar el círculo del residuo cero".

López recuerda que "en la última década son muchas las investigaciones que buscan un aprovechamiento de los subproductos en general y en particular de aquellos relacionados con el olivo. Es bien sabido que el aceite de oliva, la aceituna y los subproductos derivados de los procesos de obtención contienen compuestos de interés beneficiosos para la salud de las plantas, los animales y las personas, como los ya conocidos polifenoles o los triterpenos. Esto ofrece una gran oportunidad para su aplicación en diversos sectores (agrícola, ganadero, nutraceútico, etc.). Dicha valorización puede incluir procesos de extracción de

(pasa a página 120)

Kubota



Variedad

TODOLIVO I-15P

Productividad elevada y constante.
Elevado rendimento 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



Alberto Rabanal, CEO de Avalon Renovables

"Hemos creado un modelo de negocio que cambiará el concepto tradicional de las orujeras por otro 100% ecológico"

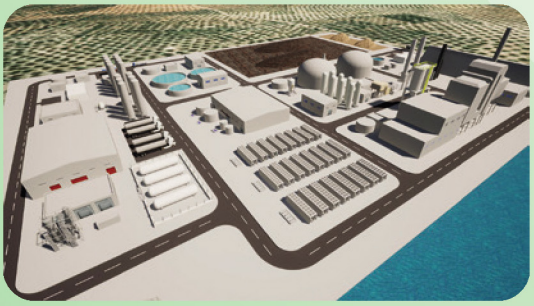


Hablamos con Alberto Rabanal, socio director de Avalon Renovables y máximo responsable del proyecto Alperujo H2, una planta de producción de biocombustibles 100% verde ubicada en Martos (Jaén) que ofrecerá una solución innovadora y sostenible para la industria olivarera y cuya construcción se prevé que esté finalizada para el segundo trimestre de 2027.

Avalon Renovables es una empresa a la vanguardia en la descarbonización industrial y el hidrógeno verde. ¿Qué va a aportar esta compañía a la industria del aceite de oliva con el proyecto Alperujo H2?
Actualmente, las empresas orujeras, debido a la exigente regulación europea, necesitan de otras industrias para deshacerse del residuo principal generado en el proceso de producción del aceite de oliva, el alperujo. Nuestra compañía propone un modelo agroindustrial ecológico que pretende marcar el camino y redefinir la gestión de residuos en el sector. Resuelve el problema que el tratamiento del alperujo supone para la industria oleícola de la forma más eficiente posible. El proceso está enfocado en lograr la mejor valorización posible de este residuo, generando un alto valor para las cooperativas y almazaras productoras de aceite.

¿Qué productos energéticos va a producir la planta a partir del alperujo? ¿Con qué capacidad contará?
Ese es precisamente un apartado de gran valor, ya que la planta será capaz de producir diferentes productos energéticos como biometanol, e-metanol, CO_2 biogénico, electricidad 100% renovable, compost ecológico, hidrógeno verde y subproductos sostenibles para su aplicación en el sector agrícola con las mismas toneladas de alperujo. Esta planta de producción de biocombustibles 100% verdes será capaz de producir unas 130.000 toneladas anuales de CO_2 biogénico capturadas.

¿Cuál es el alcance del proyecto en la zona? ¿Qué implicación tendrán las almazaras y cooperativas?
El proyecto está directamente relacionado con su entorno local y provincial. De hecho, es bidireccional porque sin los productores y organismos políticos esta planta de energía verde no sería posible. Supone una inversión de 100 millones de euros para su construcción y puesta en marcha. Además, generará unos 200 puestos de trabajo, cualificados en un alto porcentaje, lo que ofrecerá un buen número de oportunidades al empleo andaluz. Los acuerdos con almazaras y cooperativas ya están en marcha y se están recibiendo con gran interés.



¿Qué diferentes aplicaciones tienen los productos energéticos obtenidos a partir del alperujo?
En cuanto a combustible para aviación, esta planta energética estima producir metanol suficiente para elaborar 3 millones de litros de SAF. Un avión comercial podría volar hasta 1,5 millones de kilómetros y se evitarían aproximadamente 1.000 toneladas de CO_2 al año, reforzando el compromiso con una aviación más sostenible. Además podría impulsar, con el hidrógeno verde producido, una flota de unos 30 autobuses urbanos que podrán realizar más de 1,6 millones de kilómetros al año sin depender de combustibles fósiles, evitando así entre 1.250 y 1.500 toneladas de emisiones de CO_2 al año.



¿Son los biocombustibles una solución innovadora y sostenible para la gestión y aprovechamiento del alperujo?
Sin duda. Por ese motivo hemos apostado fuertemente por este proyecto en Jaén, una de las mayores zonas de producción oleícola de nuestro país. Hemos creado un modelo de negocio que cambiará el concepto tradicional de las orujeras por otro 100% ecológico. Estamos convencidos de que consolidará nuevas fuentes de producción de energía verde esenciales para solucionar el inconveniente de la gestión de residuos del sector oleícola y la producción de aceituna en el territorio.

Kubota


OliveJapan®
INTERNATIONAL OLIVE COMPETITION
2026
INTERNATIONAL OLIVE COMPETITION
PLEASE REGISTER NOW!
DEADLINE MAY 15, 2026
YOU CAN REGISTER BOTH OLIVE OIL AND TABLE OLIVES
https://olivejapan.com/en


©Grupo Migasa


©Grupo Migasa

Radiografía del sector orujero en la provincia de Jaén

(datos estimados de la campaña 2024/25)*

- Las 328 almazaras jiennenses molturaron la pasada campaña más de 2.225.000 t. de aceitunas, generando 1.800.000 t. de orujo recibidas por las 13 extractoras de orujo existentes en la provincia, que todavía podrían haber almacenado en sus balsas un 30% más.
- Las extractoras de orujo de Jaén disponen de 40 secaderos, de los que 22 secan con hornos tradicionales y otros 18 cuentan con cogeneración con gas natural para el secado.
- Gracias a este parque de secaderos, el sector fue capaz de evaporar la pasada campaña más de 1.000.000 de m^3 de alpechín, resolviendo un grave problema medioambiental derivado de los malos olores de las balsas de alpechín y de los vertidos accidentales en los ríos de la provincia.
- En la pasada campaña Jaén produjo más de 35.000 t. de aceite de orujo de oliva crudo, más de 500.000 t. de orujillo y unas 5.000 t. de biochar.

*Fuente: Carboliva

los compuestos de valor o aprovechar la materia prima como fuente de dichos componentes. La alimentación animal es una de las líneas de aplicación más inmediatas y Dcoop cuenta ya con un producto completamente estandarizado denominado pulpa de aceituna que ha sido testado en diferentes especies animales evidenciando los beneficios nutricionales y saludables que aporta, siendo ya comercializado por nuestra sección ganadera y de materias primas".

Para la responsable de I+D+i de Dcoop, "la sostenibilidad del olivar y de la población rural dependen en gran medida de la rentabilidad económica y ambiental de este cultivo. Nos enfrentamos a un reto de gran importancia que se ha visto perjudicado por el cambio climático y la falta de alternativas laborales atractivas para las nuevas generaciones en su entorno, lo cual se traduce en una tendencia a la despoblación de estas zonas rurales y el abandono de explotaciones agrícolas. En este contexto, el aprovechamiento de subproductos supone una vía complementaria para la mejora de la rentabilidad del sector. Por un lado, ofrece una salida más sostenible a subproductos que pueden suponer un problema medioambiental si no son bien gestionados. Por otro, representa nuevas alternativas de negocio que incrementan el retorno económico al sector y favorece la fijación de las nuevas generaciones en el territorio".

Subproductos, no desperdicios

Migasa es un importante grupo agroalimentario de origen andaluz y de propiedad 100% familiar cuyos inicios se remontan a principios del siglo XX. Con presencia en más de 120 países de los cinco continentes, Grupo Migasa es una de las empresas líderes a nivel mundial de aceite de oliva envasado. "Estamos totalmente integrados en la cadena de valor del olivar -afirma el responsable de Energía del Grupo, Jaime Osta-, donde nuestra industria orujera cierra la economía circular del sector oleícola desde hace décadas. Aprovechamos todo del olivo, y ello hace que sea sostenible tanto a nivel económico como medioambiental, revalorizando tanto la biomasa generando energía como el aceite de orujo de oliva, el mejor para fritura".

"El hueso y la hoja del olivo se utilizan como combustible en las calderas de biomasa para generar energía, tanto eléctrica como térmica -añade-. El alperujo lo aprovechamos en la obtención de orujillo para biomasa y aceite de orujo de oliva crudo, que se refina para ser comercializado en el canal alimentario, tanto en el mercado nacional como de exportación".

En la actualidad, Grupo Migasa tiene proyectos en marcha de plantas de biogás partiendo de alpechín como principal cosustrato

(pasa a página 123)

Kubota



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

Nace la Alianza Andaluza del Biogás

Posicionar a Andalucía como referente en el mercado de la descarbonización. Con ese objetivo nace la Alianza Andaluza por el Biogás A2BIO, la primera de España para el desarrollo del biogás promovida por una Administración pública, presentada el 13 de enero de 2025 en Jaén por el presidente de la Junta de Andalucía, Juanma Moreno. Fruto de la colaboración público-privada, esta alianza hará, en palabras de Moreno, que "Andalucía siga siendo modelo en asuntos claves como la transición energética y la economía circular".



El presidente andaluz, Juanma Moreno, entre el presidente de la Asociación Española de Biogás, Luis Puchades, y el presidente de la Asociación Española del Gas, Joan Batalla.

La Alianza -que nace con 90 entidades adheridas entre las que se encuentran empresas, asociaciones de empresas, universidades o centros tecnológicos, entre otras- supone una gran oportunidad para las zonas rurales como productoras y consumidoras de esta nueva forma de energía y podría convertir a Jaén en la capital española del biogás, "lo que supone una extraordinaria oportunidad para crecer en innovación e industria en clave sostenible". En el acto de presentación, el presidente andaluz afirmó que, según un estudio de SEDIGAS, Andalucía es la segunda Comunidad con mayor potencial de España, con 334 posibles plantas, manifestando que, en caso de poder realizarse todas, con su producción de biogás se podría cubrir el 100% del consumo de gas natural en el sector doméstico e industrial en la región.


Caldera de biomasa para uso térmico.

Según matizó, en Andalucía se contabilizan a día de hoy 21 plantas de producción de biogás que aportan unos 33 megavatios, y que el objetivo es "construir plantas más avanzadas capaces de producir biogás para inyectarlo a la red de gaseoductos, teniendo en cuenta que el gas natural es la segunda fuente de energía de mayor demanda en la comunidad andaluza". En la actualidad, en Andalucía existe medio centenar de proyectos empresariales de biogás que supondrían una inversión de 1.400 millones de euros y la creación de 3.500 puestos de trabajo, estando 41 de ellos en tramitación por valor global de 840 millones de euros y 2.000 empleos.

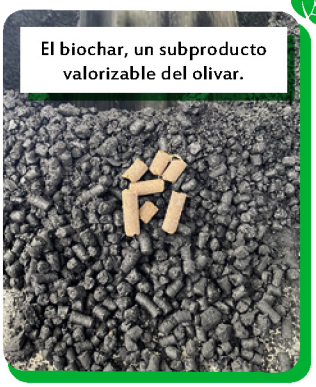
El presidente de la Junta concretó que la provincia de Jaén concentra casi la mitad de esos proyectos y también de la inversión, con alrededor de 710 millones, a lo que se suma que es la provincia con mayor número de proyectos en tramitación, hasta 16, con una inversión asociada de unos 563 millones de euros.

Una vez presentada la Alianza, algunas voces como la Álvaro Espuny, CEO de Carboliva, consideran que se debe preservar, actualizar y potenciar el tejido industrial de las extractoras de orujo, que ya disponen de todas las infraestructuras, la maquinaria y el personal necesarios. En este sentido, es importante implementar sistemas para reducir la emisión de partículas en los secaderos de orujo, para lo que el sector cuenta con dos opciones: electrofiltro y pirólisis.

Al respecto, Espuny entiende que "el biogás se debe producir con residuos que no son útiles para otra cosa y son difíciles de compostar. La producción de orujos de las almazaras de Jaén sólo ha cubierto esta campaña el 70% de la capacidad de almacenamiento y secado de las 13 extractoras de orujo implantadas en la provincia, no siendo razonable fomentar la inversión en unas plantas de biogás que van a tener que competir con las extractoras para comprar los orujos, que se enfrentan a grandes incertidumbres tecnológicas porque ninguna ha trabajado nunca sólo con orujos, que no tienen previsto cómo valorizar los digestatos semisólidos y líquidos, etc. Las ayudas que se tengan que dedicar al sector de los subproductos de la aceituna deben estar equitativamente repartidas para la modernización del sector".



Horno de pirólisis fabricado por Carboliva y situado en las instalaciones de Coosur en Puente del Obispo (Jaén).


El biochar, un subproducto valorizable del olivar.

En la actualidad, Grupo Migasa tiene proyectos en marcha de plantas de biogás partiendo de alpechín como principal cosustrato, "ya que con ello conseguimos añadir todavía más valor al alperujo, produciendo un combustible de origen renovable y fertilizante natural para el olivar".

Biocarbón sostenible de alta calidad

Con sede en Osuna (Sevilla), Carboliva es una empresa fundada por el empresario andaluz Álvaro Espuny y dedicada a la valorización de la biomasa del olivar, a partir de la cual crea carbón vegetal de alta calidad y produce energía térmica limpia y sostenible, aplicando las últimas innovaciones.

Espuny recuerda que "la mejor forma de acceder al valor añadido de los subproductos de la aceituna es el secado del orujo, a partir del cual se separa el aceite y se dispone de la biomasa seca y desengrasada, con un alto poder calorífico, que ahora alimenta varias plantas de generación eléctrica con biomasa -como en Villanueva del Arzobispo, en Linares-Baeza y en Andújar- y muchas calderas de biomasa en toda España que han sustituido combustibles fósiles por el orujillo para descarbonizarse".

Para poder realizar el secado se precisa energía térmica que se obtiene del propio orujo una vez separado el aceite, "que es el principal valor añadido y que permite pagar precios muy interesantes a las almazaras por parte de las extractoras de orujo". La solución que propone Carboliva para el secado -el 40% se lleva a cabo con cogeneración de gas natural- es realizarlo con horno de pirólisis, sustituyendo a los hornos tradicionales, reduciendo al máximo las emisiones de partículas de ceniza a la atmósfera y obteniendo biochar, "un nuevo producto altamente poroso que supone un valor añadido para la agricultura y para el clima".

Espuny destaca el biochar como un coadyuvante de gran valor para la agricultura regenerativa y el clima, habida cuenta de que cada tonelada de biochar fija en el suelo más de dos toneladas de CO_2 durante cientos de años.

MAQUINARIA OLEÍCOLA
40 AÑOS A TU SERVICIO.

EFICICIENCIA 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 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

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

RIVERO®
CALDERERÍA RIVERO, S.L.

Ctra la Roda - Pedrera km 1 41590 La Roda de Andalucia (Sevilla) España
Telf: +34 954 016 294 Fax: +34 954 015 038
info@caldereriarivero.es https://caldereriarivero.es





Plantas de biogás con uso de subproductos agrícolas desarrolladas por VINCI Energies.

> El reconocimiento normativo de estos subproductos es clave para su desarrollo en el sector energético



Héctor Sánchez, director de Proyectos Especiales en VINCI Energies España.

El alperujo, una joya por descubrir

VINCI Energies España, filial de la multinacional francesa Grupo VINCI, líder global en soluciones para la digitalización y la transición energética, es especialista en ingeniería y proyectos llave en mano para plantas de biogás-biometano. En opinión de Héctor Sánchez, director de Proyectos Especiales GGRR (Gases Renovables) en VINCI Energies España, "si estamos de acuerdo con los principios de la economía circular, el sector oleícola es la perfecta representación de sus virtudes. Desde VINCI Energies entendemos que cada uno de los subproductos del olivar tiene un aprovechamiento y valorización, ya sean los tradicionales procedentes del olivo y sus restos de poda como los alternativos a la producción del aceite de orujo, con el uso del alperujo -tanto en su fracción sólida como líquida- para la producción de biogás o biochar. Este ciclo virtuoso permite incrementar el valor de la producción, ampliando el modelo económico y reduciendo su estacionalidad, ya que ayuda a generar negocio más allá de la temporada, y contribuye a la consecución de objetivos medioambientales, reemplazando gases fósiles por gases con emisiones neutras o devolviendo al campo el fertilizante resultante tras el proceso de tratamiento del subproducto".

Para Sánchez, "el alperujo -como bien sabe el sector- es una joya por descubrir o, al menos, por desarrollar en su máximo potencial. Más allá de su uso tradicional como materia prima para la producción de aceite de orujo, también es factible utilizar su capacidad para producir biogás tras pasar por un proceso de digestión anaerobia. Esto genera una nueva vía continuada de ingresos para almazaras y orujeras, además de mejorar los procesos de almacenamiento obligado. Incluso en el caso de orujeras que utilizan procesos de tres fases es viable el empleo del alpechín, la fase líquida, para la producción de biogás, lo que abre nuevas posibilidades aún más interesantes para completar el modelo económico con lo que hasta ahora ha sido considerado un residuo no valorizable. Por supuesto, para que el aprovechamiento sea efectivo se deben tener en cuenta los componentes inhibidores del alperujo, su resistencia a la metanización, que obliga a realizar ensayos previos en laboratorio para comprobar la capacidad real de producción, tanto como monosustrato o mezclado con otros subproductos orgánicos".

En cuanto a sus beneficios para el conjunto del sector, el modelo circular de valorización de subproductos del olivar se debe entender como un modelo complementario que no reduce, sino que amplía las posibilidades económicas de dicho sector. "Se debe hablar de integración más que de competición por el subproducto -afirma Héctor Sánchez-. Esto es clave para el desarrollo eficiente del sector del biogás basado en el alperujo, que no debe interpretarse como una amenaza para los productores tradicionales, sino como una nueva vía para la gestión y el aprovechamiento, y por supuesto para incrementar los beneficios sociales, en términos de empleo y sostenibilidad, del sector oleícola. No descubrimos nada cuando comprobamos que diversos actores del sector están prestando especial atención a estas nuevas vías. Empresas como la nuestra, con larga experiencia en otros países, están ayudando a dimensionar adecuadamente las infraestructuras en función del volumen de sustratos y la capacidad de inversión".

Transformación en productos de alto valor añadido e impacto medioambiental y socioeconómico

El aprovechamiento de los subproductos del olivar, como el alperujo, es el eje central de la actividad y visión empresarial de Smallops, una *start-up* tecnológica que busca soluciones innovadoras para hacer frente al cambio climático a través de la nanotecnología. "En Smallops no sólo ofrecemos soluciones tecnológicas,

Kubota

OPTICEPT

★ ★ ★ ★ ★

"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 Higueras, 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 gratuita!

sales@opticept.se +46 (0)46 152 300 OPTICEPT.SE

> En Smallops han desarrollado tecnologías innovadoras que permiten la transformación del alperujo en productos de alto valor añadido como biogás y nanopartículas de hierro encapsuladas en carbono



Los fundadores de Smallops (de izqda. a dcha., María Jara, Rubén Escudero e Íñigo Monreal) en la entrega de premios de la 13ª edición del Fondo de Emprendedores de la Fundación REPSOL.



Instalaciones y centro de producción de Smallops en Troil Vegas Altas, una reconocida orujera extremeña situada en Valdetorres (Badajoz).

sino que también construimos un modelo de negocio alineado con los principios de la bioeconomía circular y la sostenibilidad que contribuye a crear una cadena de valor sostenible que refuerza la competitividad de la industria del olivar", señala Rubén Escudero, director técnico y uno de los cofundadores de la empresa, quien añade que "nuestras soluciones ofrecen una alternativa eficiente y rentable para la gestión de residuos, lo que ayuda a los productores a cumplir con las normativas medioambientales y a reducir los costes asociados a la eliminación de estos materiales, un problema recurrente en el sector".

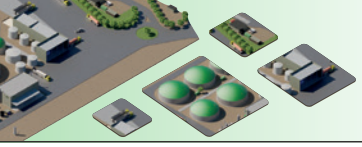
En Smallops han desarrollado tecnologías innovadoras que permiten la transformación del alperujo en productos de alto valor añadido como biogás y nanopartículas de hierro encapsuladas en carbono, "un producto único que mejora la producción de biometano, descontamina aguas y actúa como aditivo en la producción de fertilizantes -explica Escudero-. También estamos explorando su uso en la fabricación de fertilizantes sostenibles que mejoran la calidad del suelo y la productividad agrícola. Estas aplicaciones no sólo optimizan el uso de los recursos, sino que también generan fuentes de ingresos adicionales para los productores y reducen los costes operativos, al tiempo que se diversifican las actividades económicas del sector".

Otros subproductos del olivar, como los restos de poda y el hueso de aceituna, pueden ser valorizados mediante tecnologías como la pirólisis, obteniendo productos como biochar, syngas y aceites condensados. Asimismo, existe un creciente interés en la extracción de compuestos bioactivos, como antioxidantes, que tienen aplicaciones en las industrias alimentaria, cosmética y farmacéutica. La clave reside en maximizar el valor de cada subproducto, creando un modelo de negocio sostenible y rentable para el sector.

Desde el punto de vista medioambiental, el enfoque de residuo cero garantiza que estos subproductos no sólo no generen impactos negativos, como la contaminación de suelos y aguas, sino que contribuyan activamente a la sostenibilidad del sector. "Al producir biocombustibles como el biogás, ayudamos a reducir la dependencia de combustibles fósiles, minimizando la huella de carbono y fomentando la transición hacia una economía más verde".

Otro aspecto clave es el impacto socioeconómico. La valorización de estos

Kubota





Equipo humano de Smallops, una joven empresa especializada en la fabricación de nanopartículas para usos industriales y ambientales.

El modelo circular de valorización de subproductos del olivar se debe entender como un modelo complementario que no reduce, sino que amplía las posibilidades económicas del sector

residuos y subproductos genera empleo cualificado en zonas rurales, fomenta el desarrollo de tecnologías avanzadas y promueve la colaboración entre empresas, centros de investigación y productores, contribuyendo al desarrollo socioeconómico de regiones en riesgo de despoblación. “En Smallops estamos comprometidos con liderar este cambio, ofreciendo soluciones tecnológicas que no sólo beneficien al sector, sino que también impulsen el desarrollo de un modelo de producción más sostenible, rentable y resiliente”, concluye.

Plenamente comprometida con la innovación y el desarrollo de soluciones tecnológicas que permitan un mejor aprovechamiento y valorización de los residuos y subproductos del olivar, en Smallops están convencidos de que su tecnología ha revolucionado la forma en que se gestionan estos subproductos, que representan una oportunidad transformadora para el sector oleícola y olivarero, especialmente en regiones como Andalucía, que lidera la producción mundial de aceite de oliva. La empresa colabora actualmente con diversas plantas, principalmente en Europa, donde ha logrado incrementar la producción de biogás en un 21% gracias a la incorporación de sus nanopartículas de hierro encapsuladas en carbono. Otro proyecto destacado -cofinanciado con REPSOL- está enfocado en la producción de biogás a partir exclusivamente de estos residuos, avanzando en la creación de un modelo de producción sostenible y respetuoso con el medio ambiente.

FOSS

La información añade valor al proceso de elaboración del aceite

Visítanos en la WOOE

Pabellón 5 - Stand D14
Los días 3 y 4 de marzo

ANALYTICS BEYOND MEASURE

ANÁLISIS DE LA CALIDAD Y DEL RENDIMIENTO DE LA ACETUNA ENTERA.
OliveScan™2



OliviaPro™
CONTROL DEL AGOTAMIENTO EN DECÁNTER A TIEMPO REAL



NIRS™ DS2500L
ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL ACEITE TERMINADO





MÁS INFORMACIÓN

FOSS · 934949940 · infofoss@foss.es

AEMO, 30 años difundiendo la cultura del olivo y en defensa de una renta digna para los olivicultores

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE MUNICIPIOS DEL OLIVO





Fundada en Olvera (Cádiz) en 1996, la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) cumple 30 años en el mejor momento de su historia, con más de 150 socios y hasta 11 diputaciones provinciales adheridas -las provincias de Mallorca y Teruel se incorporarán en este ejercicio- a esta red nacional de municipios y provincias unidas por el olivo como inequívoca seña de identidad.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

La Asociación Española de Municipios del Olivo fue constituida formalmente el 13 de diciembre de 1996 en el municipio de Olvera (Cádiz) gracias al impulso e iniciativa de Felipe López, por aquel entonces presidente de la Diputación de Jaén y primer presidente de AEMO. El acto fundacional contó con la participación inicial de 36 Ayuntamientos y cuatro Diputaciones Provinciales de territorios olivareros de España. Actualmente, la asociación está integrada por 151 socios distribuidos de la siguiente manera: 117 ayuntamientos, 11 diputaciones y 23 colaboradores.

Ligados al cultivo del árbol mediterráneo por excelencia, desde Navarra hasta Andalucía, pasando por las dos Castillas, Cataluña, Valencia o Extremadura, los socios de AEMO -los pueblos del olivo- persiguen un objetivo común: preservar la cultura del árbol milenario y su mágico elixir, el aceite de oliva.

La asociación, bajo la actual presidencia de la alcaldesa de Montoro, Lola Amo, desarrolla diversas acciones y proyectos nacionales y europeos encaminados, por una parte, a consolidar una red nacional de municipios y territorios cuya forma de vida y desarrollo económico, social y cultural sea el cultivo del olivo; y, por otra, a defenderlo desde la unión de los pueblos productores de aceite de oliva y aceituna de mesa. Además, en la actualidad AEMO ocupa la vicepresidencia primera de la Red de Ciudades Oleícolas del Mediterráneo, RECOMED, creada en 2011 en Imperia (Italia) y compuesta por ocho países ribereños del *Mare Nostrum*: Grecia, Italia, Malta, Marruecos, Montenegro, Eslovenia, España y Turquía.

Asimismo, AEMO imparte cursos y jornadas de formación dirigidas a olivicultores y consumidores, al tiempo que fomenta y promueve el consumo del aceite de oliva virgen extra entre consumidores de todo el mundo mediante la difusión de las virtudes saludables del AOVE, catas divulgativas, concursos a la calidad, etc. Todo ello encaminado a revalorizar el zumo de aceituna y conseguir de este modo que, finalmente, los olivareros españoles obtengan una renta digna por su trabajo y esfuerzo.

En defensa de los olivicultores

AEMO constituye la mayor red nacional de territorios unidos en torno a este cultivo milenario. Su propósito fundamental es establecer una plataforma desde la

Kubota





Asamblea constitutiva de AEMO celebrada el 13 de diciembre de 1996 en Olvera (Cádiz).

Administración local para el conocimiento, la promoción y la revalorización integral del sector olivarero. Hablamos de territorios donde la producción de aceite de oliva y aceituna de mesa es una actividad fundamental para la economía local, y la cultura del olivo ha sido un eje socio-económico ancestral. Pertenecer a AEMO significa formar parte de una red que lleva 30 años defendiendo a los olivicultores. Cuando un Ayuntamiento o Diputación se une a la asociación, habilita a todos los olivicultores y empresas del sector de ese territorio, haciéndoles partícipes de las solicitudes y reivindicaciones de AEMO.



Foto de familia de los participantes en la última asamblea general de RECOMED celebrada en La Valletta (Malta) junto al ministro maltés de Agricultura, Pesca, Alimentación y Derechos de los Animales, Anton Refalo.

Los principales objetivos de AEMO se centran en el desarrollo del sector, la defensa del olivar y la potenciación de la cultura del olivo como eje socio-económico. Se trata, en definitiva, de defender este cultivo a través de la unión de los pueblos productores de aceite de oliva y aceituna de mesa; potenciar la elaiotecnia -tecnología de la extracción y análisis del aceite- enfocándose en la mejora de la calidad y la comercialización de los productos del olivar; promover el desarrollo y la diversificación económica de las comunidades socias, con la vista puesta en el oleoturismo, la cultura del virgen extra, la potenciación industrial y la planificación urbanística; e impulsar iniciativas que incrementen la competitividad de la industria del olivar y fomenten el intercambio científico, tecnológico, económico y cultural.



Lola Amo y José María Penco, presidenta y director de la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO).

Diversidad de servicios y acciones

Los socios que forman parte de AEMO se benefician directamente de diversos servicios y acciones, entre ellos el asesoramiento técnico y representación, que incluye disponer de una oficina técnica compuesta por expertos en olivicultura y elaiotecnia para consultas, charlas divulgativas, catas y jornadas técnicas; tener voz frente a instituciones políticas (autonómicas, nacionales o europeas) en defensa del sector oleícola; y presencia y opinión propia en foros y organizaciones del sector, como el Consejo Oleícola Internacional (COI), el Consejo Andaluz del Olivar y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

En el ámbito formativo y divulgativo, pertenecer a la asociación significa beneficiarse de los servicios de AEMO Formación, que organiza cursos y jornadas en los municipios socios; ofrecer formación para los almazareros a través de jornadas técnicas, mostrando las claves para obtener aceites de oliva de calidad y realizando catas didácticas; e informar y formar a los agricultores para optimizar

Kubota



Jornada formativa en Alloza (Teruel) celebrada en junio de 2025 e impartida por José María Penco, director de AEMO, sobre los costes de explotación en España por kilogramo de aceite 2020-2024.



Foto de grupo de los asistentes a la Asamblea de AEMO celebrada en Baeza el 27 de junio de 2024 (Jaén).

[AEMO representa la mayor red nacional de territorios unidos en torno al olivo y su propósito fundamental es establecer una plataforma desde la Administración local para el conocimiento, la promoción y la revalorización integral del sector]



Acto de bienvenida al municipio de Calaceite (Teruel) como nuevo miembro de AEMO el 7 de diciembre de 2025.

los costes de cultivo, aumentar la calidad del producto y mejorar su rentabilidad.

Además, AEMO lleva a cabo actividades de divulgación de la cultura del olivo y el aceite de oliva (catas, acciones a restauradores, etc.), preferentemente en los territorios de la asociación; y se preocupa por educar a los consumidores en la cultura del virgen extra, informando sobre la calidad y las propiedades saludables del zumo de aceituna como abanderado y pilar fundamental de la Dieta Mediterránea.

Oleoturismo España

La participación en proyectos -tanto nacionales como europeos- y concursos constituye otro de los ejes de su actividad. Recientemente se ha puesto en marcha una de sus iniciativas más ambiciosas, el proyecto *Oleoturismo España*, "la experiencia turística más saludable y reconfortante", que pretende descubrir España a través de sus destinos oleoturísticos. Zonas únicas donde el olivo es mucho más que un cultivo: es historia, salud, cultura, gastronomía y pasión. El proyecto invita a sumergirse en una experiencia única, de paisajes incomparables, donde los aromas y sabores del mejor AOVE conducen al visitante a pueblos pintorescos, tradiciones milenarias y rincones secretos llenos de encanto donde conectar con la naturaleza y el alma de estas tierras.

Un viaje repleto de experiencias oleoturísticas singulares que permiten, por ejemplo, pasear -a pie o a caballo- entre olivos, visitar las almazaras, saborear un menú basado en el virgen extra, disfrutar de la oleoterapia o de un almuerzo molinero, conectar con uno mismo a través del yoga, alojarse en un cortijo rodeado de olivos, relajarse en un spa con aceites esenciales, realizar un taller de cocina basada en AOVE, degustar los distintos varietales y disfrutar de tapas creadas con AOVE y productos de Kilómetro Cero, descubrir los olivos milenarios, recorrer una vía verde entre olivos, conocer la artesanía del olivo o sentirse olivarero por un día.

Cabe destacar que en todos los proyectos de oleoturismo impulsados por AEMO los recursos oleícolas de los diferentes municipios se incluyen en las acciones de promoción desarrolladas por la asociación.

Grupo Operativo Olive Carbon Balance

El olivar juega un papel clave en la lucha contra el cambio climático. El Grupo Operativo Olive Carbon Balance, en el que participa AEMO junto con Eco-

Kubota

TU ACEITE DE OLIVA, EN LAS MEJORES MANOS.

AUXILIAR CONSERVERA



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.



Descúbrelas 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



Brindis con AOVE en el evento popular Córdoba Virgen Extra, en el que colabora AEMO.



José María Penco, director de AEMO, en la cata de los International Expoliva Awards celebrada en Mengíbar en 2025.



Lola Amo, alcaldesa de Montoro y actual presidenta de AEMO, en la inauguración de la I edición del Congreso Oleoturismo España celebrada en Sevilla el pasado 18 de septiembre de 2025.





Presentación del proyecto *Oleoturismo España* en la sede del Ministerio de Industria y Turismo el pasado 11 de junio de 2025.

valia, Colival, LUQUE ECOLÓGICO, Ingeoliva y el IAS-CSIC, persigue explorar el balance de carbono en el olivar y la regularización de los créditos de carbono para disponer con ello de un ingreso adicional para el olivarero, además de hacer más sostenible la producción de aceite de oliva. Así, se está trabajando para medir y certificar la captura de carbono en olivares españoles, generando nuevas oportunidades de ingresos para los agricultores mediante créditos de carbono verificados.

El proyecto busca establecer una metodología para calcular el balance de carbono en el sector oleícola español. En este Grupo, la Asociación Española de Municipios del Olivo analiza las emisiones derivadas de las prácticas agrícolas en el olivar y trabajará en la difusión y transferencia de conocimientos a los agricultores. Por su parte, el IAS-CSIC caracteriza la biomasa de las cubiertas vegetales, midiendo su capacidad de secuestro de carbono; mientras que Ecovalia impulsa la transición hacia modelos agrícolas sostenibles y rentables.

El objetivo principal del GO OCB es determinar cuánto carbono se emite y se fija en las diferentes etapas de la producción de aceite de oliva, desde el cultivo del olivar hasta la elaboración del aceite. Esto incluye considerar aspectos como el uso de fertilizantes, la maquinaria, el transporte y la capacidad de los olivares para actuar como sumideros de carbono.

Al analizar este balance, el proyecto pretende cuantificar la huella de carbono de la producción oleícola e identificar prácticas agrícolas más sostenibles que permitan reducir las emisiones y aumentar la fijación de carbono; así como valorizar el papel del olivar como cultivo beneficioso para el medio ambiente, contribuyendo a la lucha contra el cambio climático.

Por tanto, los objetivos principales del proyecto son generar ingresos complementarios para los agricultores; impulsar la sostenibilidad y la rentabilidad del olivar; contar con un algoritmo creíble para el mercado de carbono; y comunicar y formar al sector oleícola en toda España. Este trabajo conjunto permitirá que los olivares sean reconocidos como sumideros de carbono, aportando beneficios ambientales, económicos y sociales a los territorios del olivo.

Proyecto LIFE + Regrow, Premios AEMO...

Liderado por el Ayuntamiento de Mora -socio de AEMO-, en colaboración con

Kubota

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



La primera reunión de trabajo de los miembros de la Mesa Estratégica de Oleoturismo -de la que forma parte AEMO- se celebró en el Ministerio de Industria y Turismo el pasado 11 de junio de 2025.



Visita del GO Olive Carbon Balance a una finca piloto de olivar intensivo en Valdepeñas (Ciudad Real) el 11 de octubre de 2024.

[Pertenecer a AEMO significa formar parte de una red que lleva 30 años defendiendo a los olivicultores]

las Universidades de Almería y Miguel Hernández de Elche, junto con la empresa manchega Gesreman, y financiado por la iniciativa europea LIFE +, el proyecto LIFE + Regrow se desarrolló hasta 2021 con un marcado enfoque ambiental y el objetivo de buscar la mejor forma de recuperar y valorizar las balsas de alpechín (residuo líquido de la almazara) en los municipios del olivo mediante técnicas como el compostaje, evitando su impacto ambiental.

Y es que el desarrollo de proyectos de investigación (AEMO I+D) y prospección con universidades, empresas, organismos y entidades como el CSIC -el último ha sido RIPE-PICUAL- es otra de las acciones de AEMO para aportar valor al sector del olivar, el aceite de oliva y la aceituna de mesa. Asimismo, la asociación organiza desde hace más de 20 años sus Premios Anuales con el ánimo de valorizar y ensalzar el cultivo del olivo, su entorno y sus gentes. En 2026 tendrá lugar el XXIV Concurso Nacional AEMO a la Difusión de la Cultura del Olivo, el XXIII Concurso Nacional AEMO a la Mejor Almazara, el XX Concurso Nacional AEMO al Mejor Olivo Monumental y el III Concurso Nacional AEMO a la Mejor Gestión Ambiental de Olivar y de Almazara en España, este último de reciente implantación y patrocinado por Deoleo. A destacar también su presencia en las grandes ferias nacionales del sector, caso de Expoliva, donde AEMO promociona los aceites de los municipios que forman parte de la asociación.



Foto de familia con los galardonados en los Premios AEMO 2024 entregados en la Feria del Olivo de Montoro.



Entrega de los premios del II Concurso Nacional AEMO a la Mejor Gestión Ambiental de Olivar y de Almazara en España celebrada en la sede del Consejo Oleícola Internacional en Madrid.

Visibilidad y compromiso

Por último, desde la secretaría técnica de AEMO destacan que formar parte

Kubota



VIVERO GOLD PARTNER AGROMILLORA

CORIANA®

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.

Viveros Lucena

Controlamos todo el ciclo de crecimiento de productos en campos madre, para obtener plantas de excelente calidad, posteriormente mantenemos el control de los esquejes en las mesas de enraizamiento y nebulización, y continuamos de igual forma con el proceso de cultivo en el exterior de nuestas instalaciones.

Terminamos este proceso de control con la entrega final al cliente.

CALIDAD Y FORMALIDAD, NUESTRA RAZÓN DE SER

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO

Viveros Lucena de Encinarejo | Plantones de Olivos | viveroslucena.com

EVOOLEUM Awards,
el concurso más influyente del mundo del AOVE

Hace 10 años nacieron, impulsados por Grupo Editorial Mercacei y AEMO, los Premios Internacionales a la Calidad del Aceite de Oliva Virgen Extra-EVOOLEUM Awards y, derivada de ellos, la *Guía EVOOLEUM de los 100 Mejores Aceites de Oliva Vírgenes Extra del Mundo* (*EVOOLEUM World's TOP100 Extra Virgin Olive Oils*). Un ambicioso -y exitoso- proyecto basado en tres ejes fundamentales: garantía al consumidor, fiabilidad del proceso y comunicación del producto final. El director de AEMO, José María Penco -sin duda una de las voces más autorizadas del sector, amén de experto catador y miembro del jurado de diversos concursos nacionales e internacionales a la calidad del aceite de oliva virgen extra-, es el director técnico de EVOOLEUM Awards desde la primera edición. Una competición que se ha consolidado como el concurso privado más prestigioso, riguroso e influyente del mundo del AOVE.



De izqda. a dcha., Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei; Pandora Peñamil, directora de la Guía *EVOOLEUM World's TOP100 Extra Virgin Olive Oils*; y José María Penco, director técnico de EVOOLEUM Awards.



El director técnico de EVOOLEUM, José María Penco, conduciendo la "*Cata de los Mejores AOVEs de varidades mediterráneas*" celebrada en la pasada edición de la World Olive Oil Exhibition (WOOE).



José María Penco y Lola Amo en la presentación ante los medios del Estudio de Costes elaborado por AEMO en 2023.

de esta asociación supone aumentar la visibilidad de los municipios y territorios adheridos, con los que existe un fuerte compromiso. Así, todas las empresas de cada municipio son incluidas en su base de datos, pasando a formar parte de su red de comunicación, con información de la actualidad del sector y presencia activa en redes sociales y la web de AEMO.

Además de su firme posicionamiento a favor de la calidad como único camino de mejora del sector en aras de incrementar su rentabilidad, entre las reivindicaciones históricas de la asociación se encuentran, entre otras, proponer una nomenclatura más clara de los aceites de oliva, la valorización de subproductos como el alperujo o su decidido apoyo al olivar de montaña.

www.aemo.es

Kubota



AGROMILLORA

Descarga el ebook escaneando este QR

AGROMILLORA

¿Qué se oculta tras El MUNDO de las MARCAS?

Jaleo, virgen pero con experiencia

Jaleo (Aceites de Especialidad Jaleo, S.L.) nace en Jaén de la mano de Iván Ortega y Marta Colombas para armar ruido -del bueno- y "devolverle al AOVE español el lugar que Italia nos birló". Un AOVE que proclama "lo nuestro" sin pedir permiso: disfrutón, hedonista y sin complejos. Y lo cierto es que su carta de presentación no tiene desperdicio: "Se dice que uno no es de donde nace, sino de su gente y sus costumbres. Y eso es lo único que nos importa. Somos gente sencilla que aprecia sus pequeños rituales. Somos ese chorrazo generoso de aceite de oliva sobre el pan que termina en un *olé*. Porque al final, el pan -como la vida- es lo más importante, pero sin aceite sólo es pan seco".

Este intenso monovarietal picual de cosecha temprana procedente de aceitunas en envero se elabora en una cooperativa jiennense de Fuensanta de Martos donde se conoce a sus agricultores por su nombre y apellidos: los que miman el olivo y exigen AOVE ecológico, extracción en frío y cero mezclas. Presentado en latas opacas y 100% reciclables de 500 ml., 1, 3 y 5 l. para protegerlo de la luz y el calor, *Jaleo* se dirige a personas "con ganas de cambiar el *statu quo*, que valoran las tradiciones y quieren elevarlas y disfrutarlas". Además de en la web www.benditojaleo.com, está disponible en establecimientos como Comestibles Barea (Madrid), Bodega Solera y Chandal Store (Barcelona), Surry Hills (Palma de Mallorca), La Chata Ultramarinos (Valencia) o Elio & Coco (Zaragoza). Por el momento, la marca se comercializa en territorio nacional -con importadores interesados de Reino Unido y Países Bajos-, pero, tal y como afirman sus promotores, "queremos conquistar el mundo, porque solo así vamos a poner el aceite de oliva virgen extra español en el lugar que se merece". Bendito jaleo.

"Madre yo tengo un novio aceitunero
que vareando tiene mucho salero
y cogiendo la aceituna él me decía
con palabritas dulces que me quería"
(Popular)



Kubota

La Galinda, el alma del olivar de Cabañeros

Fundada en 1968, la Cooperativa San Miguel de Navahermosa (Toledo) encarna un modelo cooperativo que reúne a más de 800 socios/as agricultores, auténticos protagonistas de un proyecto que aglutina calidad, origen y compromiso social. A través de su esfuerzo colectivo y del respeto por el entorno, la cooperativa impulsa una economía social y sostenible que beneficia a toda la comunidad rural y preserva un modo de vida ligado al olivar.

> "Quien tiene olivares y viñas, bien casa a sus niñas"
> *(Popular)*

La Galinda nace del orgullo por las raíces y del compromiso con el olivar tradicional de Navahermosa y Hontanar, municipios situados en el corazón del Parque Nacional de Cabañeros. De probable origen visigodo, el topónimo "galinda" constituye un referente identitario para estos municipios y simboliza la fuerza y el arraigo de una tierra que respira vida. A más de 800 metros de altitud, los olivares crecen en un paisaje de montes y sierras que confieren a los frutos de las variedades cornicabra -autóctona y símbolo del olivar toledano-, arbequina y picual una calidad y carácter inconfundibles.



El nombre de la marca procede del monte de La Galinda, ubicado en la vertiente norte de la sierra del mismo nombre, que conserva un valioso bosque de roble melojo, encinas y pinos, representativo del ecosistema local.

El diseño del envase y el packaging, a cargo de Cabello x Mure, evocan la flora y fauna del Parque de Cabañeros, rindiendo homenaje a la naturaleza y a la tradición agrícola de la zona. Y es que cada botella de *La Galinda* -que puede adquirirse principalmente a través de www.lagalinda.com y en tiendas gourmet, restaurantes y establecimientos especializados- es una invitación a descubrir el sabor de un paisaje, una historia y una comunidad.



La Osera, compromiso con la excelencia y la sostenibilidad

La Osera procede de las laderas del Parque Natural de Cazorla, Segura y Las Villas, en el corazón de la Sierra de las Villas, una zona de compleja orografía con escarpadas pendientes, suelos calcáreos ricos en materia orgánica y una considerable altitud. Este enclave de montaña, rodeado de vegetación autóctona, confiere a los zumos obtenidos unas características organolépticas únicas, con un perfil frutado, equilibrado y elegante que refleja la pureza del entorno. La marca toma su nombre de la majestuosa Cascada de La Osera, la más alta de Andalucía -y situada frente a sus olivares-, llamada así por la presencia del oso pardo, que según los archivos históricos habitó esta zona hasta su extinción. Este hallazgo inspiró a la familia Peña Rodríguez para rendir homenaje a esta especie a través de las etiquetas, que cuentan su historia. La empresa produce AOVE de las variedades picual y royal, esta última exclusiva de la comarca de Cazorla. Su olivar tradicional de montaña se cultiva bajo los principios de la agricultura ecológica, respetando el entorno y potenciando la calidad del fruto.

> "No tengas miedo de la perfección, nunca la alcanzarás"
> *(Salvador Dalí)*

Dirigidos a un público que valora la excelencia, la autenticidad y la agricultura ecológica, sus aceites se presentan en botellas de vidrio de 500 ml., latas de 250 ml. y *bag in box* de 3 l., garantizando una frescura y conservación óptimas, y pueden adquirirse en la tienda *on line* laoseraaove.es, restaurantes de alta cocina, tiendas gourmet y establecimientos especializados de toda Andalucía, Madrid y Barcelona.



Kubota

NOVEDADES y LANZAMIENTOS



Olievo, inspirado por la naturaleza

Localizada en Huesa (Jaén), la SCA Ntra. Sra. de la Cabeza es una cooperativa con una larga tradición de más de medio siglo en la elaboración de aceite de oliva virgen extra de las variedades picual y royal, esta última autóctona de la comarca Sierra de Cazorla. Su privilegiada ubicación geográfica y el entorno que le rodea, donde se mezcla olivar de vega con el de alta montaña, da lugar a unos AOVEs de excelente calidad, potentes, vibrantes y fragantes, envasados bajo las marcas *Olievo* (coupage de ambas variedades) y *Picos del Guadiana Menor* (monovarietales de cosecha temprana) con el sello de calidad diferenciada de la DOP Sierra de Cazorla, y obtenidos mediante prácticas de agricultura ecológica, en busca siempre del equilibrio con el entorno y preservando los recursos para las generaciones venideras.

El *naming* de *Olievo*, desarrollado por el estudio Superfluido, surge de fusionar *Olive* y *EVOO*, dando lugar a un nombre breve y con sonoridad internacional que expresa de forma moderna y directa la esencia e identidad del producto. El diseño de packaging, atemporal y contemporáneo, elegante y sencillo, habla de sensibilidad, equilibrio y de diálogo entre la luz y el color. Inspirado en la naturaleza, cada elemento refleja la armonía de las flores, las hojas y la vegetación floreciendo, representadas con siluetas planas y coloridas. El blanco de la botella no es sólo un fondo, sino que simboliza la propia luz, que permite a la naturaleza mostrar toda su belleza en plenitud. La forma convexa del envase se integra de manera orgánica en la composición general, convirtiéndose en un lienzo y equilibrando la vitalidad de los colores.

Belin by Aires de Jaén, arte en una botella de AOVE

El nuevo lanzamiento de Aires de Jaén conjuga gastronomía y arte, pasión por la tierra y creatividad, en un homenaje a los sentidos. La edición limitada de *Belin by Aires de Jaén* -104 unidades exclusivas- es el resultado de la colaboración con el artista jiennense Belin, quien ha creado un mosaico monumental compuesto por tres cuadros creados en tres eventos diferentes. Cada una de las caras del estuche que envuelve la botella es una pieza del todo, un fragmento del gran lienzo que se desplegará en tres ciudades -Jaén, Ciudad Real y Madrid- formando una obra inédita que une arte, territorio y gastronomía. En la esquina superior del estuche se halla una línea que permite desplegar las cuatro caras del mismo y en cada una de ellas figura una parte de esas tres obras; una fracción tangible de un universo que conecta el olivar con la pintura.
La primera creación de esta composición única tuvo lugar el pasado 28 de octubre en Finca Badenes -donde nace el proyecto "Verde Vértigo" y se elabora el oro líquido que alberga esta obra que destaca el papel de la mujer en el entorno rural-; la segunda en Casalobos (25 de noviembre), la bodega vinícola de la familia López, propietaria de Aires de Jaén; mientras que la tercera (11 de diciembre) tuvo como escenario la galería de arte madrileña 95 Gallery. En definitiva, cada botella de *Belin by Aires de Jaén* no sólo contiene un AOVE temprano picual de excepcional calidad, sino que también es una obra de arte que celebra la creatividad y el sabor; cada compra es una experiencia artística, una invitación a coleccionar historia y emoción.

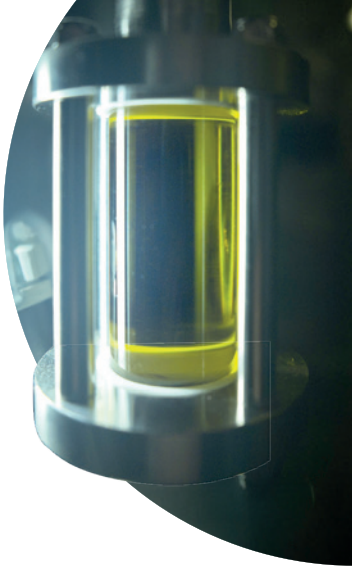


Kubota

desarrollado por
ITALPROGETTI.it

exoos
OLIVE OIL PRO_SOLUTIONS





PLANTA DE FILTRACIÓN
DE **ALTO RENDIMIENTO**

Finalmente, la filtración

FÁCIL | RÁPIDA SEGURA

Tu respuesta de calidad
a las solicitudes de filtrado



DESCUBRE
MÁS

exoos.it

Olis Bargalló estrena nuevos envases de sus aceites para cocinar y aliñar



Fiel a su compromiso de innovación y adaptación constante al mercado, Olis Bargalló ha estrenado un nuevo formato pensado para facilitar el uso diario de sus dos aceites más utilizados, el aceite de oliva suave para cocinar y el aceite de oliva virgen extra para aliñar. Las nuevas botellas, bautizadas como *Pippers*, nacen para ofrecer una solución práctica, ergonómica y asequible, tanto para cocinas profesionales como para el ámbito doméstico. Su diseño ligero y funcional permite un agarre cómodo con una sola mano, ideal para dosificar de forma precisa el aceite directamente en la sartén, la olla o el plato. Más ligero y resistente que el vidrio, el nuevo envase, fabricado en PET oscuro de 500 ml. y tapón tipo biberón, reduce el riesgo de rotura y mantiene las cualidades organolépticas del producto; además de ser 100% reciclable y poder incorporar PET reciclado, lo que refuerza el compromiso medioambiental de Olis Bargalló con una producción más responsable y sostenible.

5 Elementos Invicto, el AOVE más solidario de Finca La Pontezuela

En Finca La Pontezuela (Los Navalmorales, Toledo) creen firmemente en el poder transformador de los gestos auténticos, aquellos que van más allá del campo y la almazara para tocar el alma. Por eso, con el corazón en la mano y las raíces bien ancladas en la tierra, la firma -con motivo de su II Gala Benéfica- ha creado una edición solidaria y limitada -sólo 500 botellas de 500 ml.- de su AOVE *5 Elementos. Invicto* es mucho más que un producto gourmet: es un símbolo de vida, salud y arraigo a la tierra nacido de una colaboración con la Asociación de Enfermedades Neuromusculares de Castilla-La Mancha (ASEM-CLM). Se trata de un equilibrado monovarietal picual de color verde esmeralda y cosecha temprana que transmite todo el carácter de la finca y se presenta en una botella de diseño especial. La etiqueta, inspirada en el espíritu de superación, aporta un mensaje de fuerza, resiliencia y compromiso. Disponible a través de su página web, parte de la recaudación se destinará a apoyar la causa de ASEM-CLM.



Encincas de Montequinto, el alma de Aceites Vallejo



Encincas de Montequinto es mucho más que una finca: es el corazón del proyecto de Aceites Vallejo y el origen de un virgen extra del que la compañía se siente profundamente orgullosa. Situada en un entorno privilegiado, su olivar de la variedad picual se cultiva siguiendo los principios de la agricultura sostenible, respetando la tierra y su equilibrio natural. Cada árbol es cuidado con esmero durante todo el año, porque sólo desde el respeto y la dedicación se puede obtener un fruto verdaderamente excepcional. Aquí tiene lugar todo el proceso de producción de su AOVE temprano, elaborado con las primeras aceitunas de la campaña, cuando el fruto ofrece su máxima intensidad aromática y calidad, buscando siempre mejorar y aprender de cada cosecha. Disponible en su tienda *on line* y en establecimientos especializados, *Encincas de Montequinto* -Medalla de Oro en Olive Japan 2024 & 2025- representa una forma de entender el olivar que aúna tradición, innovación y compromiso con la naturaleza; un producto honesto, auténtico y lleno de matices que refleja la pasión con la que trabajan en esta firma jiennense con sede en Martos desde 1967.

Kubota

Codi - Pack®

MARCAJE Y CODIFICACIÓN, S.L.



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 ...

Codi - Pack®
MARCAJE Y CODIFICACIÓN, S.L.
C/ Huerta de Arriba, 81
C.P. 30560 Alguazas (Murcia)
Tel. 968 622 161 • Fax. 968 388 062
www.codi-pack.com
codi-pack@codi-pack.com

Mi Olivo Manzanota, el AOVE gourmet que rescata un legado milenario



La manzanota, una aceituna de gran tamaño, redonda, de maduración tardía y marcada vecería, es una variedad única en el mundo que se remonta varios siglos atrás y sólo se cultiva en los términos de Oliete y Alacón, en la provincia de Teruel. Sus olivos, algunos con más de 500 años, han sido rescatados del abandono para dar vida a un AOVE excepcional, la joya más exclusiva de Apadrinaunolivo.org, que ha lanzado una edición limitada de este monovarietal -379 botellas numeradas de 250 ml. que se agotaron rápidamente- elaborado a partir de frutos recolectados durante las dos primeras semanas de noviembre, y embotellado de forma manual en su almazara Triple S (Social, Sostenible y Solidaria). Un equilibrado AOVE gourmet, muy aromático y de sabor único, con notas de hierbabuena, frutos rojos, flores y hierbas aromáticas como el hinojo, el romero y el tomillo que exhibe frescura y complejidad en el paladar, ofreciendo un aceite dulce y ligero de un picor medio muy agradable. Con esta edición especial, que representa la recuperación de un patrimonio natural e histórico -el legado de un territorio vinculado al olivo desde épocas inmemoriales-, Apadrinaunolivo.org reafirma su compromiso con el desarrollo rural, impulsando la economía local y luchando contra la despoblación.

Coosur Squizz amplía su gama de AOVEs con un coupage ecológico



Desde su lanzamiento a comienzos de 2025, *Coosur Squizz* ha alcanzado un notable impacto en el mercado gracias a su llamativo formato tipo biberón y su cómodo vertedor, logrando estar presente en más de 5.000 puntos de venta en toda España. Tras *Salteo* y *Cosecha Temprana*, *Coosur Squizz Bio* es la última incorporación de la gama, un coupage ecológico presentado en botella de 500 ml. de PET reciclado al 51% con una etiqueta de papel 100% reciclable. En la imagen de marca de *Squizz* tiene un gran peso la comunicación digital, con perfiles en Instagram y Tik Tok en los que se apuesta por salirse de lo establecido, con publicaciones diferentes, disruptivas y un lenguaje y estilo que conecta con los más jóvenes.

The Coolives estrena nueva imagen



The Coolives, la icónica y disruptiva marca internacional de Aceitunas Torrent, ha presentado su nueva imagen con un diseño renovado que busca conectar de forma más directa con sus raíces andaluzas y reforzar su posicionamiento global. Con un aspecto completamente actualizado, el nuevo packaging apuesta por una estética más vibrante, colorida y emocional. Este renovado *look* refuerza la esencia mediterránea y andaluza de la marca, evocando modernidad sin perder el vínculo con la tradición. Colores intensos, formas orgánicas y una tipografía que remite al carácter artístico y artesanal del sur de España convierten ahora cada envase en una pieza única. Además de su atractivo visual, el envase mantiene su innovador formato, una de las claves del éxito de *The Coolives* en mercados internacionales: un práctico recipiente redondo, tipo tarrina, ideal para llevar a cualquier parte, facilitar el consumo inmediato y con un diseño muy esclarecedor sobre el producto.

Kubota

ACEITEROS DEL SUR

-DESDE 1950-

COOSUR®

UN EXTRA DE SUR EN TU VIDA

El Virgen Extra Coosur Gran Selección refuerza su identidad con su icónica botella octogonal, ahora en vidrio. Un AOVE equilibrado, pensado para quienes valoran la calidad en su cocina.





Cooperativa La Granadella, en tierra de aceite



Con más de 100 años de historia y un proyecto definido por la búsqueda de la máxima calidad, la Cooperativa La Granadella se dedica principalmente a la producción y comercialización de aceite de oliva virgen extra de la variedad arbequina, el gran tesoro de la comarca de Les Garrigues, aunque también se encarga de la producción de cereal de sus asociados. Todo ello en un territorio vivo con un paisaje sugerente, modelado por hileras de olivos y matizado por los cambios estacionales, donde nace un *oli* equilibrado con carácter e identidad propios.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

Antigua capital de la comarca de Les Garrigues antes de la reordenación comarcal de 1936, La Granadella es una población de poco más de 700 habitantes dedicada principalmente al sector agrario y ubicada dentro de la subzona nombrada Garrigas Altas, lindante del Segriá y de la Ribera de Ebro. Alrededor de esta pequeña *vila* encontramos una orografía singular caracterizada por una meseta con altitudes superiores a los 500 metros, delimitada por los ríos Ebro y Segre, con sinuosos valles y terrenos abruptos, bosques y zonas de cultivo delimitadas con márgenes de piedra seca que forman parte del patrimonio cultural.

Fundada en 1920, la Cooperativa La Granadella i Secció de Crèdit Sant Antoni Abat nació gracias a la voluntad de un grupo de agricultores que quisieron unir sus fuerzas para ofrecer su aceite de oliva virgen extra directamente al consumidor final, así como para dignificar la vida en el campo, obtener un precio justo por su trabajo y transformar el olivo y su fruto en un motor de desarrollo económico y social.

Más de un siglo después, y tras absorber la Cooperativa de Torrebesses, la entidad cuenta con 200 socios/as y se mantiene fiel a su espíritu fundacional: producir aceite de oliva virgen extra de máxima calidad, cuidar los campos y mantener vivo el territorio. A día de hoy, La Granadella es sinónimo de tradición, cultura, compromiso e innovación.

En total, la cooperativa dispone de alrededor de 1.200 hectáreas de olivar convencional de la variedad arbequina, típica de esta zona de larga tradición olivarera transmitida de generación en generación. Originariamente la producción era de secano, pero a partir de 1997 se instaló un riego de soporte proveniente del río Ebro que le ha permitido garantizar una cosecha estable y de calidad.

La campaña de recolección se inicia en octubre para obtener zumos verdes y frescos, intensos y complejos, pero también para evitar las posibles heladas y atenuar los efectos de un clima con una baja pluviometría y numerosas horas de sol, con veranos muy cálidos e inviernos muy fríos y rigurosos. De sabor suave y frutado, el aceite de oliva virgen extra

Kubota





obtenido es dulce y aromático, y presenta un amargo y picante equilibrados; un perfil organoléptico muy apreciado por el consumidor final.

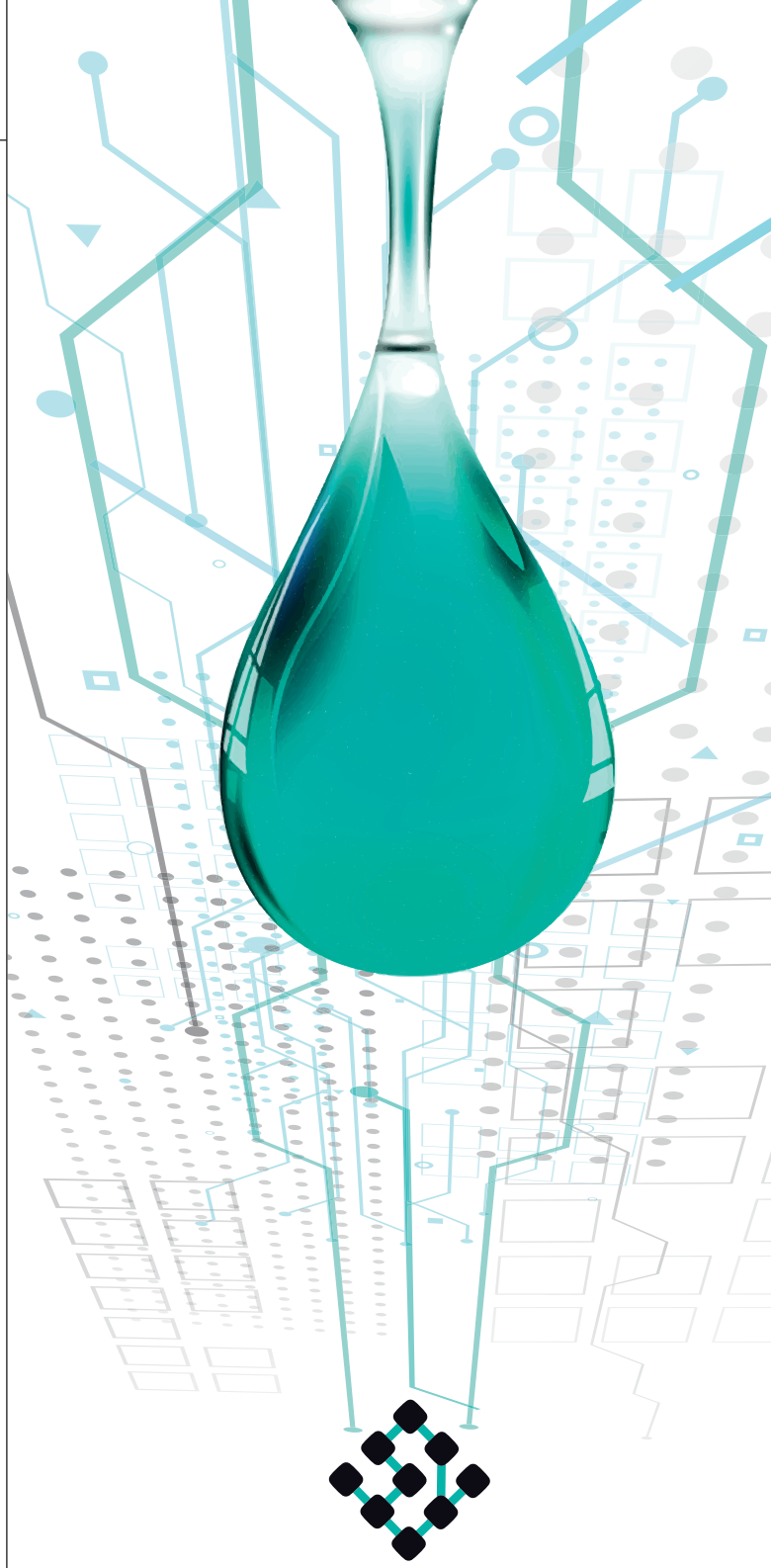
La producción de aceituna, con una media anual de unos 8 millones de kilos, se destina mayoritariamente a la elaboración de aceite de oliva virgen extra -y algunos lotes de virgen por culpa de las heladas-. Aunque la cifra varía en función de las condiciones climatológicas de cada campaña, cada año se obtiene de media aproximadamente un millón de kilos de aceite de oliva -el 95% virgen extra-, del que el 70% es envasado bajo la marca *Degustus*, tanto en su versión convencional como ecológica; y el 30% restante se comercializa a granel, principalmente a operadores que valoran la calidad y trazabilidad del producto. La cooperativa mantiene un estricto control de calidad en todas las fases del proceso, desde la recepción de las aceitunas hasta el envasado final, con el objetivo de garantizar un producto de excelencia.

Hasta 200 toneladas diarias de aceituna...

La Cooperativa La Granadella se encuentra inmersa en un proceso de crecimiento y modernización de sus instalaciones iniciado en 2023 con la construcción de un nuevo molino de aceite equipado con tecnología de última generación. Este proyecto responde a la necesidad de absorber el aumento de producción de aceituna en la zona y de optimizar los procesos para garantizar la máxima calidad del aceite obtenido.

La nueva almazara, que ocupa una superficie de 2.300 m^2, puede llegar a molturar hasta 200 toneladas diarias de aceituna, duplicando su anterior capacidad productiva -hasta 2023, de 90 toneladas diarias-.

Los frutos son depositados en tolvas de diferentes capacidades (10.000 y 20.000 kilos) o en palets de 300 kilos, correspondiendo toda la maquinaria del patio de recepción a la firma Asigran. La cooperativa dispone de dos líneas de extracción -la



gesca

AUTOMATIZACIÓN INDUSTRIAL
INDUSTRIAL AUTOMATION

www.gesca.es

Úbeda - (Jaén) - España



Junta directiva y equipo humano de la Cooperativa La Granadella.



La cooperativa concede una gran importancia al *branding* y al packaging: el resultado es una cuidada y potente identidad visual que permite al consumidor reconocer fácilmente los productos de la marca *Degustus*

primera con una capacidad nominal de 8.000 kilos y la segunda, de 3.000 kilos- equipadas con molinos y batidoras fabricados por TACSA, centrífugas verticales de HAUS y depósitos con fondo cónico de 5.000 kg. de la firma Magusa, lo que permite una rápida decantación para su posterior filtrado en menos de 48 horas, efectuada con filtros de AOVIFIL. Posteriormente, el aceite ya filtrado se almacena en depósitos de acero inoxidable inertizados con nitrógeno, fabricados también por Magusa.

Una tercera línea de extracción de la firma italiana MORI-TEM, con una producción nominal de 1.000 kg., está orientada a la elaboración de aceites de alta gama en atmósfera controlada. El envasado se realiza bajo demanda en una envasadora de la marca IFAMENSA.

Dentro del mismo edificio de la cooperativa se encuentra el Museo del Aceite de Cataluña (Museu de l'oli de Catalunya), donde se puede visitar el antiguo molino, el mejor conservado de la comarca, en el que antiguamente se molturaban las aceitunas con grandes piedras y se llevaba a cabo todo el proceso de extracción. Cabe destacar que en la misma *vila* de La Granadella se localiza el Centro de la Cultura de Aceite de Cataluña (Centre de la Cultura de l'oli de Catalunya, CCOC), un antiguo convento reconvertido en espacio plurifuncional donde se realizan diferentes actividades y eventos relacionados con el mundo del aceite (catas, eventos gastronómicos, conferencias, etc.).



Instalaciones de la Cooperativa La Granadella, recientemente actualizadas, en la localidad del mismo nombre. De izqda. a dcha., patio de recepción y almacenamiento (1 y 2); zona de extracción (3 y 4); bodega (5); envasadora (6 y 7); y agrotienda (8).

Kubota



Visita al antiguo molino de la cooperativa en la Fira de l'Oli de La Granadella 2025.

... y cinco líneas de AOVE

El valor diferencial de los aceites de oliva vírgenes extra elaborados por la Cooperativa La Granadella procede del privilegiado enclave donde se cultiva la variedad arbequina, cuya perfecta adaptación a este territorio le permite expresar su máximo potencial. Unas características que confieren a los AOVEs de la comarca de Les Garrigues una personalidad propia, con un equilibrado perfil aromático y una gran armonía entre amargo y picante, siendo especialmente apreciados desde hace décadas por el mercado italiano al ofrecer unas propiedades organolépticas distintas a las de los aceites cultivados en terrenos de menor altitud.

La cooperativa elabora distintas líneas de AOVE -todos ellos monovarietales de arbequina- bajo la marca *Degustus*: *Degustus*, *Degustus Selección Especial*, *Degustus Ecológico*, *Degustus Oli del raig* y *Degustus Aromatizado*. El primero es un aceite de oliva virgen extra que presenta un frutado verde maduro de intensidad media-alta, equilibrado y rico en aromas secundarios (alcachofa, tomate, almendra…), que se comercializa en diferentes formatos -garrafas rPET, vidrio, lata y *bag in box*-.

Disponible en envase de vidrio de 500 ml. y lata de 3 l., *Degustus Selección Especial* es un equilibrado virgen extra de gran riqueza y complejidad,

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







Gama de AOVEs *Degustus* de Cooperativa La Granadella. De izqda. a dcha., *Degustus, Degustus Selección Especial, Degustus Ecológico, Degustus Oli del raig* y *Degustus aromatizado.*

La inquietud por el oleturismo ha estado siempre presente en la cooperativa La Granadella

alta expresión aromática y sabor suave pero intenso, elaborado a partir de una meticulosa selección de los mejores frutos de cada cosecha, recogidos con mimo y molturados al instante. Un aceite gourmet de alta gama creado para ofrecer una experiencia gastronómica única donde la pasión por la tierra y el *know how* tradicional se unen al gusto por el detalle.

Por su parte, *Degustus Ecológico*, un equilibrado y robusto monovarietal orgánico, combina frescura, intensidad aromática y respeto absoluto por el medio ambiente. Obtenido de aceitunas procedentes de cultivo ecológico certificado, se comercializa en los mismos formatos que su homónimo convencional.

Degustus Oli del raig es el AOVE verde de cosecha temprana de la familia. Ideal para consumir en crudo, muy frutado e intenso, se puede encontrar en PET de 2 y 5 l. y vidrio de 500 ml. Finalmente, la gama de AOVEs aromatizados para amantes de los sabores -en botella de vidrio de 250 ml., disponibles por separado o en pack- combinan el AOVE *Degustus* con ingredientes naturales como albahaca, ajo y ajedrea, y mandarina.

Bajo la marca *Degustus* también encontramos aceitunas de mesa de las variedades arbequina, hojiblanca, empeltre -negras de Aragón-, manzanilla y gordal; patés de oliva -arbequina verde o negra- de elaboración artesanal, tanto convencional como ecológico, con una versión dulce (dulce de olivada); miel de romero y de naranja; chocolate artesano de aceite de oliva sin refinar con un 70% de cacao; y bombón de miel y aceite y de dulce de olivada, elaborados también de forma artesanal e ideales para los amantes de la fusión de sabores.






Bajo la marca *Degustus* también se comercializan aceitunas de mesa, miel y dulce de olivada, bombones, chocolates y patés de aceituna.

La cooperativa comercializa asimismo un aceite de oliva virgen bajo la marca *Vall de l'Oliver*, destinado sobre todo al canal Horeca y disponible en formato PET de 5 l. y *bag in box* de 10 l.

Una cuidada y potente identidad visual

Desde la cooperativa se concede una gran importancia al *branding* y al packaging, dos aspectos esenciales para comunicar sus valores y reforzar la confianza y notoriedad entre los consumidores. El resultado es una cuidada y potente identidad visual que permite al consumidor reconocer fácilmente los productos de la marca *Degustus*.

Esta apuesta por la imagen de marca va acompañada de una clara estrategia digital, con una presencia activa en redes sociales y una página web propia con tienda *on line* que facilita el contacto directo con el consumidor final. La comunicación en redes sociales persigue fomentar la cultura del virgen extra y los valores que definen a la cooperativa, así como sus productos. A través de sus contenidos, La Granadella pretende fortalecer la vinculación con sus seguidores y crear una comunidad de prescriptores que se identifiquen

Kubota

con su forma de ser y trabajar. Todo ello responde al objetivo de posicionar a la cooperativa como referente dentro del sector oleícola y potenciar el reconocimiento de sus aceites en el mercado nacional e internacional.

La sostenibilidad es otro de los aspectos prioritarios en el diseño y desarrollo del packaging. La cooperativa trabaja para ofrecer continuamente soluciones innovadoras y sostenibles adaptadas a las necesidades de los diferentes perfiles de consumidores. De ahí su apuesta por envases en rPET reciclado y por el formato *bag in box*, que aúna comodidad y funcionalidad con una máxima protección del producto, al evitar su exposición a la luz y al oxígeno, factores que afectan directamente a su conservación.

Con una clara orientación al cliente final, los productos de la cooperativa La Granadella se pueden encontrar



en tiendas especializadas y establecimientos gourmet que apuestan por la calidad y los productos de proximidad. Al margen de la tienda *on line*, la cooperativa dispone de dos agrotiendas en la Granadella y Torrebesses en la que se pueden encontrar todos los productos de la marca *Degustus*, así como otros típicos de la gastronomía local (quesos, embutidos, dulces y vinos).

No obstante, también tiene presencia en los lineales de supermercados y trabaja con diferentes distribuidores, sin olvidar el canal Horeca. Si bien su principal ámbito de comercialización es Cataluña, sus aceites también están presentes en otras regiones de España.

La exportación también representa una línea estratégica. Sus clientes más importantes se encuentran en Estados Unidos, pero La Granadella también exporta a otros países europeos como Suiza, Bélgica, Francia y Alemania.

Entre los 100 mejores AOVEs del mundo

Los AOVEs *Degustus* se han consolidado entre los mejores del mundo gracias a los numerosos reconocimientos obtenidos en prestigiosos certámenes internacionales. En la última edición de la Guía EVOOLEUM (2026), que reconoce a los 100 mejores vírgenes extra de cada campaña, *Degustus Selección Especial*, su AOVE Premium de elaboración artesanal

PRESURIZACIÓN

Envases fuertes para eliminar problemas de panelaje y paletizado

APLICACIONES

Bebidas no carbonatadas, aceite vegetal, jugos, aguas minerales, cerveza y otros



Con NITRODOSE Sin NITRODOSE

VacuumBarrierSystems

DOSIFICADOR
DE NITRÓGENO LÍQUIDO



SIMPLICIDAD DE INSTALACIÓN, ARRANQUE Y FACILIDAD DE OPERACIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE ENVASE

Xarol, 34B -P.I. Les Guixeres - 08915 - BADALONA
T.+34 933 847 116 | www.cryogas.es I cryo@cryogas.es

CryoGas
Equipos y servicios criogénicos



Largo período de conservación

Corto período de conservación

INERTIZACIÓN

Botellas, latas de pared delgada y otros tipos de envases

APLICACIONES

Aceite vegetal, frutos secos, jugos de fruta, productos lácteoos, vino y otros





Estand de La Granadella en la Fira de l'Oli de Les Borges Blanques.





La Fira de l'Oli de La Granadella 2025 (La Primera Premsada), celebrada los pasados 1 y 2 de noviembre, cumplió en 2025 su 11ª edición y contó con una gran afluencia de público. En la imagen, visitantes de la agrotienda.

y producción limitada, logró 92 puntos, siendo designado Best Arbequina (Mejor Arbequina); mientras que *Degustus Ecológico* obtuvo 90 puntos.

Otros galardones conseguidos por *Degustus Selección Especial* y *Degustus Ecológico* son las dos Medallas Gran Prestige Gold logradas en TerraOlivo IOOC 2025, las Medallas Extra Gold y Gran Oro en los Premios BIOL 2025 y Ecotrama 2025 (*Degustus Ecológico*), la Medalla de Oro en el European International Olive Oil Competition 2025 de Ginebra (*Degustus Selección Especial*) o las dos medallas de Plata conquistadas en el concurso ATHENA IOOC 2025 por *Degustus* y *Degustus Ecológico*.

Unos premios que suponen un reconocimiento al trabajo riguroso de los socios y socias de la cooperativa y al esfuerzo de su equipo por alcanzar la excelencia sin perder la identidad local.

Por otra parte, la cooperativa lleva a cabo regularmente acciones de marketing y publicidad para potenciar la visibilidad de la marca *Degustus* y transmitir la cultura del virgen extra. Entre ellas figuran la asistencia a ferias como la Fira de l'Oli de Les Borges Blanques o el Gastronomic Forum BCN, donde sus aceites forman parte de *showcookings* y demostraciones culinarias. Como novedad, a finales de noviembre de 2025 la cooperativa participó en el Mercat de l'Oli Nou en la Plaza Catalunya de Barcelona, organizado por Prodeca, una iniciativa que pone en valor la calidad y autenticidad del primer aceite de la campaña, acercando el producto al público urbano y reforzando la conexión entre el campo y la ciudad.

Asimismo, a finales de octubre o principios de noviembre se celebra la Fira de l'Oli de La Granadella (La Primera Premsada), que en 2025 ha cumplido su undécima edición bajo el lema *Aceite, salud y gastronomía*, cuyo eje principal fue la relación entre el aceite de oliva virgen extra y la salud, en concreto sus beneficios en la prevención del cáncer de mama. La inauguración coincidió

Kubota









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.



CMS ISO 9001 REGISTERED

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

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



Jornada técnica *"Alimentación y cáncer de mama: beneficios del aceite de oliva virgen extra"* a cargo del doctor Eduard Escrich en la Fira de l'Oli de La Granadella 2025.



Desayuno popular con el aceite nuevo *Degustus* en la Fira de l'Oli de La Granadella 2025.

Cooperativa La Granadella en cifras



- **Año de constitución:** 1920
- **Producción media anual de aceite de oliva:** 1.000.000 kg. (70% envasado y 30% a granel)
  - **Aceite de oliva virgen extra:** 95%
  - **Aceite de oliva virgen:** 5%
- **Producción media anual de aceituna:** 8.000.000 kg.
- **Variedad de aceituna:** Arbequina
- **Marca de aceite de oliva:** *Degustus* (virgen extra), *Vall de l'Oliver* (virgen)

con el acto de clausura de las actividades de celebración del 10º aniversario del Centre de la Cultura de l'Oli de Catalunya (CCOC), en el que se presentó el libro de cocina de recetas tradicionales de La Granadella *"Receptes amb memoria"* y se llevó a cabo un *showcooking* a cargo de la cocinera María Nicolau; además de una jornada técnica sobre los beneficios para la salud del aceite de oliva virgen extra a cargo del Dr. Eduard Escrich -internacionalmente reconocido por su labor investigadora junto a su equipo de trabajo de la UAB-, el apadrinamiento del aceite nuevo por parte del propio Escrich, la entrega del premio "Primera Premsada 2025" y una caminata entre olivos seguida de un desayuno popular a la brasa con el aceite *Degustus* de nueva campaña, entre otras actividades.

En el ámbito digital, su presencia en redes sociales se complementa con campañas de mailings personalizadas y la generación de notas de prensa para los medios que contribuyen a generar notoriedad. Además, a nivel de web, se apuesta por el SEO y la publicación de artículos en su blog relacionados con el aceite de oliva, su producción y consumo.

Inquietud por el oleoturismo

La inquietud por el oleturismo ha estado siempre presente en la cooperativa La Granadella, ya que se trata de una actividad esencial para divulgar la cultura del aceite y poner en valor el trabajo de los socios y socias. Desde hace años, junto con el ayuntamiento de La Granadella, se organizan jornadas de recolección y molturación de aceitunas, abiertas al público general y a centros educativos, con el fin de que los visitantes puedan conocer de primera mano el proceso de elaboración del aceite de oliva virgen extra.

Para potenciar esta actividad, la cooperativa ha plantado un jardín varietal con 12 variedades autóctonas de olivos catalanes, ubicado en un entorno que reproduce los tradicionales márgenes de piedra seca característicos de la comarca de Les Garrigues. La nueva experiencia *Dinar entre Molins*, por su parte, incluye la visita guiada al molino, una cata de AOVEs y un menú degustación.

De esta forma, La Granadella se posiciona como un referente en oleoturismo en Cataluña, ofreciendo diferentes experiencias y actividades que vinculan tradición, conocimiento y territorio.

Al margen del oleoturismo, la cooperativa organiza de manera constante actividades formativas y divulgativas orientadas tanto a los socios como al público general. Entre ellas destaca el curso de cata impartido al propio equipo técnico, con el objetivo de reforzar la formación sensorial de los trabajadores y trabajadoras. Asimismo, en el marco del Centre de la Cultura de l'Oli de Catalunya (CCOC) se organizan de forma regular jornadas técnicas, cursos de cocina, maridajes y actividades culturales, todas ellas centradas en la difusión de la cultura del aceite y la gastronomía mediterránea. Entre las iniciativas más destacadas figura el *Club de Tast*, un espacio participativo en el que, cada mes, los asistentes se reúnen para catar diferentes aceites y compartir conocimientos sobre sus características organolépticas.

Cooperativa La Granadella i Secció de Crèdit Sant Antoni Abat, S.C.C.L.
comunicacio@olidegustus.com
https://cooperativalagranadella.cat/es/

Kubota



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.

50 AÑOS 1975-2025

*Servicio postventa y asistencia 24 horas.

OLEOTECNOLOGIA | 1975 Magusa©

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

Competencia entre especies de *Colletotrichum* causantes de la antracnosis del olivo: desentrañando una paradoja biogeográfica en la Península Ibérica



La antracnosis del olivo (*Olea europaea L.*), causada por distintas especies fúngicas del género *Colletotrichum*, constituye una de las enfermedades de mayor impacto económico del olivo a escala global. En nuestro país, la antracnosis causa pérdidas anuales equivalentes al 2,6% de la producción, cifra que puede alcanzar el 40% en zonas húmedas con cultivares susceptibles.

Por Mª Teresa García López, Anabel Expósito, Cristina Estudillo, Mª Isabel Márquez Pérez, Diego Cabello, Antonio Trapero, Concepción Muñoz Díez y Juan Moral
Dpto. de Agronomía de la Universidad de Córdoba

El impacto económico de esta enfermedad trasciende de la reducción cuantitativa de la cosecha: los frutos afectados producen aceites con una acusada degradación de la calidad organoléptica, incremento de la acidez libre, disminución de la estabilidad oxidativa y alteraciones en el perfil de compuestos fenólicos (*Figura 1*).

Hasta la fecha, se han identificado una veintena de especies de *Colletotrichum* asociadas con la antracnosis del olivo. En todas las regiones olivareras una especie es mayoritaria o dominante, mientras que otras coexisten como secundarias. En España, particularmente en Andalucía, así como en Italia, Grecia y Montenegro, *C. godetiae* constituye la especie dominante. Por el contrario, en Portugal, la especie *C. nymphaeae* es dominante y *C. godetiae* es secundaria. Esta disparidad biogeográfica plantea un interrogante: ¿qué mecanismos ecológicos determinan que una especie de *Colletotrichum* sea mayoritaria en una región olivarera específica?

Diversas hipótesis podrían explicar este patrón: i) especialización patogénica en los cultivares predominantes de cada región; ii) adaptación diferencial a las condiciones climáticas; iii) diferencias en la capacidad competitiva sobre el recurso principal (la aceituna); iv) variabilidad en la capacidad de colonizar distintos tejidos vegetales (particularmente hojas

Kubota

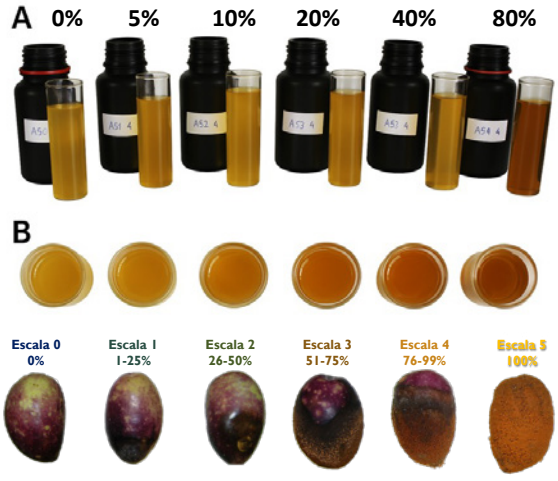


Figura 1. Progresión de la antracnosis del olivo causada por *Colletotrichum* spp. Arriba, aceites extraídos de frutos que muestran el incremento progresivo de la acidez y la degradación de la calidad desde el aceite de oliva virgen extra (*izqda.*) hasta el aceite lampante, no apto para el consumo (*dcha.*). Abajo, aceitunas afectadas por antracnosis, desde frutos sanos con lesiones incipientes (*izqda.*) hasta frutos completamente momificados (*dcha.*) que actúan como principal reservorio de inóculo del patógeno.

de olivo como reservorios alternativos de inóculo); v) sensibilidad diferencial a fungicidas; vi) capacidad para infectar a otras plantas adventicias; o (vii) efectos de prioridad temporal en la colonización ("*priority effects*"), donde la secuencia histórica de llegada determina la estructura comunitaria contemporánea.

Dos estudios recientes del equipo de la Universidad de Córdoba han abordado de manera sistemática estas hipótesis. *García-López et al. (2023)*, en *Scientific Reports*, evaluaron la competencia interespecífica entre ambas especies en medios de cultivo, frutos y tejido foliar, así como su respuesta a fungicidas cúpricos. Complementariamente, *Exposito-Díaz et al. (2025)*, en *Plant Disease*, caracterizaron exhaustivamente el papel epidemiológico del tejido foliar, evaluando crucialmente la capacidad de desarrollar estructuras de esporulación (acérvulos) que actúan como fuente efectiva de inóculo.

> [Hasta la fecha, se han identificado una veintena de especies de *Colletotrichum* asociadas con la antracnosis del olivo]

Los investigadores emplearon cepas bien conocidas del patógeno de ambas

VITROVAL
Envases de vidrio que elevan tu producto.
Diseño, calidad y sostenibilidad para destacar en el mercado.
BAEZA
ANDÚJAR
VITROVAL
vitroval.com | comercial@vitroval.com | +34 962 208 001





Síndrome de desecación de ramas de la antracnosis del olivo.

[Aunque ambas especies presentan virulencia comparable al infectar individualmente, *C. godetiae* domina cuando compiten directamente por el mismo recurso]

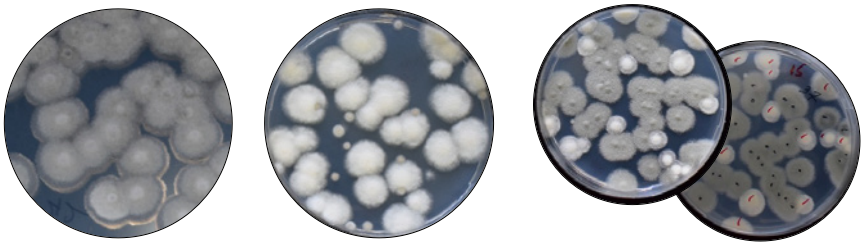


Figura 2. Características morfológicas diferenciales de *Colletotrichum godetiae* y *C. nymphaeae* en medio de cultivo. *Izqda.:* colonias de *C. godetiae* con coloración gris oscura y compacta, característica. *Centro:* colonias de *C. nymphaeae* con coloración blanca y micelio aéreo abundante y algodonoso. *Dcha.:* cocultivo de ambas especies en proporción 50:50, en el que las diferencias morfológicas permiten la identificación y cuantificación inequívoca de cada especie, facilitando los estudios de competencia interespecífica.

especies procedentes de olivares afectados en España y Portugal, distinguibles por características morfológicas diferenciadoras: *C. godetiae* forma colonias grises oscuras y compactas, mientras que *C. nymphaeae* produce colonias blancas con micelio aéreo algodonoso (*Figura 2*).

García-López et al. (2023) diseñaron experimentos innovadores de competencia mediante ciclos sucesivos que simulaban múltiples generaciones del patógeno, tanto en medios de cultivo como en frutos de cultivares susceptibles representativos (hojiblanca español y galega vulgar portugués). Los frutos se inocularon con cada especie por separado o en mezclas 50:50, simulando tres "ciclos de enfermedad" en los que los frutos podridos servían como fuente de inóculo para nuevas inoculaciones, imitando el ciclo natural en campo. *Exposito-Díaz et al. (2024)* evaluaron seis cultivares comerciales, analizando tres variables críticas en hojas jóvenes y adultas: porcentaje de superficie foliar necrótica, porcentaje de hojas con acérvulos (cuerpos fructíferos del patógeno) y colonización interna del tejido. Estas variables determinan si las hojas pueden actuar epidemiológicamente como fuente de inóculo.

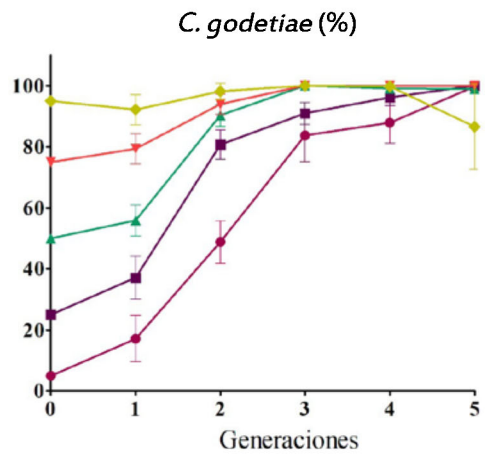
Los experimentos revelaron un patrón inequívoco: *C. godetiae* desplazó consistentemente a *C. nymphaeae* a lo largo de las generaciones sucesivas en plancas de Petri (*Figura 3*). Incluso cuando *C. godetiae* representaba únicamente el 5% del inóculo inicial, al completar el segundo ciclo constituía el 44% de la población y, en proporciones iniciales más favorables, superaba el 80-85% de la comunidad final. Este patrón se replicó con diferentes combinaciones de aislados, lo que confirma que se trata de una característica a nivel de especie.

Cuando los cultivares se inocularon por separado con cada especie, ambas mostraron virulencia estadísticamente indistinguible. Tampoco se detectó interacción significativa entre cultivar y especie, lo que refuta la hipótesis de especialización patogénica: no existe evidencia de que *C. godetiae* esté especializado en hojiblanca ni *C. nymphaeae* en galega vulgar. Sin embargo, el escenario cambió en frutos coinoculados.



El de la "aceituna jabonosa" es el síndrome más importante de la enfermedad y el más conocido por los agricultores.

Kubota



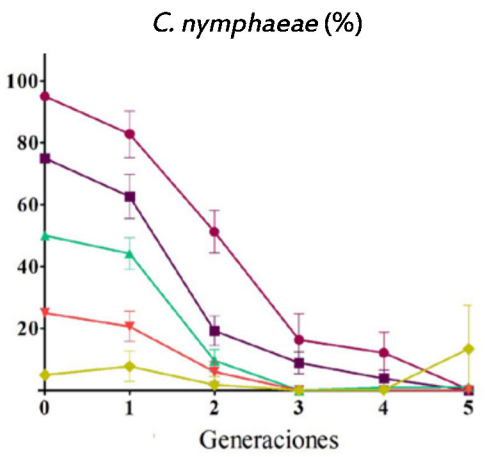


Figura 3. Dinámica temporal del desplazamiento competitivo de *Colletotrichum nymphaeae* por *C. godetiae* a lo largo de cinco generaciones sucesivas en medio de cultivo. *Panel izquierdo:* incremento progresivo del porcentaje de colonias de *C. godetiae* a lo largo de las generaciones. *Panel derecho:* disminución correspondiente del porcentaje de colonias de *C. nymphaeae*. Cada línea de color representa una proporción inicial diferente de inóculo (*C. godetiae*: *C. nymphaeae*): 95:5, 75:25, 50:50, 25:75, y 5:95. Las barras representan el error estándar de tres repeticiones independientes.

Al cuantificar el inóculo producido tras tres ciclos simulados de enfermedad, *C. godetiae* había desplazado competitivamente a *C. nymphaeae*, particularmente a temperaturas más bajas (15-20 °C). Este hallazgo demuestra que, aunque ambas especies presentan virulencia comparable al infectar individualmente, *C. godetiae* domina cuando compiten directamente por el mismo recurso.

Resultados reveladores

Los resultados más reveladores surgieron del análisis foliar. En hojas jóvenes inoculadas, *C. nymphaeae* causó 58,3% de tejido necrótico, mientras que *C. godetiae* afectó sólo al 7,6%. Pero el hallazgo epidemiológicamente crítico afectó al desarrollo de acérvulos, estructuras que producen masas de conidias para nuevas infecciones. La especie *C. nymphaeae* desarrolló acérvulos en más del 10% de las hojas inoculadas (13,6% en hojas adultas y 8,3% en hojas jóvenes), confirmándose,

cándido
FILTRACIÓN DE ACEITE DE OLIVA

Filtración profesional de AOVE directamente en tu almazara

¿Tienes el aceite listo, pero aún sin filtrar?
En **Aceites Cándido** te lo ponemos fácil: nos desplazamos con nuestros equipos móviles y filtramos tu AOVE en tus instalaciones, sin que tengas que invertir en maquinaria ni en personal.

Nuestra tecnología garantiza un aceite más estable, brillante, limpio y preparado para el mercado más exigente. Y todo con presupuesto cerrado por litro tratado.

Nuestro servicio de filtración móvil

¿Cómo funciona nuestro servicio?

1 Nos desplazamos a tu almazara

2 Filtramos en tus instalaciones

3 Resultados inmediatos

4 Sin inversión, sin sorpresas

Pide tu presupuesto

www.aceitescandido.com +34 684 41 80 56 info@aceitescandido.com dtecnico@aceitescandido.com

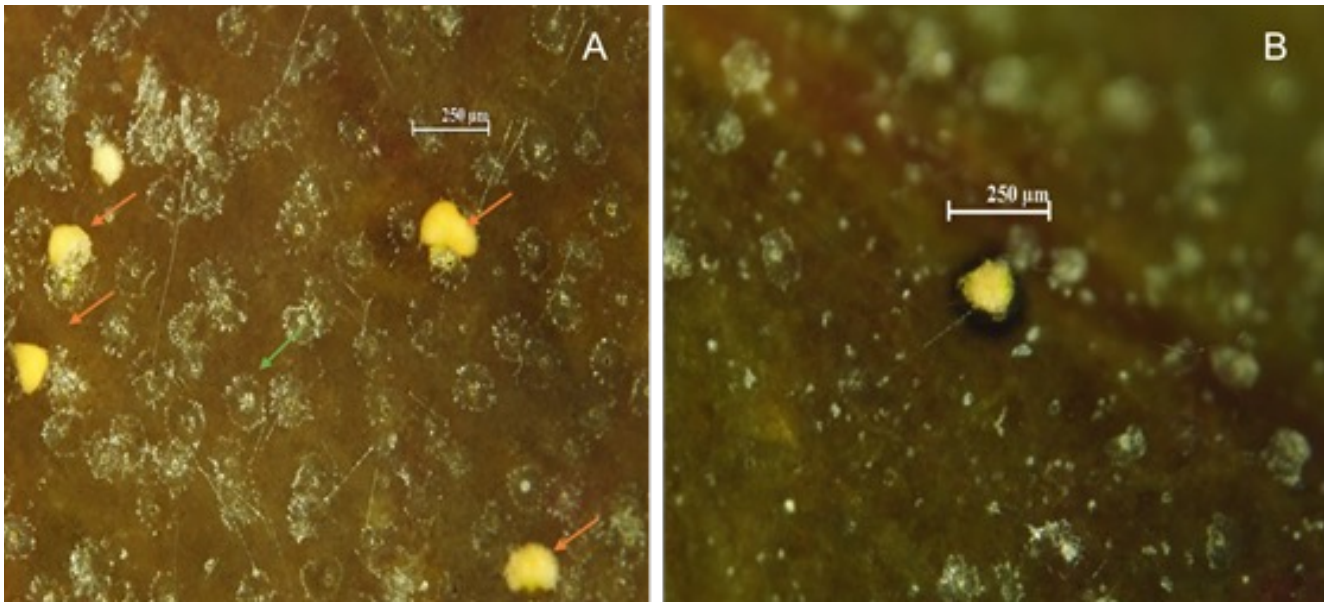


Figura 4. Acérvulos de *Colletotrichum nymphaeae,* causante de antracnosis, desarrollados en hojas de olivo inoculadas bajo condiciones controladas, observados mediante microscopía estereoscópica (50×). A) hojiblanca; B) sikitita.

mediante microscopía, las características masas conidiales (*Figura 4*). En marcado contraste, *C. godetiae* desarrolló acérvulos a una tasa aproximadamente diez veces inferior (1,7% en hojas jóvenes, 0,8% en hojas adultas). Este resultado indica que *C. nymphaeae* posee una capacidad superior para completar su ciclo reproductivo en tejido foliar, y puede utilizar las hojas como fuente secundaria de inóculo bajo condiciones ambientales propicias.

Ambas especies demostraron capacidad para colonizar internamente el tejido foliar (incluso sin síntomas externos), aunque *C. nymphaeae* mostró tasas superiores: se aisló en el 100% de las secciones de hojas jóvenes inoculadas, frente al 49,4% en *C. godetiae*. Esta colonización latente constituye una estrategia de persistencia entre las temporadas de fructificación. Un hallazgo relevante fue la ausencia de correlación entre la susceptibilidad de los frutos y de las hojas. Por ejemplo, ocal (frutos altamente susceptibles) y frantoio (frutos altamente resistentes) mostraron una susceptibilidad foliar similar. Esto indica que los mecanismos de resistencia difieren sustancialmente entre tejidos, con implicaciones importantes para los programas de mejora genética, que no pueden utilizar evaluaciones foliares como sustituto de los ensayos en frutos.

> [*C. godetiae* demostró una mayor tolerancia a los fungicidas cúpricos que *C. nymphaeae*]

Finalmente, *C. godetiae* demostró una mayor tolerancia a los fungicidas cúpricos que *C. nymphaeae*. Mientras que el cobre inhibió el crecimiento micelial de *C. nymphaeae* en 4,4% y la esporulación en 68,8%, el impacto de este compuesto en la especie *C. godetiae* fue mucho más reducido. Esta tolerancia diferencial representa un factor selectivo adicional en regiones donde se aplican rutinariamente fungicidas cúpricos, lo que subraya la necesidad de diversificar las estrategias de control químico para evitar favorecer inadvertidamente patógenos tolerantes.

La integración de estos hallazgos revela que la estructura de las poblaciones del patógeno en los olivares de España y Portugal se debe a una combinación compleja de factores agroecológicos y evolutivos. Así, la especie *C. godetiae* emerge como un competidor superior, especializado en aceituna, mientras que *C. nymphaeae* exhibe mayor plasticidad ecológica al aprovechar eficientemente tanto frutos como tejido foliar. En cualquier caso, el "efecto de prioridad" que implica que una población de un organismo bien asentada en un nicho ecológico es difícil de desplazar, incluso por otras especies más competitivas -pero más recientes-, podría explicar en parte la distribución de las especies de *Colletotrichum* en las distintas zonas productoras.

Para la olivicultura mediterránea, estos resultados implican que las estrategias de manejo deben adaptarse de forma regional, priorizando la eliminación de frutos momificados en España y considerando, además, el control foliar en Portugal. La comprensión de estos mecanismos proporciona las bases científicas necesarias para diseñar estrategias de manejo integrado más eficaces y sostenibles.

Referencias

Exposito-Diaz, A., Camiletti, B. X., Garcia-Lopez, M. T., Cabello, D., Prusky, D., Diez, C. M., & Moral, J. (2025). Susceptibility of olive cultivars and selections to Colletotrichum species causing anthracnose in Spain. Plant disease, 109(3), 683-690.

Garcia-Lopez, M. T., Serrano, M. S., Camiletti, B. X., Gordon, A., Estudillo, C., Trapero, A., ... & Moral, J. (2023). Study of the competition between Colletotrichum godetiae and C. nymphaeae, two pathogenic species in olive. Scientific reports, 13(1), 5344.

Kubota

EL MAYOR VIVERO DE PLANTA DE OLIVO CERTIFICADA EN EL MUNDO





GROUPE Oleaplant®





- 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

AGROMILLORA
It's in our nature

Nacen ilitia, brunella y florentia, las nuevas piezas para la revolución varietal del olivar



Olivos de la nueva variedad ilitia, surgida del programa de mejora de la Universidad de Florencia.

A través del programa de mejora de la Universidad de Florencia llegan ilitia, brunella y florentia para sumarse al abanico de nuevas variedades de olivar en seto que definirán el futuro de la olivicultura moderna.

Por Redacción Agromillora

Brunella, florentia e ilitia llegan en un momento clave para la transformación del olivar donde la sostenibilidad, la eficiencia y la adaptación al cambio climático marcan el rumbo del sector. Estas tres nuevas variedades de olivo, fruto del programa de mejora genética de la Universidad de Florencia, se suman al impulso innovador iniciado con lecciana y coriana, procedentes de la Universidad de Bari. Juntas, todas estas variedades conforman un nuevo catálogo que redefine las posibilidades del olivar moderno.

Con características agronómicas que responden a los desafíos actuales como la tolerancia al frío, la entrada precoz en producción o la alta calidad del aceite, estas variedades están llamadas a convertirse en piezas clave dentro del sistema de olivar en seto.

La experiencia de los últimos años ha demostrado que el éxito del seto no depende únicamente del diseño de la plantación o del nivel de mecanización, sino en gran medida del material vegetal. La dependencia de un número reducido de variedades ha puesto de manifiesto la necesidad de ampliar el abanico varietal. La mejora genética se convierte así en una herramienta estratégica para asegurar la sostenibilidad del sistema.

Como en alguna ocasión ha afirmado Edgardo Giordani, responsable del programa de mejora genética de la Universidad de Florencia, “el ideotipo del pasado, centrado fundamentalmente en la resistencia al frío, exige hoy considerar aspectos como la productividad o la facilidad de manejo agronómico mediante la mecanización, sin perder de vista la necesidad de mejorar las cualidades organolépticas del aceite”. Una reflexión que resume el cambio de paradigma que vive la olivicultura actual.

En este contexto nacen ilitia, brunella y florentia, tres nuevas variedades desarrolladas por la Universidad de Florencia, concebidas específicamente para responder a las exigencias del olivar en seto y complementar el catálogo varietal existente. No se trata de buscar una variedad única, sino de ofrecer soluciones diferenciadas para distintos perfiles de productor y condiciones de cultivo.

Kubota

Tres nuevas variedades, tres nuevas respuestas agronómicas

Ilitia responde a un perfil claramente enfocado a la eficiencia productiva y a la mecanización. Es una variedad moderna, precoz y homogénea, con un vigor controlado y una arquitectura que favorece la uniformidad del seto. Los datos de campo confirman una alta estabilidad productiva, sin alternancia, lo que permite una mayor previsibilidad de las cosechas y una rápida amortización de la inversión inicial.

Las comparativas de vigor realizadas en distintas fincas muestran que ilitia presenta un desarrollo equilibrado frente a otras variedades de referencia, lo que facilita su integración en plantaciones superintensivas. Estas características hacen de ella una opción especialmente indicada para explotaciones profesionales orientadas a la producción, la rentabilidad y la eficiencia operativa.



Edgardo Giordani, profesor del Departamento de Ciencias Agrarias, Forestales y Ambientales (DAGRI) de la Universidad de Florencia y responsable de su programa de mejora genética.

Florentia, por su parte, se presenta como una variedad orientada a productores que priorizan la calidad sensorial del aceite y la estabilidad productiva. Se caracteriza por una entrada precoz en producción, maduración temprana y un porte erecto, con un vigor medio que facilita su manejo en seto. Los seguimientos realizados en distintas fincas muestran una productividad media-alta y regular, sin tendencia a la alternancia, un aspec-

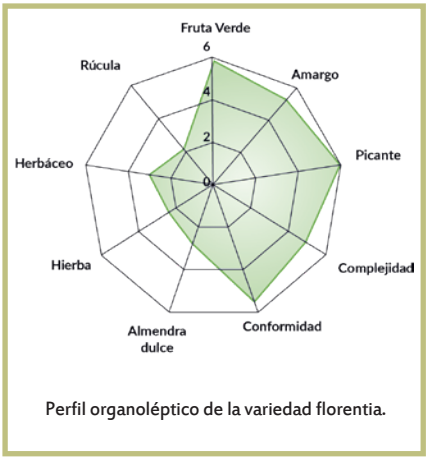
> [Con características agronómicas que responden a los desafíos actuales -tolerancia al frío, entrada precoz en producción o alta calidad del aceite-, estas variedades están llamadas a convertirse en piezas clave dentro del sistema de olivar en seto]



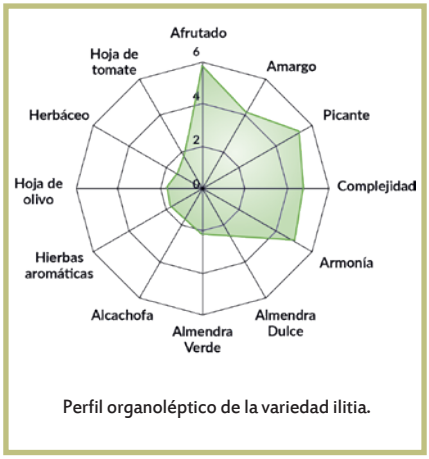
www.gallardoingenieria.com

NOTA: *disponemos de tecnologías personalizadas para los sectores de vinos, licores, aguas, zumos, aceites, vinagres, lácteos y cremas.*

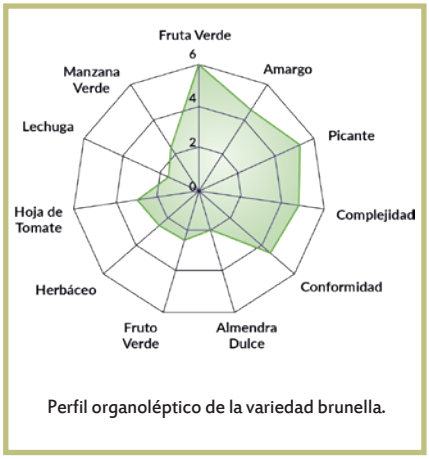
GALLARDO
INGENIERÍA Y MAQUINARIA PARA EL EMBOTELLADO



Perfil organoléptico de la variedad florentia.



Perfil organoléptico de la variedad ilitia.



Perfil organoléptico de la variedad brunella.





to clave para la planificación económica de la explotación.

Asimismo, uno de los elementos más destacados de florentia es su comportamiento en condiciones de disponibilidad hídrica limitada, manteniendo una producción equilibrada y una buena estabilidad año tras año. Esta característica la convierte en una opción especialmente interesante para zonas de secano o para productores que buscan optimizar el uso del agua. Aunque su rendimiento graso no es su principal atributo, su intenso perfil aromático la sitúa como una variedad atractiva para estrategias orientadas a la diferenciación por calidad.

Brunella completa este trío varietal con un perfil agronómico muy definido. Destaca por su vigor muy bajo y porte erguido, características que simplifican notablemente su manejo en seto y reducen la necesidad de intervenciones vegetativas. Presenta una entrada temprana en producción y una muy alta productividad, acompañada de una notable regularidad y ausencia de alternancia.

> ⟦La mejora genética se ha convertido en una herramienta estratégica para asegurar la sostenibilidad del sistema⟧

Desde el punto de vista del aceite, se trata de un perfil suave y aromático, alineado con las demandas actuales del mercado. Para expresar todo su potencial, brunella requiere suelos con buena fertilidad y una adecuada disponibilidad hídrica, condiciones bajo las cuales ofrece resultados muy competitivos.

Más opciones para un olivar más resiliente

La incorporación de ilitia, brunella y florentia al catálogo varietal del olivar en seto responde a una necesidad estructural del sector: diversificar para reducir riesgos y aumentar la resiliencia del sistema productivo.

En un contexto de cambio constante, ampliar el abanico varietal no sólo es una ventaja competitiva, sino una garantía de futuro para la olivicultura. Las nuevas variedades de la Universidad de Florencia suponen un paso adelante hacia un olivar más flexible, resiliente y preparado para afrontar los retos que vendrán.



SERVICIOS DE
TRANSFORMACIÓN INTEGRAL

PARA UNA AGRICULTURA MODERNA, RENTABLE Y SOSTENIBLE.

BALAM.ES

SULTANA

BALAM AGRICULTURE

sultana.balam.es

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

Además, es la variedad de alta densidad más **resistente** a **repilo** y **tuberculosis**

¿Quieres aumentar la rentabilidad de tu explotación?

CULTIVA CARBONO

cultivacarbono.es

Entrevista a Daniel Cano, quinta generación familiar en S.A.T. Los Tallaos

"Lo que más nos llamó la atención de lecciana fue su adaptabilidad a secano y su facilidad para mecanizar"



Daniel Cano representa la quinta generación de una familia de agricultores que ha dedicado su vida al manejo y comercialización de diversas producciones agrícolas. La empresa familiar, S.A.T. Los Tallaos, ubicada en Camuñas (Toledo), ha evolucionado a lo largo de los años, diversificando su actividad hacia el cultivo de almendros, pistachos, olivos y viñedos. Esta diversificación les ha permitido ofrecer servicios de asesoría técnica agrícola tanto a nivel nacional como internacional. Su enfoque se basa en la observación y seguimiento de su propia explotación, que aboga por la regeneración y cuidado de los suelos, apoyándose en prácticas ecológicas y biodinámicas.

Cuéntanos un poco sobre Los Tallaos: su actividad principal, los cultivos y cómo comenzasteis en la olivicultura y la producción de AOVE.

El nombre de la empresa tiene una historia peculiar. "Tallao" era el apodo de mi tatarabuelo. Él solía decir que "se tallaba" (se medía) cada vez que comía cocido, pues notaba que había crecido. Lo curioso es que sólo comía cocido una vez al año, por lo que el crecimiento coincidía con ese evento especial. En un cariñoso homenaje a su figura, decidimos darle ese nombre a nuestra empresa.

En cuanto a la producción y envasado de aceite de oliva, empezamos en 2018, inicialmente con la variedad picual. A partir de ahí fuimos incorporando otras como lecciana o royal.

¿Qué importancia tiene la diversificación para vosotros?

La diversificación es clave para nosotros. Centrarse en un solo cultivo implica asumir muchos riesgos, especialmente en un entorno con cambios climáticos y ciclos de producción inciertos. Es fundamental diversificar para poder afrontar estos desafíos. Constantemente probamos nuevos cultivos y variedades que se adapten a nuestra región. En cuanto a la viña y el olivar, ambos están mecanizados, siendo este último en su mayoría superintensivo.

> "Lecciana muestra un vigor controlado en plantaciones de secano, dando paso a cosechas constantes y estables. Además, tiene una rápida entrada en producción, sus rendimientos han sido satisfactorios y produce un aceite de alta calidad"

Como asesores técnicos agrícolas, ¿qué tendencias estáis observando en el sector agro?

Actualmente, distinguimos dos perfiles de clientes: los fondos de inversión, que buscan grandes superficies con acceso a agua, y los pequeños agricultores. En ambos perfiles la tendencia principal es la mecanización y la reducción de la mano de obra, debido a la escasez de personal para el trabajo en el campo.

¿Por qué decidisteis apostar por la variedad lecciana?

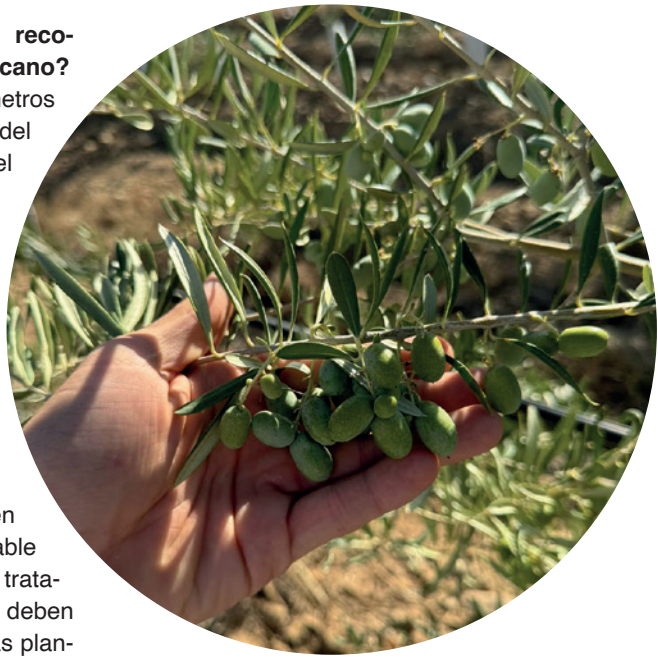
Visitamos varias fincas que ya estaban produciendo lecciana y nos impresionó su comportamiento. Lo que más nos llamó la atención fue su adaptabilidad a secano y su facilidad para mecanizar, especialmente en comparación con la arbequina, que requiere mucha más agua, un recurso escaso en nuestra zona.

Kubota

¿Qué aspectos destacarías de la adaptación de lecciana en secano?
En plantaciones de secano lecciana muestra un vigor controlado, dando paso a cosechas constantes y estables. Además, tiene una rápida entrada en producción, aproximadamente en tres años ya está produciendo. En secano, sus rendimientos han sido satisfactorios y produce un aceite de alta calidad.

Desde tu experiencia y dada la ubicación de vuestras fincas, ¿qué características edafoclimáticas consideras que son necesarias para obtener una buena rentabilidad en un olivar en seto en secano?
Nuestra pluviometría no supera los 300 mm al año. En las primeras etapas de la plantación es fundamental proporcionar riego de apoyo, algo esencial durante la plantación y recomendable en años particularmente secos.

¿Qué marcos de plantación recomendarías para lecciana en secano?
Sugerimos dejar entre 4 y 5 metros entre las filas, dependiendo del tipo de maquinaria que posea el cliente. Entre plantas, recomendamos una distancia de 1,5 metros para minimizar la competencia y asegurar un cierre rápido del seto.



¿Qué se debe considerar en el manejo del seto en una plantación de olivar en secano frente a una de regadío?
La principal diferencia radica en la fertirrigación, que no es viable en secano. Por tanto, todos los tratamientos y aportes nutricionales deben hacerse vía foliar. Además, en las plantaciones de regadío se genera más vegetación, lo que incrementa el coste de la poda. Nosotros en Los Tallaos recomendamos la intervención de poda manual, aunque no al 100% como en otros cultivos, pero sí para complementar la poda con discos.

GUILLEN BROKER

Miguel Guillén

INTERNATIONAL OLIVE OIL BROKER

+34 673 654 426 / +34 687 650 487

miguel@guillenbroker.com / paco@guillenbroker.com

www.guillenbroker.com







¿Podrías compartir unas cifras aproximadas sobre la rentabilidad de un olivar en seto en secano?
Estimamos una inversión inicial de aproximadamente 8.000 euros por hectárea, incluyendo tutores, protectores, plantación y riego de apoyo. Si se añade una espaldera, el coste sería mayor. Los costes anuales pueden oscilar entre 1.000 y 3.000 euros, dependiendo del manejo. En cuanto a rendimientos, estamos muy satisfechos con lecciana, ya que, aunque recolectamos temprano para asegurar una alta calidad de AOVE, obtenemos un rendimiento de entre el 15% y 18%. En términos de producción, en el primer año hemos alcanzado entre 1.600 y 2.000 kilos por hectárea, y la cifra sigue aumentando.

Uno de vuestros principales objetivos es la regeneración y cuidado de los suelos. ¿Qué prácticas estáis implementando para cumplir con este reto?
Trabajamos intensamente con microbiología, incorporando bacterias para crear una simbiosis entre el suelo, la planta y la fauna auxiliar. Elaboramos nuestros propios preparados orgánicos y estamos profundizando en el estudio de familias de bacterias beneficiosas.

> "Buscamos eficiencia y autoconsumo, persiguiendo siempre un equilibrio natural y tratando de intervenir lo menos posible en los campos. Nuestra visión es seguir avanzando hacia una agricultura cada vez más sostenible"

¿Qué papel juega la sostenibilidad en vuestras plantaciones?
Buscamos eficiencia y autoconsumo, persiguiendo siempre un equilibrio natural. Tratamos de intervenir lo menos posible en los campos, fomentando una simbiosis natural que sea beneficiosa para las plantas y el medio ambiente. Creemos que esto incluso se percibe en la calidad organoléptica de nuestro AOVE.

¿Y qué parámetros utilizáis para medir los objetivos de sostenibilidad?
Realizamos análisis de suelos y comprobamos cómo evolucionan las colonias de bacterias. Seguimos aprendiendo y observando su comportamiento para entender cómo benefician o afectan a la fauna y al cultivo.

Concluimos. ¿Hacia dónde crees que evolucionará el futuro de la empresa en los próximos 5 a 10 años?
La agricultura está en constante transformación. Hace una década, el cultivo de almendro en seto o el olivar en secano eran menos habituales, y hoy son una realidad. Creemos que el futuro pasa por la mecanización y la producción a gran escala, apostando siempre por la innovación de la mano de colaboradores del sector que estén a la vanguardia. Nuestra visión es seguir avanzando hacia una agricultura cada vez más sostenible.

Por último, ¿cuál es tu plato favorito para maridar con el AOVE *Lecciana Los Tallaos*?
El AOVE lecciana es muy versátil y aporta unos valores organolépticos excepcionales en crudo. Lo disfruto tanto en una tostada matutina con jamón como en una *burrata* fresca acompañada de un tomate de la huerta.

Kubota

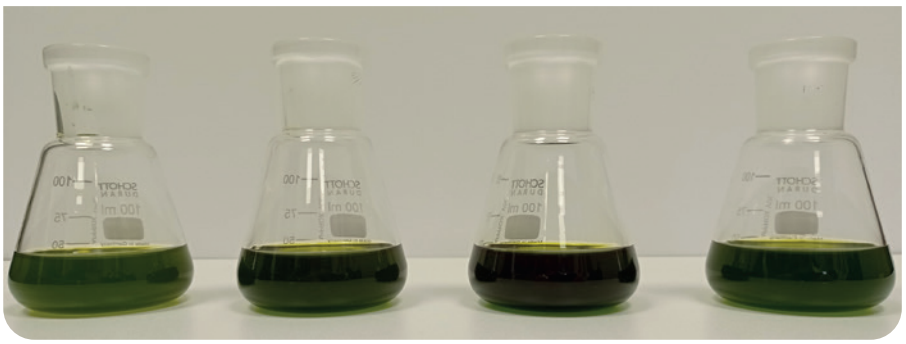
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI FIRENZE

Ilitia, Brunella y **Florentia** amplian el abanico varietal del olivar en seto

ILITIA | BRUNELLA | FLORENTIA



La digitalización como herramienta clave en la obtención de AOVE de alta calidad



Interreg
Cofinanciado por la Unión Europea
Cofinanciado pela União Europeia
España – Portugal
TID4AGRO

El proyecto TID4AGRO en el que trabaja el Centro de Investigaciones Científicas y Tecnológicas de Extremadura (CICYTEX) se centra en la búsqueda de tecnologías avanzadas, innovadoras y digitales para el sector agroalimentario de la región EUROACE. El desarrollo tecnológico abre la puerta a nuevos escenarios de producción con un enfoque integral y eficiente, permitiendo una mayor calidad, trazabilidad y eficiencia energética gracias a la toma de decisiones en tiempo real. Por ello, dentro de las actividades del proyecto se diseñó y validó la digitalización y monitorización del proceso productivo de una almazara tradicional ubicada en Badajoz, incorporándose caudalímetros másicos y sondas de temperatura, humedad y presión a lo largo de todo el proceso productivo. La aplicación de modelos matemáticos permitió ajustar el proceso en función de los rendimientos grasos. Esta adaptación de las instalaciones proporcionó información precisa en tiempo real de todas las fases del proceso, permitiendo alcanzar un alto nivel de eficiencia, y facilitando información objetiva para la detección de puntos de mejora continua del proceso de elaboración.

Por Daniel Cortés Montaña (daniel.cortes@juntaex.es), Ana González Trejo, Isabel García Corraliza y Manuel Alejandro Martínez Cañas
Instituto Tecnológico Agroalimentario de Extremadura (INTAEX), Área de Aceite.
Centro de Investigaciones Científicas y Tecnológicas de Extremadura (CICYTEX)

Tradicionalmente, el funcionamiento de las almazaras ha combinado técnicas heredadas y conocimientos empíricos donde la calidad del aceite dependía en gran medida de la habilidad del personal y de la materia prima. Sin embargo, los avances tecnológicos de las últimas décadas han impulsado una transformación profunda en el sector oleícola.

La digitalización y la automatización industrial han permitido optimizar procesos, mejorar la trazabilidad y garantizar una calidad más constante en el aceite de oliva virgen extra. Actualmente, las almazaras disponen de equipos analíticos basados en tecnología de infrarrojo cercano (NIR), capaces de estimar con rapidez y precisión parámetros como humedad o grasa en aceitunas molidas y orujos (*Yan et al., 2023*). No obstante, estos equipos requieren personal especializado para la toma manual de muestras y la interpretación de resultados, lo que puede limitar la eficiencia del control del proceso (*Reda et al., 2023*). El monitoreo en tiempo real de parámetros críticos mediante sensores integrados al sistema SCADA ofrece una alternativa que permite actuar de manera inmediata sobre el proceso, optimizando la eficiencia, el consumo de recursos y la calidad final del aceite. Las almazaras del futuro integrarán la sensórica avanzada junto con modelos predictivos que facilitarán la toma de decisiones de forma autónoma. Por ello, el objetivo del estudio fue validar la eficacia de un sistema de digitalización y monitorización basado en sensórica y modelos predictivos aplicado a una almazara tradicional, evaluando su capacidad para mejorar el control de los parámetros de proceso y optimizar los recursos manteniendo una alta calidad del AOVE.

Material y métodos

La almazara se ubica en el término municipal de Guareña (Badajoz) y está compuesta por una tolva de recepción, una lavadora, dos tolvas de almacenamiento de aceituna y un molino de martillo situados en el patio de la almazara. La batidora horizontal, decánter, centrífuga vertical y embotelladora se localizan en la zona de elaboración, mientras que los depósitos se ubican en la bodega. La implantación se realizó durante la campaña 2024/25 empleando lotes de 1.800 kg. de aceitunas de las variedades propias de la zona. El sistema de monitorización se compuso de sensores integrados al sistema SCADA y equipos de comunicación y digitalización de datos (*Tabla 1*). Todos los sensores fueron calibrados previamente para cuantificar los parámetros clave de los puntos críticos del proceso.

Kubota

Parámetro	Número de sensores	Ubicación	Control
Temperatura (°C)	2	Tolva de almacenamiento	Aceituna
	1	Entrada de batidora	Agua
	1	Batidora	Masa de aceituna
	1	Entrada de centrífuga vertical	Agua
	1	Salida de centrífuga vertical	Aceite
	2	Depósitos de bodega	Aceite
Caudal (L/s)	1	Entrada de batidora	Agua
	1	Entrada del decánter	Agua
	1	Centrífuga vertical	Agua
Caudal másico (kg/s)	1	Entrada del decánter	Masa de aceituna
Grasa y humedad (%)	1	Salida de batidora	Masa de aceituna
	1	Salida del decánter	Orujo
Masa (kg)	2	Depósitos de bodega	Aceite

Tabla 1. Sensores instalados para la digitalización del proceso productivo.

Resultados y discusión

La monitorización de la temperatura en las distintas fases del proceso permitió identificar el comportamiento térmico del sistema y su influencia sobre la calidad del aceite. En las tolvas de almacenamiento, las temperaturas oscilaron entre 8 y 18 °C, valores adecuados para preservar la integridad del fruto antes de su molturación (*Nieto Carricondo et al., 2019*). El control térmico en esta etapa evita fermentaciones indeseadas que producen defectos y la pérdida de compuestos volátiles deseados. Durante el batido, las temperaturas de la masa de aceituna se mantuvieron en rangos óptimos gracias al control continuo de las temperaturas. Esto favoreció la coalescencia de las gotas de aceite sin afectar negativamente a los compuestos fenólicos, ya que posteriormente en el decánter la temperatura se incrementa. En la centrífuga vertical es importante determinar la temperatura de entrada del agua y del aceite para permitir una buena separación y limpieza sin

> Las almazaras del futuro integrarán la sensórica avanzada junto con modelos predictivos que facilitarán la toma de decisiones de forma autónoma

Servicios de intermediación en la comercialización de aceite de oliva y sus derivados

OLEUMCONNECT
Olive Oil Brokers

Gerardo Fernández Gómez
AGENTE COMERCIAL

Calle San Agustín, 69 1°A
30430 Cehegín (Murcia)
+34 656 651 874
g.fernandez@oleumconnect.com

OLEUMCONNECT
www.oleumconnect.com

La adquisición de todos los datos a tiempo real, sin necesidad de la intervención del operario para el análisis, permitió optimizar el proceso gracias a la detección precoz de puntos de actuación y mejora; además de incrementarse el nivel de trazabilidad







comprometer la calidad sensorial y oxidativa del AOVE (*Gagour et al., 2022*; *Mancebo Campos, 2020*). Finalmente, en los depósitos de bodega la temperatura del aceite almacenado se mantuvo entre 15 °C y 20 °C, rango considerado ideal para evitar la oxidación y preservar los compuestos aromáticos durante la conservación (*Gagour et al., 2022*).

La monitorización de los caudales de agua permitió conocer con precisión el consumo y optimizar el uso de los recursos hídricos. El control en tiempo real permitió evitar aportes innecesarios de agua y reducir la huella ambiental del proceso. El sensor de caudal másico situado en la entrada del decánter cuantificó el flujo de masa de aceituna procesada, ofreciendo un indicador clave del tiempo de residencia en el interior del decánter. Los sensores instalados en la salida de la batidora y del decánter registraron los valores de humedad y grasa de la masa de aceituna y de los orujos. Estos son los parámetros que están directamente vinculados con la eficiencia del proceso de extracción. Los resultados obtenidos mostraron una alta correlación con los obtenidos mediante el equipo de referencia NIR de la almazara. La principal ventaja de instalar los sensores en la línea de proceso es que el rendimiento se puede comprobar de forma continua sin necesidad de destinar personal a la toma y análisis de las muestras. La humedad de la masa se situó entre 48% y 55%, mientras que en los orujos osciló entre 50% y 62%, observándose ligeras discrepancias atribuibles a diferencias metodológicas. Los valores de GSH en masa variaron entre 35% y 45%, evidenciando una consistencia adecuada entre los resultados proporcionados por los sensores y los del equipo NIR. Las condiciones de humedad moderada (54-61%) y temperatura de batido inferior a 27 °C se asociaron con una mayor calidad del aceite, en concordancia con los valores recomendados por *Nieto Carricondo et al. (2019)*.

Conclusiones

La adquisición de todos los datos a tiempo real, sin necesidad de la intervención del operario para el análisis, permitió optimizar el proceso gracias a la detección precoz de puntos de actuación y mejora. Además, se incrementó el nivel de trazabilidad y los valores registrados permitieron la creación de una base de datos que servirá de registro para poder desarrollar, en un futuro, un gemelo digital.

Referencias

Gagour, J., Oubannin, S., Ait Bouzid, H., Bijla, L., El Moudden, H., Sakar, E. H., Koubachi, J., Laknifli, A., y Gharby, S. "Physicochemical characterization, kinetic parameters, shelf life and its prediction models of virgin olive oil from two cultivars (Arbequina and Moroccan Picholine) grown in Morocco". OCL, 29, 39. (2022). https://doi.org/10.1051/OCL/2022033

Mancebo Campos, V. "Estudio del proceso de oxidación del aceite de oliva virgen. Efecto individual y combinado de los antioxidantes naturales". Universidad de Castilla la Mancha. (2020). https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=301014&info=resumen&idioma=SPA

Nieto Carricondo, J., Montaño García, A. M., Caravaca Susi, J. de D., y Cubero Urbano, F. J. "Elaboración de aceite de oliva virgen de calidad. Consideraciones desde la experiencia y el conocimiento". Fundación Caja Rural de Jaén, Ed. (2019).

Reda, R., Saffaj, T., Bouzida, I., Saidi, O., Belgrir, M., Lakssir, B., y El Hadrami, E. M. "Optimized variable selection and machine learning models for olive oil quality assessment using portable near infrared spectroscopy". Spectrochimica Acta Part A: Molecular and Biomolecular Spectroscopy, 303, 123213. (2023). https://doi.org/10.1016/j.saa.2023.123213

Yan, H., De Gea Neves, M., Noda, I., Guedes, G. M., Silva Ferreira, A. C., Pfeifer, F., Chen, X., y Siesler, H. W. "Handheld Near-Infrared Spectroscopy: State-of-the-Art Instrumentation and Applications in Material Identification, Food Authentication, and Environmental Investigations". Chemosensors 11, 5. (2023). https://doi.org/10.3390/chemosensors11050272

Agradecimientos

El proyecto 0100_TID4AGRO_4_E está cofinanciado por la Unión Europea a través del Programa Interreg VI-AEspaña-Portugal (POCTEP) 2021-2027.

Kubota

EL FUTURO EN PODA MECANIZADA

SOLUCIONES INTEGRALES PARA EL CAMPO



Prepodadora
PVF 20



Prepodadora bajera
MAX2



Prepodadora en túnel
SES INTENSIVE

Prepodadora + Sistema de aire integrado
FRUIT MUR PRO + Smart Air System

Un equipo de poda selectiva que distingue qué rama cortar y cuál preservar, aumentando de esta forma la producción y la sanidad vegetal. Mediante su sistema de inyección de aire simultáneo al corte, separa las ramas lignificadas dejando solo las productivas.

www.vimarequipos.com
Pol. Escodinas, 3 · 44621 Mazaleon (Teruel) · España
comercial@vimarequipos.com · (+34) 978 89 88 11

@vimarequipos

VIMAR EQUIPOS

Alimentación funcional a partir de subproductos agroalimentarios: una alternativa sostenible y saludable para la alimentación animal



Vista aérea de la planta de la orujera de San Miguel Arcángel, S.A. en Villanueva del Arzobispo (Jaén).

El proyecto OLIVEBIOME ha iniciado su segunda fase con resultados prometedores en el desarrollo de soluciones biotecnológicas aplicadas a la alimentación animal. Tras concluir su primera etapa, el consorcio ha evaluado el potencial prebiótico de siete subproductos agroindustriales -procedentes de la industria del aceite de oliva, la aceituna de mesa, el vino, el tomate, la avena y el espárrago- tradicionalmente considerados de bajo valor, pero con una alta riqueza en fibra y compuestos funcionales beneficiosos para la salud intestinal de animales monogástricos como pollos y lechones.

Por Gemma Tedó[1] e Íñigo Pariza[2]

La Unión Europea prohibió en 2006 el uso de antibióticos como promotores del crecimiento en ganadería. Más recientemente, en 2022, entró en vigor el Reglamento (UE) 2019/6 sobre el uso prudente de los antimicrobianos, que limita todavía más herramientas ampliamente utilizadas, como el óxido de zinc. Estas medidas buscan reducir el empleo de antibióticos en los sistemas de producción animal y, con ello, minimizar su impacto sobre la salud pública. Sin embargo, su aplicación no es sencilla, ya que influye directamente en la productividad y en los sistemas de manejo que las granjas han desarrollado durante décadas.

En este contexto, la búsqueda de alternativas eficaces a la farmacología veterinaria se ha convertido en una prioridad estratégica para avanzar hacia modelos más sostenibles. Según estudios recientes liderados por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y sus socios de investigación, la mejora de la productividad ganadera es considerado un factor clave para lograr una reducción sustancial del uso de antibióticos a escala global.

Aun con los avances normativos y tecnológicos, el sector ganadero continúa afrontando desafíos importantes para mantener la productividad y

[1] *Doctora en Ciencia Animal y directora de Innovación de Grupo Lucta*
[2] *Biólogo con Máster en Biología Molecular y Biomedicina y director técnico y de Calidad de Maslina International Trade, S.L.*

Kubota



El proyecto, financiado por la Unión Europea y el Ministerio de Agricultura, busca transformar residuos agrícolas en soluciones nutricionales sostenibles que reduzcan el uso de antibióticos en ganadería

el bienestar animal sin recurrir a estas prácticas. Entre las principales estrategias adoptadas por el sector se encuentran el desarrollo de nuevas prácticas de manejo, orientadas a reducir el estrés ambiental y en los animales, y la incorporación de soluciones nutricionales innovadoras. Estas últimas incluyen ingredientes que, además de aportar los nutrientes necesarios, refuerzan la capacidad innata del animal para afrontar situaciones de estrés o enfermedades, ayudando a sostener su rendimiento y la calidad de los productos finales (carne, huevos, etc.).

A estos retos se suma la necesidad de reducir el impacto ambiental de la

ORISHA
Agrifood
Microsoft Solutions Partner
Más control, más productividad, mejores resultados.
Impulsando la digitalización del sector agroalimentario
Microsoft AI Business Solutions
Soluciones Cloud
Software sectorial
Plataforma en la nube con IA integrada para una gestión más inteligente y eficiente.
Nora
¿HABLAMOS?
agrifood.orisha.com
900 909 619





actividad ganadera y avanzar hacia sistemas más sostenibles, una demanda creciente por parte de la sociedad. La innovación en nutrición animal se posiciona así como un pilar fundamental para responder a estas expectativas.

En este marco de innovación en la nutrición animal surge OLIVEBIOME, un proyecto centrado en el desarrollo biotecnológico de soluciones nutricionales funcionales obtenidas a partir de fibra de alperujo y otros subproductos hortícolas. Se trata de un proyecto integrado en los Grupos Operativos Supraautonómicos de Innovación, aprobado en la convocatoria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de 2024 junto a otros 64 proyectos nacionales.

El Grupo Operativo Supraautonómico OLIVEBIOME está formado por un consorcio público-privado con miembros distribuidos en varias regiones españolas:

- Maslina International Trade, S.L. (Santander), empresa tecnológica especializada en ingredientes naturales funcionales para alimentación animal.
- Lucta, S.A. (Madrid), empresa química que entre sus diferentes actividades cuenta con una división dedicada al desarrollo y comercialización de aromas y aditivos funcionales para nutrición animal.

> OLIVEBIOME demuestra el potencial de los residuos del olivar como recurso sostenible

- Fundación Gallega Universitaria-FEUGA (Galicia), con sede en Santiago de Compostela, dedicada a impulsar la transferencia de conocimiento, innovación y tecnología entre universidades y empresas.
- San Miguel Arcángel, S.A. (Jaén), empresa extractora de aceite de orujo de oliva.

El proyecto cuenta además con la colaboración de varias entidades tecnológicas subcontratadas: el Instituto de la Grasa (CSIC) de Sevilla, AINIA de Valencia, la Fundación Andaluza de Biotecnología (FABT) de Granada, el Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias de Cataluña (IRTA) y la empresa tecnológica MICROMICS.

Durante los primeros meses de investigación, OLIVEBIOME ha obtenido resultados científicos significativos centrados en la tipificación química de estos subproductos, un paso esencial para determinar su valor nutricional y prebiótico. El análisis ha permitido conocer en detalle la composición de su fibra, su contenido proteico y aminoacídico, así como su capacidad antioxidante, con el objetivo de evaluar su potencial como ingredientes funcionales. Estos resultados servirán de base para el desarrollo de productos innovadores orientados a una alimentación animal más saludable y sostenible.

Investigaciones y resultados obtenidos en la primera fase del proyecto

El proyecto OLIVEBIOME tiene una duración total de tres años y se estructura en dos hitos principales. El primero se desarrolló entre octubre de 2023 y abril de 2025, mientras que el segundo abarca desde mayo de 2025 hasta abril de 2027.

El objetivo fundamental es avanzar hacia una producción aviar y porcina más resiliente y sostenible, especialmente considerando la elevada exigencia productiva a la que los animales están sometidos desde edades muy tempranas. Para ello, el proyecto plantea una solución biotecnológica orientada a reforzar una microbiota intestinal saludable mediante ingredientes naturales ricos en fibra con potencial prebiótico. Además, se explora la posibilidad de

Kubota

Olivebiome

potenciar su funcionalidad a través de la fermentación con bacterias ácido-lácticas aisladas de una matriz igualmente natural: la aceituna. Para ello el proyecto consta de las siguientes actividades:

1) **Caracterización de la fibra del alperujo y otros subproductos hortícolas.** Se han analizado los componentes de la fibra del olivo y otros vegetales como el espárrago y la avena para identificar sus propiedades prebióticas y su capacidad para ser fermentados por bacterias ácido-lácticas útiles en la producción animal.
2) **Desarrollo de sistemas de fermentación semiindustrial.** Se han desarrollado sistemas de fermentación a nivel semiindustrial para obtener ingredientes fermentados a gran escala. Estos sistemas serán evaluados por su capacidad para producir compuestos beneficiosos para la salud animal.
3) **Evaluación de la efectividad en la alimentación animal.** Los ingredientes obtenidos serán estudiados en la alimentación de animales, específicamente en cerdos y pollos, para evaluar su impacto en la modulación del microbioma intestinal y en el bienestar del animal.
4) **Estudio del impacto ambiental y social del proyecto.** El proyecto pretende reconducir la cadena de valor hacia un modelo de economía circular. Ello permitirá gestionar los subproductos de forma sostenible, reduciendo la huella ecológica y promoviendo el uso de recursos locales.

En esta primera etapa, OLIVEBIOME ha centrado sus esfuerzos en analizar las propiedades físico-químicas de diversos subproductos agroindustriales seleccionados por su interés nutricional. Estos proceden de la industria del aceite de oliva y de la aceituna de mesa, así como del sector vitivinícola y de las industrias del tomate, la avena y el espárrago. El trabajo se ha enfocado en la composición en fibra, evaluando parámetros clave como:

- Contenido total de fibra.
- Proporción de fibra soluble e insoluble, determinante para su comportamiento en el tracto digestivo.
- Contenido de azúcares no celulósicos y ácidos urónicos, compuestos esen-







ciales para la fermentación intestinal por parte de bacterias beneficiosas.

Esta caracterización exhaustiva ha permitido identificar aquellos perfiles de fibra con mayor potencial prebiótico. En particular, los subproductos con mayor proporción de fibra soluble y mayor presencia de azúcares fermentables destacan como candidatos óptimos para favorecer el desarrollo de microorganismos intestinales beneficiosos, como las bacterias del género *Lactobacillus*.

Investigaciones durante la segunda fase del proyecto

Los resultados obtenidos en la primera fase han permitido establecer una base sólida para continuar con la siguiente etapa del proyecto. En esta segunda fase se evaluará el potencial de los subproductos ricos en fibra fermentable como sustrato para generar un ingrediente natural fermentado con dos cepas de *Lactobacillus* aisladas de la aceituna.

El trabajo previsto incluye el escalado biotecnológico para producir lotes fermentados en condiciones controladas y su posterior evaluación *in vivo* en granjas experimentales de ambiente controlado. Estas pruebas se llevarán a cabo tanto en pollos como en lechones, con el fin de analizar su efecto sobre la salud intestinal y la microbiota cuando se incorporan a la dieta de los animales. Un enfoque que permitirá validar, en condiciones reales de producción, la funcionalidad de los nuevos ingredientes desarrollados y su capacidad de aumentar la resiliencia de los animales frente a condiciones de estrés térmico, derivadas del aumento de las temperaturas que se están registrando a nivel global.



Implicaciones de los nuevos productos de OLIVEBIOME en el bienestar animal

En los últimos años, enfermedades como la peste porcina africana o la gripe aviar han puesto de manifiesto la vulnerabilidad sanitaria de los sectores porcino y avícola. Aunque son patologías de origen vírico y de gran impacto, cualquier estrategia que contribuya a reforzar la respuesta inmune de los animales suma valor dentro del conjunto de medidas que el sector aplica para mejorar su resiliencia.

Desde la perspectiva de la nutrición, el proyecto OLIVEBIOME pretende desarrollar nuevos ingredientes funcionales naturales que soporten una microbiota intestinal equilibrada en cerdos y pollos, mitigando los efectos negativos que puedan tener los desafíos diarios a los que se enfrentan durante su ciclo productivo. Dado que una microbiota más robusta se asocia habitualmente a respuestas inmunes más eficientes, con una mayor capacidad para hacer frente a desafíos ambientales y sanitarios, estos ingredientes tienen el potencial de poder aumentar el bienestar de nuestros animales, afectando positivamente también a su productividad. En este sentido, el proyecto aspira a desarrollar soluciones que impulsen sistemas ganaderos más resilientes y sostenibles, capaces de afrontar con mayor eficacia los retos presentes y futuros.

Cofinanciado por la Unión Europea

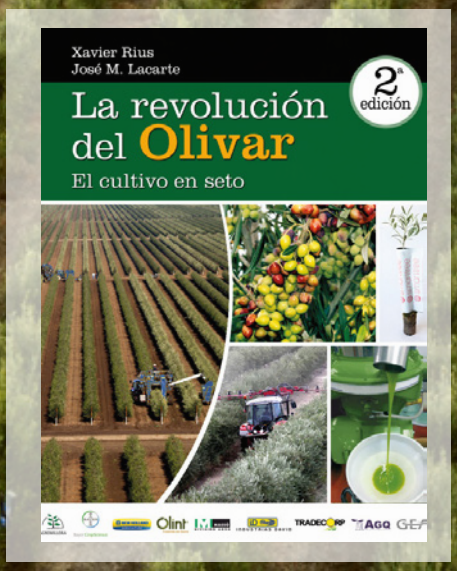
GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

El proyecto OLIVEBIOME está enmarcado en el Plan Estratégico de la Política Agraria Común (PEPAC) 2023-2027, financiado en un 80% por el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) de la Unión Europea y en un 20% por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA). La Dirección General de Desarrollo Rural, Innovación y Formación Agroalimentaria (DGDRIFA) es la autoridad encargada de la aplicación de dichas ayudas. Presupuesto total del proyecto: 550.110,66 euros. Subvención total: 550.110,66 euros. El Grupo Operativo OLIVEBIOME es el responsable de estos contenidos.

Kubota

www.elolivarsuperintensivo.com

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

oleoteca urbana

Pura esencia mediterránea en el corazón de Sofía



En el corazón de Sofía, Oleoteca Urbana es un establecimiento con genuino sabor mediterráneo que ofrece una selección de AOVEs españoles, italianos, portugueses y griegos en un país con un consumo per cápita de alrededor de 1 kilo por persona y año que poco a poco está descubriendo las bondades saludables, nutricionales y culinarias de este alimento emblemático de la Dieta Mediterránea.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

En Bulgaria, donde apenas existe producción de aceite de oliva, la grasa vegetal más consumida es el aceite de girasol, dado que el país cuenta con una gran producción de este cultivo. Aproximadamente el 60% del aceite de oliva se adquiere en supermercados y más del 90% se consume en el hogar. El perfil del consumidor corresponde sobre todo a hombres y mujeres de más de 49 años (63%), de clase media y un nivel educativo medio-alto. El aceite de oliva virgen extra de calidad únicamente se puede encontrar en tiendas delicatessen y establecimientos gourmet.

En la capital, Sofía, lejos de los exuberantes olivares y el radiante sol mediterráneo, también hay quien ha sucumbido al fascinante mundo del virgen extra. "Sería un poco difícil explicar cómo surgió mi pasión por el AOVE. Fue un proceso que comenzó en 2021 y se desarrolló muy rápido, surgió sin buscarlo". Quien así habla es Slavey Taslakov, un joven licenciado en Estudios Europeos con un máster en Administración de Empresas -ambos estudios cursados en la Universidad St. Kliment Ohridski de Sofía- que en mayo de 2025 inauguró una oleoteca urbana en el centro de la capital búlgara, una de las más antiguas de Europa.

"La idea de la oleoteca nació hace algún tiempo, 2 ó 3 años -recuerda Slavey-. Siempre he querido abrir un espacio para consumidores finales. En 2021 empecé a importar AOVE de España (*Oro Bailén*, Cooperativa de Cambrils) y montamos una tienda *on line* dedicada exclusivamente al AOVE español, *solibero.com*. En enero de 2025 encontramos el local adecuado, en una calle tranquila muy cerca de la plaza Slaveikov. No realizamos un estudio de mercado profundo, fue amor a primera vista, y decidimos alquilarlo. La renovación tardó unos tres meses y en mayo logramos abrir Oleoteca Urbana".

Kubota



Oleoteca Urbana ofrece más de 40 referencias de AOVEs obtenidos de 25 variedades de aceituna, en su mayoría españoles

La pasión por el oro líquido de este joven emprendedor le llevó a realizar un curso de Exportación y Comercialización de AOVE en la Escuela Superior del Aceite de Oliva (ESAO) entre marzo y mayo de 2024, y en noviembre de 2025 inició el programa Master Olive Oil Consultant en la misma escuela valenciana.

El diseño de la oleoteca -en la que, al margen del propio Slavey, trabaja una empleada- corresponde a la diseñadora de interiores búlgara Savina Matakieva, que ha creado algunos espacios comerciales en Sofía. En el local, acogedor y de tonos cálidos, la iluminación tiene un papel protagonista -temperatura de color 2700 K, que sirve para crear un ambiente relajado- gracias al vanguardista sistema *Plusminus* de la firma española Vibia, que destaca por su versatilidad y reinventa el concepto de carril luminoso. La cinta textil lleva integrado el conductor eléctrico, lo que permite fijar libremente las luminarias y crear soluciones de iluminación únicas *in situ*. Las estanterías están fabricadas con tableros contrachapados y ferralla.

EXCLUSIVE SPONSOR
CA Crédito Agrícola

OVIBEJA PORTUGAL
From April 29th to May 3rd, 2026



REGISTRATION AND SAMPLE DELIVERY UNTIL MARCH 27TH TO:

Casa do Azeite
Associação do Azeite de Portugal
Rua Pinheiro Chagas, nº 17, 4º Esq.
1050-174 Lisboa | Portugal
Telephone: (+351) 21 384 18 10
Email: geral@casadoazeite.pt

CASA DO AZEITE · BEJA PORTUGAL · ACOS AGRICULTORES DO SUL

WWW.AZEITE-OVIBEJA.PT









Slavey Taslakov, propietario de Oleoteca Urbana.

Más de 40 referencias de AOVE, sobre todo españoles

Oleoteca Urbana ofrece más de 40 referencias de AOVEs obtenidos de 25 variedades de aceituna, en su mayoría procedentes de España: Andalucía (*Oro Bailén*, *Casa del Agua*, *Morellana*, *La Laguna*, *Entre Caminos*), Cataluña (*Molí Coloma*, *Gregal*, *SantaCreu*, *Maestro de Almazara*, *Mestral, Aragem*) y Aragón (*Mi Olivo*); a las que se han sumado recientemente otras dos marcas, *Finca La Pontezuela* (Los Navalmorales, Toledo) y *Finca Varona la Vella* (Sant Mateu, Castellón). Entre ellos figuran vírgenes extra ecológicos y/o con DOP (Baena, Siurana, Aceite del Bajo Aragón) y casi todos se pueden catar en el establecimiento.

Además, en Oleoteca Urbana se pueden encontrar aceites de oliva vírgenes extra italianos de marcas como *Olio Mimì* (Puglia), *Agrestis* (Sicilia), *Olio Anfosso* (Liguria) y *Marfuga* (Umbria); portugueses como *Olival da Risca* (Alentejo), con certificado Demeter; y griegos como *Tombazis*, *Psyche*, *Maleas*, *Polykarpos*, *Epirus* y *Apos* provenientes del Peloponeso, Drama o Lesbos.

Entre las variedades representadas encontramos las españolas arbequina, arbosana, hojiblanca, picual, cornicabra, picudo, empeltre, farga y morrut; las italianas ogliarola, peranzana, coratina, moraiolo, frantoio y tonda Iblea; las portuguesas cobrançosa, galega y verdeal; o las griegas koroneiki, chalkidikis, megaritiki, manaki, maronia o kolovi. Los *best-sellers* o AOVES más vendidos son *Oro Bailén*, *La Laguna*, *Entre Caminos*, *Mestral*, *Olio Mimì*, *Agrestis* y *Olival da Risca*. Todos ellos se comercializan en botella de 500 ml. -con un rango de precios que oscila entre 11 y 32 euros-, lata de 1 l. (19,50 euros), lata y *bag in box* de 3 l. (42-55 euros) y lata de 5 l. (75 euros). Cabe destacar que el IVA aplicable al AOVE en Bulgaria es del 20%.

Asimismo, la oleoteca ofrece otros productos como aceitunas, olivadas, salsas, patés y conservas vegetales (*Mi Huerto*, Teruel), conservas de pescado (*Zallo*, Vizcaya), sal marina, etc.

En cuanto al perfil de los clientes que acuden a la oleoteca, predominan las mujeres y hombres de entre 35 y 60 años. Los del grupo más joven, entre 35 y 45, eligen aceites más intensos y con mayor contenido de polifenoles para utilizar en crudo; mientras que el grupo más numeroso, de más de 50, prefiere aceites más suaves y delicados de variedades como la arbequina para su uso en ensaladas -otros clientes preguntan por los mejores AOVEs para cocinar-.

Catas y eventos

Con presencia en Instagram y Facebook, Oleoteca Urbana organiza eventos presenciales como clases de cata, degustaciones y maridajes para empresas y clientes particulares. Así, el pasado 29 de octubre se celebró *Wine & Olive Oil Pop-up Taste Spain 3x3x3*, una cata de tres AOVEs de diferentes regiones de España seguida de una degustación de otros tres vinos españoles y un maridaje con tres tapas preparadas con produc-

Kubota



Imágenes del evento *Wine & Olive Oil Pop-up Taste Spain 3x3x3*, celebrado el pasado 29 de octubre y conducido por la catadora búlgara Anna Petkova.



tos disponibles en la oleoteca (conservas, patés, sardinas, etc.). El evento fue conducido por la catadora búlgara Anna Petkova, creadora de la plataforma educativa My Pure Olive™ (*mypureolive.com*) -pionera en descubrir el apasionante mundo del AOVE en este país- y embajadora de la Dieta Mediterránea y la alimentación intuitiva, quien organizó la primera *masterclass* sobre aceite de oliva en Bulgaria en 2018.

La acogida de la oleoteca está siendo "muy buena", explica Slavey, sobre todo considerando que "la mayoría del público local apenas conoce nada sobre los aceites de oliva; desconocen sus perfiles aromáticos y atributos como el picante, el amargo o el frutado". No obstante, "casi todos los clientes que entran a la tienda acaban comprando (un 80-90%), en gran medida porque tienen la posibilidad de degustar la inmensa mayoría de AOVEs disponibles en la tienda".

Como objetivos a corto plazo, el propietario de Oleoteca Urbana menciona "mejorar la comunicación y aumentar el tráfico a la tienda", además de ampliar la gama de AOVEs disponibles con referencias de nuevos países como Croacia, Marruecos o Turquía. Y, por encima de todo, el gran reto es "educar al público en la cultura del virgen extra, que es la única manera de incrementar el interés por el producto y, en consecuencia, las ventas".

www.oleotecaurbana.com



Compostaje: una alternativa viable para valorizar el alperujo



Balsa de alperujo en extractora.
© Bioliza

En plena campaña de recogida de la aceituna, la industria olivarera se enfrenta, una temporada más, a un reto mayúsculo: cómo gestionar el importante volumen de residuos generados, entre los que destaca el alperujo. El compostaje se muestra como una forma viable de gestionar y valorizar este subproducto de la extracción del aceite de oliva, cumpliendo así con los cada vez más demandados objetivos de la economía circular, al transformar un residuo con potencial contaminante en un fertilizante para enriquecer el suelo agrícola. Optimizar el proceso de compostaje es fundamental para obtener un producto de calidad, mejorando el rendimiento y disminuyendo al mínimo la liberación de gases de efecto invernadero.

Por Francisco J. Ruiz Castilla [1], Marina Barbudo Lunar [2], M. Carmen Gutiérrez [1], Carmen Michán [2], M. Ángeles Martín [1] y José Alhama [2]

España, principal productor mundial de aceite de oliva, dedica más de 1,5 millones de hectáreas al cultivo del olivar (*Biogás Industrial, 2025*). Cuando comienza la época de cosecha, a medida que el otoño avanza, las localidades olivareras emanan un intenso y desagradable olor que persiste en el tiempo. En este sentido, en el proceso de extracción a partir de la aceituna alrededor del 20% corresponde a aceite de oliva. No obstante, la mayor parte de la masa generada es un residuo oscuro, semisólido y muy voluminoso, compuesto por pulpa, agua y hueso de aceituna, denominado alperujo o alpeorujo, y que emite gases de olor característico y desagradable por su intensidad. Así, por cada kilogramo de aceite de oliva producido se generan aproximadamente entre 4,5 y 5 kilogramos de residuos (*Polonio et al., 2022*).

Como referencia, en la campaña 2018/19 se produjeron 1.790.309 toneladas de aceite de oliva virgen y 4.459.208 toneladas de orujo graso, que incluían el alperujo (*BOE-A-2022-2328, 2025*). El alperujo fresco presenta gran humedad (60-70%), lo que complica su transporte y manipulación. Por ello, se suele almacenar en balsas que demandan grandes superficies y a veces por tiempos prolongados, dependiendo de la capacidad de gestión de la empresa olivarera. Además, su manejo inadecuado puede generar impactos ambientales negativos, como la ya mencionada contaminación del aire, así como la del

[1] Grupo "Bioingeniería de Residuos: Ingeniería Verde" (UCO-GREEN-ING) (RNM271), Universidad de Córdoba.
[2] Grupo "Biología molecular de los mecanismos de respuesta a estrés" (BIO187), Universidad de Córdoba.

Kubota

suelo y el agua (*Vilanova Ricart, 2023*).

No obstante, lo que es un problema se puede convertir en una oportunidad de aprovechamiento y diversificación del sector olivarero. Abogando por una gestión eficiente, y cumpliendo con los objetivos y demandas de la economía circular, se están implementado estrategias muy interesantes para valorizar este residuo, al tiempo que se reduce al máximo posible su potencial contaminante. En este sentido, destacan las aplicaciones biotecnológicas y el aprovechamiento del alperujo en el sector energético, así como en las industrias farmacéutica, cosmética, alimentaria, ganadera y agrícola (*Matute y Torrecilla, 2012*).

Entre las posibles aplicaciones, el compostaje del alperujo se presenta como una técnica sencilla y fácilmente integrable en el entorno rural, permitiendo a los agricultores transformar residuos locales en fertilizante natural directamente en sus fincas. El compostaje es un proceso aeróbico controlado que convierte residuos orgánicos en compost, una enmienda orgánica que permite retornar nutrientes al suelo. Aplicado al alperujo, el compostaje estabiliza este residuo, reduciendo su potencial contaminante (*Vilanova Ricart y Sánchez, 2013*).



[El compostaje del alperujo se presenta como una técnica sencilla y fácilmente integrable en el entorno rural, permitiendo a los agricultores transformar residuos locales en fertilizante natural directamente en sus fincas]

Hacia un compostaje más eficiente

Aquí entra en juego el compostaje, una manera natural de transformar un residuo en un recurso valioso. Gracias a este proceso, el alperujo se convier-



FUTUROLIVA

14 EDICIÓN 7-9 MAYO 2026

Baeza

RECINTO FERIAL DE BAEZA

www.futuroliva.com

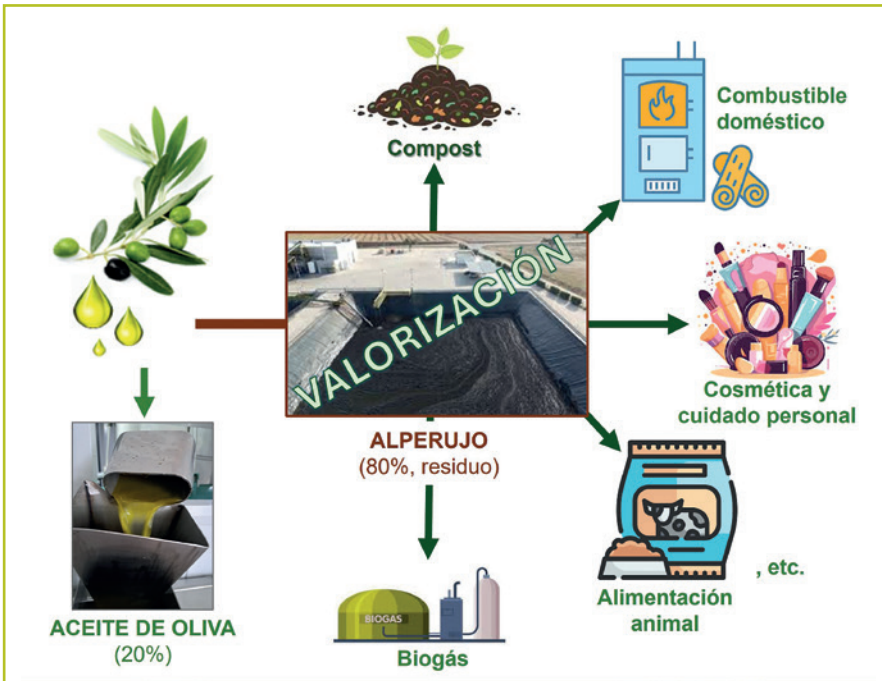
Ayuntamiento de BAEZA

Pópulo
Servicios Turísticos y Culturales

[La implementación de prácticas adecuadas de compostaje del alperujo no sólo contribuye a la sostenibilidad ambiental, sino que también ofrece a los agricultores una fuente de fertilizante de bajo coste y alta calidad]



Tanque conteniendo alperujo.



Potencial del alperujo para generar productos de valor añadido, como el compost.

te en un fertilizante orgánico, capaz de enriquecer los suelos y mejorar la salud de los campos de cultivo, incluyendo los olivares. En otras palabras, lo que antes era un "desperdicio" se transforma en alimento para la tierra.

Para facilitar el proceso de compostaje es necesario añadir un material estructurante, como pueden ser restos de poda -que se valorizan también de esta forma-, con el objetivo de incrementar la porosidad y favorecer la aireación necesaria de la mezcla. Pero no basta con amontonar los restos: el compostaje debe optimizarse. Controlar factores como la humedad, la temperatura y la aireación permite obtener un compost de alta calidad, que aumente el rendimiento de los cultivos, elimine la posible presencia de patógenos (sanitización) y, además, minimice la emisión de gases contaminantes, ayudando a cuidar el medio ambiente.

Con la intención de optimizar el proceso, hemos abordado el estudio de cómo influye el tiempo de almacenaje previo del alperujo en balsas sobre la eficiencia del proceso de compostaje posterior, y lo hemos hecho desde una perspectiva multidisciplinar que incluye la caracterización físico-química y microbiológica del proceso (*Ruiz-Castilla et al., 2025*).

Frente a un alperujo que se almacenó durante seis meses, un almacenamiento más corto de tres meses da lugar a un proceso de compostaje más eficiente al aumentar el rendimiento -que es del 76,4% frente al 41,7% obtenido con el tiempo más largo de almacenamiento- y al disminuir comparativamente las emisiones de gases de efecto invernadero a la atmósfera. Así, por ejemplo, los niveles de CH_4, N_2O y NH_3 emitidos disminuyen del orden de 17,9, 2,6 y 1,2 veces, respectivamente. La menor emisión de gases es debida a que se alcanza una menor temperatura de compostaje cuando se parte de un alperujo más fresco.

Asimismo, de este modo se incrementa la diversidad y capacidad funcional del microbioma presente. El estudio metagenómico, mediante secuenciación del gen del ARNr 16S, evidencia además que la etapa termofílica del proceso promueve la selección de una población de bacterias termorresistentes (por ejemplo, algunas especies de los géneros *Thermobifida* y *Thermomonospora*). Muchos de estos microorganismos se caracterizan por poseer actividad lignocelulósica,

Kubota

La reinvención de lo esencial

INNOVAR NO ES OLVIDAR LO QUE NOS DEFINE, ES TOMAR AQUELLO QUE NOS CONECTA CON EL PASADO Y ELEVARLO. ES RESPETAR LA ESENCIA, TRANSFORMÁNDOLA EN ALGO NUEVO, MÁS ÚNICO, MÁS MODERNO, MÁS NUESTRO.



MODELO LONDON 50

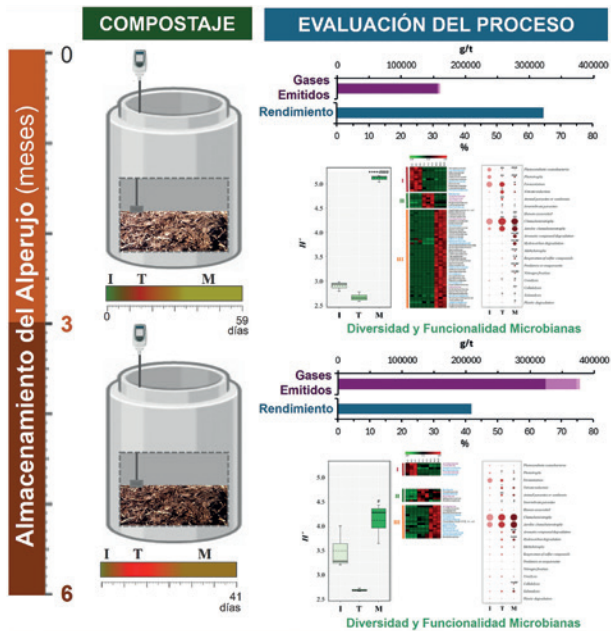
PESO: **340 G** DIÁMETRO CUERPO: **76 MM** ALTURA: **198 MM**
DIÁMETRO BOCA: **76 MM** NORMA DE BOCA: **ROSCA 31,5 STD V** COLOR: **CA**

MODELO ORO 50

PESO: **350 G** DIÁMETRO CUERPO: **77,7 MM** ALTURA: **194,5 MM**
DIÁMETRO BOCA: **77,7 MM** NORMA DE BOCA: **ROSCA 31,5 STD V** COLOR: **AV**

verallia

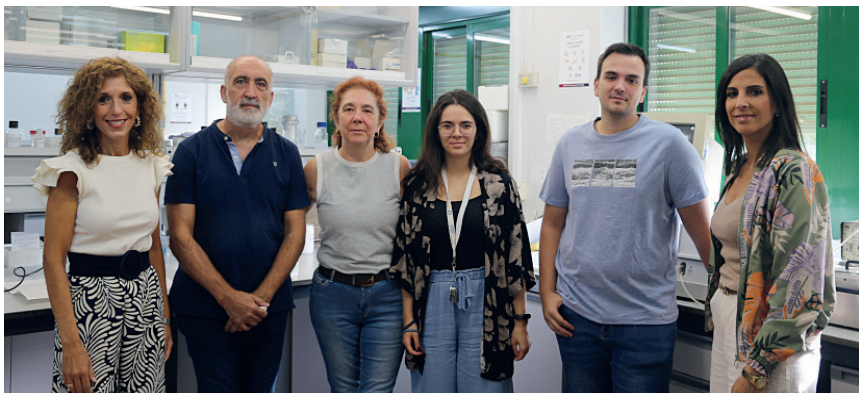
es.verallia.com



Esquema del proceso de compostaje, y su evaluación físico-química y microbiológica, a partir de alperujo que ha tenido distintos tiempos de almacenamiento.



Utilización del fertilizante obtenido tras el compostaje del alperujo para enriquecer los suelos agrícolas.



Equipo de investigadores/as de los grupos *"Biología molecular de los mecanismos de respuesta a estrés"* y *"Bioingeniería de Residuos: Ingeniería Verde"* de la Universidad de Córdoba, autores del estudio.

que es esencial para descomponer la materia orgánica y, por tanto, garantizar la maduración del producto final, el compost.

Cabe destacar que los compuestos fenólicos presentes en el alperujo -que son fitotóxicos y, como consecuencia, poseen un gran potencial contaminante- son eliminados eficientemente a lo largo del proceso de compostaje, independientemente del tiempo de almacenamiento previo. Esto contribuye, sin duda, a aumentar el valor del producto final y acredita su uso como fertilizante seguro. Y todo ello con el menor impacto ambiental posible.

Hacia un futuro más sostenible

La implementación de prácticas adecuadas de compostaje del alperujo no sólo contribuye a la sostenibilidad ambiental, sino que también ofrece a los agricultores una fuente de fertilizante de bajo coste y alta calidad. Es esencial que los productores dispongan de información y asistencia técnica para optimizar este proceso, maximizando así sus beneficios y reduciendo el impacto ambiental de este residuo, al tiempo que se le concede un valor añadido. En definitiva, el compostaje no sólo ayuda a cerrar el ciclo de los recursos en el olivar, sino que también demuestra que, con creatividad y tecnología, los residuos pueden convertirse en oportunidades para una agricultura más sostenible.

Referencias

Biogás Industrial (2025). Circularidad en el cultivo de la aceituna. Enlace: https://biogasindustrial.com/circularidad-en-el-cultivo-de-la-aceituna/

BOE-A-2022-2328 (2025). Orden TED/92/2022, de 8 de febrero, por la que se regula la gestión de los residuos de la actividad productora del aceite de oliva virgen. Boletín Oficial del Estado. Enlace: https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2022-2328

Matute G y Torrecilla JS (2012). Aprovechamiento y valorización de los residuos del olivar. Agricultura Revista Agropecuaria 81 (951), 336-341.

Polonio D, Villanueva AJ y Gómez-Limón JA (2022). Rentabilidad del compostaje del alperujo como una estrategia de economía circular. ITEA-Inf Tec Econ Agrar 120(2): 179-199.

Ruiz-Castilla FJ, Barbudo-Lunar M, Gutiérrez MC, Michán C, Martín MÁ y Alhama J (2025). Storage of Alperujo influences composting performance: Insights into gaseous emissions and functional metagenomics. J Environ Manage 393:127015.

Vilanova Ricart E (2023). Valorización del residuo de la extracción de aceite de oliva. Trabajo de final de máster, Universidad Politécnica de Cataluña.

Vilanova Ricart E y Sánchez M (2013). Compostaje de alperujo (I): Efecto del sistema de aireación en la calidad del compost. Compostando Ciencia Lab. Enlace: https://www.compostandociencia.com/2013/08/compostaje-alperujo-aireacion-humedad-html/

Kubota

agrama
ciencia y vida

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.



+34 95 490 60 43
+34 95 511 99 46

agrama@laboratorioagrama.com
WWW.LABORATORIOAGRAMA.COM

OLIVE-COOL: nuevas tecnologías de refrigeración en la producción de AOVE de calidad superior



Almazara de última generación de Acesur en Jabalquinto (Jaén).

La obtención de aceites de oliva vírgenes extra de calidad superior requiere la implementación de protocolos rigurosos en las fases de recolección y extracción en almazara orientados a preservar la integridad sensorial y el perfil nutricional del producto, incluso bajo condiciones desfavorables. Entre los parámetros críticos del proceso, la temperatura desempeña un papel fundamental: si bien su incremento favorece el rendimiento de extracción, también compromete la conservación de compuestos volátiles responsables del aroma y de metabolitos bioactivos asociados a propiedades saludables, limitando así la diferenciación en calidad de los aceites de oliva.

Por Melchor Martínez[1] y Lola Pérez[2]

En los últimos años, el cambio climático ha alterado significativamente la fenología del olivo, especialmente en la Cuenca Mediterránea. El aumento de las temperaturas en general y en particular en épocas clave para el olivo como la floración, maduración y lipogénesis, así como la irregularidad de las precipitaciones, está provocando reacciones poco habituales en este cultivo como el adelanto frecuente de la maduración del fruto, obligando a los productores a iniciar la cosecha varias semanas antes de lo habitual para garantizar la calidad óptima del aceite -principios de octubre- (*Lalanda et al., 2025*; *Benloch-Gonzalez et al., 2019*). Este adelanto de cosecha, además, también es propiciado por la creciente expansión de los nuevos sistemas de cultivo intensivos y superintensivos, que emplean variedades de maduración temprana (octubre) como arbequina, arbosana y koroneiki, seleccionadas por su precocidad a la hora de ofrecer rentabilidad y adaptabilidad a la mecanización en estos nuevos cultivos (*Rallo et al., 2018*; *Garzón, 2025*).

La tendencia hacia la recolección temprana responde también a la demanda del mercado gourmet y a la influencia de los concursos internacionales, donde se valoran aceites con perfiles sensoriales cada vez más complejos, ricos en polifenoles y con notas verdes intensas. Estos atributos se logran cosechando desde principios de octubre hasta los primeros días de noviembre, cuando las aceitunas están alcanzando el envero.

[1] *Director del Departamento de I+D+i de Acesur*
[2] *Técnico del Departamento de I+D+i de Acesur*

Kubota





[Acesur e INTARCON desarrollan conjuntamente nuevas tecnologías de refrigeración para almazaras que garanticen la obtención de aceites de oliva de la máxima calidad]

Sin embargo, adelantar la campaña a primeros de octubre enfrenta un reto: garantizar la máxima calidad del aceite. En zonas como Jaén, Córdoba, Granada o Sevilla en esas fechas aún se superan con facilidad los 30 °C, temperaturas que complican obtener un virgen extra de nivel superior.

A la temperatura ambiental se suma la que gana el fruto durante el transporte. El uso creciente de remolques y camiones de gran capacidad mejora la logística, pero favorece que la aceituna empiece a fermentar y eleve aún más su temperatura. Cuanto más largo es el trayecto, más se acentúa este efecto (*Di Serio et al., 2017*).

Incluso con mejoras en la logística, la temperatura inicial del fruto impuesta en el campo durante el mes de octubre, junto con otros factores relacionados con la fase de molturación -como el rozamiento del fruto durante su molienda- incrementa la temperatura de éste entre 3 y 5 °C, provocando temperaturas indeseables en el proceso de extracción.

Por tanto, atrás queda en buena parte de la campaña -al menos la primera mitad- el tradicional calentamiento de la pasta de aceituna una vez molida debido a las bajas temperaturas ambientales propias de los meses fríos de diciembre y enero, produciéndose un cambio de paradigma en el sector oleícola hacia el abatimiento de la temperatura durante el proceso de extracción debido al progresivo y extensivo adelanto de la recolección que viene experimentando el sector oleícola en los últimos años por las razones antes expuestas.

Un vacío tecnológico que exige innovación

Este nuevo escenario, para el que no existen soluciones tecnológicas consolidadas, ha puesto en alerta a la industria oleícola. Como respuesta inicial, se popularizó la recolección nocturna en fincas de superintensivo y en explotaciones orientadas a la producción de aceites Premium, con el objetivo de reducir la temperatura del fruto durante su recolección. Sin embargo, esta práctica fue desechada por sus efectos adversos sobre la avifauna -las aves dormidas en los árboles eran recolectadas junto con el fruto- (*Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2021*) y por la presión de la gran distribución internacional, que rechazó aceites obtenidos mediante este método por motivos de sostenibilidad ambiental.

En consecuencia, los factores ambientales, agronómicos y de recolección han dejado obsoleto el modelo de postcosecha tradicional, generando un vacío tecnológico que requiere investigación y desarrollo de nuevas soluciones dinámicas para controlar la temperatura del fruto desde su recolección hasta su procesamiento en la almazara. Dado que el exceso de calor en campo es un parámetro difícil de modificar, la innovación debe centrarse en sistemas

Kubota

[El proyecto OLIVE-COOL se centra en definir las temperaturas óptimas tanto del fruto como de la pasta y en desarrollar un prototipo de planta enfriadora que se integrará directamente en la almazara de última generación de Acesur en Jabalquinto (Jaén)]



que permitan abatir la temperatura de la aceituna tras la recolección y transporte a su llegada a la almazara.

Para ello, es imprescindible generar conocimiento específico sobre la mecánica de transferencia de frío entre los distintos medios de refrigeración y la aceituna, considerando sus características fisiológicas y el impacto sobre la calidad del fruto y del aceite extraído.

Proyecto OLIVE-COOL

Ante este desafío, el proyecto de I+D OLIVE-COOL surge como una iniciativa que busca llenar este vacío tecnológico. Su objetivo principal es desarrollar sistemas innovadores que permitan enfriar las aceitunas desde su llegada a la almazara y garantizar un control térmico integral a lo largo de todo el proceso de producción, preservando así la calidad del aceite y cumpliendo con los estándares exigidos.

Detrás de esta iniciativa se encuentran dos compañías andaluzas líderes en sus respectivos sectores: INTARCON, referente en refrigeración industrial; y Acesur, empresa oleícola con más de 180 años de tradición y líder en envasado de aceite en España. Ambas han unido su experiencia para diseñar y validar tecnologías de refrigeración específicas para almazaras, con el objetivo de garantizar la máxima calidad del AOVE. El proyecto, con un presupuesto cercano al millón de euros, se desarrolla en varias fases a lo largo de tres anualidades, combinando investigación científica, diseño industrial y validación de tecnología en entornos reales.



Prototipo enfriador desarrollado por INTARCON (a la dcha., detalle del display) e instalado en la almazara de Acesur en Jabalquinto.

OLIVE-COOL se centra en definir las temperaturas óptimas tanto del fruto como de la pasta durante todas las etapas del proceso productivo, garantizando el equilibrio calidad-cantidad del AOVE extraído; y en desarrollar un prototipo de planta enfriadora que se integrará directamente en la almazara de última generación inaugurada por Acesur en 2023 en Jabalquinto (Jaén), epicentro de la producción mundial de aceite de oliva.

Este sistema aplicará frío en puntos clave del proceso, como la lavadora, el molino y la batidora, con el objetivo de evitar que la temperatura exceda los límites que comprometen la calidad superior del aceite; a la vez que se busca un rendimiento de extracción razonable. Además, se incorporarán algoritmos inteligentes para la monitorización y operación del sistema de refrigeración, apoyados en análisis predictivo en la nube, lo que permitirá anticipar variaciones y optimizar el rendimiento. El compromiso con la sostenibilidad también se refleja en el uso de refrigerantes ecológicos, sistemas de alta eficiencia energética y la posibilidad de integración con energía solar.

Kubota

SIMEI

31ª EDICIÓN

SALÓN INTERNACIONAL MÁQUINAS PARA ENOLOGÍA Y EMBOTELLADO





LEADER IN WINE & OIL TECHNOLOGY

17-20 noviembre 2026
Fiera Milano (Rho) Italia

organized by

UNIONE ITALIANA VINI

FIERA MILANO



El sistema ABENCOR reproduce el proceso de trabajo de una almazara industrial a pequeña escala, con el que se puede obtener una muestra de aceite para determinar el rendimiento graso real de la aceituna y las características del aceite, tanto organolépticas como físico-químicas.



Sistema ABENCOR en funcionamiento. Detalle del proceso de batido.

En paralelo, el equipo investigador de Acesur ha llevado a cabo estudios exhaustivos sobre la termodinámica y la extractabilidad de la aceituna, investigando cómo la temperatura afecta tanto a la eficiencia del proceso como a la calidad del aceite obtenido. Para ello, se ha utilizado el sistema ABENCOR (almazara de laboratorio), que ha permitido modelizar la temperatura de batido y analizar su impacto en la liberación de compuestos beneficiosos y en la estabilidad del producto final. Asimismo, se ha evaluado la influencia de la temperatura de entrada de la aceituna en el rendimiento global del proceso y en las características organolépticas del aceite. Los resultados han confirmado que un control térmico adecuado desde el inicio del proceso es esencial para maximizar la calidad del AOVE y preservar sus beneficios saludables.

En su segunda anualidad, OLIVE-COOL ha avanzado en la validación del prototipo de planta enfriadora en condiciones reales de almazara. Estas pruebas permitirán determinar el punto óptimo de aplicación del frío y evaluar su impacto en la calidad y el rendimiento del aceite. El objetivo final es desarrollar una tecnología eficiente, rentable y escalable, adaptada a las necesidades del sector oleícola. Este proceso de validación incluye análisis físi-

Kubota

co-químicos, estudios sensoriales y evaluaciones económicas que asegurarán tanto la viabilidad técnica como comercial del sistema.

Los beneficios esperados son claros: aceites con mayor intensidad de frutado, mejor perfil organoléptico y un contenido en polifenoles superior. Un avance que no sólo impactará en la calidad sensorial, sino en la estabilidad (conservación) y las propiedades funcionales del aceite de oliva virgen extra.

Mejora de la competitividad, impulso de la sostenibilidad...

Pero el impacto de OLIVE-COOL trasciende lo tecnológico. España es líder destacado en la producción mundial de aceite de oliva, con una media de más de 1,3 millones de toneladas anuales, lo que debe ir acompañado de un liderazgo en calidad y conocimiento, constituyendo un sector fuerte, robusto y de gran impacto en la economía de nuestro país.

La tecnología desarrollada tiene un enorme potencial de aplicación en este mercado global, especialmente en regiones mediterráneas y países con climas cálidos. Además de mejorar la competitividad del sector, el proyecto contribuirá a impulsar la sostenibilidad reduciendo emisiones y consumo energético, generar empleo cualificado en entornos rurales y fortalecer la internacionalización de las empresas participantes. INTARCON y Acesur prevén que esta innovación se convierta en un referente para la industria, abriendo la puerta a nuevas oportunidades de negocio y colaboración internacional.

Con esta iniciativa, ambas empresas marcan el camino hacia un futuro donde tradición e innovación se unen para ofrecer al consumidor aceites de excelencia, reforzando el valor de un producto emblemático de nuestra cultura y economía.

[Los resultados han confirmado que un control térmico adecuado desde el inicio del proceso es esencial para maximizar la calidad del AOVE y preservar sus beneficios saludables]

El proyecto de I+D OLIVE-COOL ha sido financiado en parte por el Centro para el Desarrollo Tecnológico y la Innovación (CDTI) en el marco del Plan Estatal de Investigación Científica, Técnica y de Innovación 2021-2023; y cuenta con el apoyo de la Unión Europea mediante la dotación de fondos FEDER.





MARE OLEVM
CENTRO DE INTERPRETACIÓN DEL OLIVAR

El alma del olivar junto al Atlántico

En El Palmar de Vejer, entre Conil y Vejer de la Frontera, se encuentra un lugar que sorprende a quienes lo descubren por primera vez. Allí, en un entorno donde nadie imaginaría un olivar, nació hace más de una década la idea de crear MARE OLEUM: un Centro de Interpretación del Olivar que combina almazara, museo y una experiencia sensorial que invita a entender el aceite de oliva virgen extra no sólo como un ingrediente, sino como una cultura, una identidad y un patrimonio que merece ser contado.

El proyecto de MARE OLEUM surgió de una idea sencilla: crear un espacio donde cualquiera pudiera entender qué hay detrás de una botella de AOVE. Su fundador, Antonio Brenes Ureba, ingeniero agrícola y apasionado del virgen extra, concibió un centro de interpretación vivo, con una almazara ecológica en funcionamiento, una sala de paneles y zonas didácticas que transforman al visitante en aprendiz y al aceite de oliva en el verdadero protagonista.

Aquí nada está diseñado para ser contemplado desde lejos. En MARE OLEUM el visitante entra en la almazara, se mueve entre máquinas, escucha el relato sobre el funcionamiento de las batidoras, comprende cómo el decánter separa fases mediante fuerza centrífuga y observa de cerca los filtros que limpian el aceite hasta conseguir un virgen extra puro y brillante.



Incluso cuando la campaña ha terminado y la almazara descansa, el espacio no pierde valor. Es entonces cuando se puede observar detenidamente cada parte de la instalación, entender su función y preguntar sin prisas.

Un espacio de conocimiento que se vive con todos los sentidos

La sala de paneles es, para muchos, el corazón de la visita: el lugar donde el aceite deja de ser un ingrediente

Kubota



Al recorrer MARE OLEUM no sólo se aprende cómo se elabora un AOVE, sino que se comprende su origen, su identidad y su vínculo con el territorio

cotidiano y empieza a entenderse de otra manera. Allí, ilustraciones, mapas, piezas antiguas y recursos visuales ayudan a descubrir su origen, su proceso y todo el trabajo que hay detrás.

De pronto, el visitante se encuentra viajando al pasado, observando cómo el aceite ya cruzaba el Mediterráneo en tiempos de los fenicios, entendiendo qué significa el envero, cuánto condiciona el suelo al sabor o cómo trabajan las máquinas que dan forma al aceite.

Y es en esta sala donde tiene lugar uno de los momentos que más sorprende a todos aquellos profanos en la materia: descubrir que no todos los aceites de oliva son iguales. Que AOVE, AOV, AO o lampante no son siglas de especialistas, sino categorías que cambian radicalmente la calidad del producto. Por primera vez muchos visitantes comprenden que el virgen extra no es un capricho, sino el único aceite sin defectos: un verdadero zumo natural de aceituna. Y ese instante marca un antes y un después. Quien salió de casa pensando que “el aceite es aceite”, de pronto empieza a mirar la botella con otros ojos.

La sala de catas: aprender a sentir

La visita continúa en la sala de catas, un lugar pensado para comprender el aceite a través de los sentidos. Aquí se enseña que el aceite no sólo se consume: se interpreta, igual que un vino o un café. El visitante descubre que el gusto, el olfato y el tacto se transforman en herramientas que hacen que el aceite deje de oler “a aceite” y empiece a desplegar notas de hierba recién cortada, tomate en rama, alcachofa, manzana o incluso plátano, según la variedad y la maduración de la aceituna.

Para muchos, se trata de la primera vez que entienden que detrás del sabor hay un lenguaje, y que cada aceite cuenta algo distinto. Entran pensando que todos saben más o menos igual… y salen con la certeza de que existe un universo dentro de cada botella.

El olivar de MARE OLEUM nace a pocos metros del mar, en un entorno donde la humedad, la luz atlántica y el viento

macho
PRINTERS SINCE 1954

www.grupomacho.com
info@grupomacho.com
+34 955 85 28 00

IMPRIMIMOS ACTITUD

LÍDERES EN IMPRESIÓN DE ETIQUETAS
ADHESIVAS, ENCOLABLES Y SLEEVES

TÚ IMAGINAS. NOSOTROS LO HACEMOS REALIDAD

Visita nuestra web

FSC
AENOR GESTIÓN DE LA CALIDAD ISO 9001
AENOR GESTIÓN AMBIENTAL ISO 14001
AENOR SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO ISO 45001

MORÓN DE LA FRONTERA (Sevilla)
Parque Empresarial Juan Macho Hernández
C/ Artes Gráficas, 1
41.530 – Apartado 80
Morón de la Frontera (Sevilla)

ZARAGOZA
Pol. Valdeconsejo, C. Monte Perdido
14D, Naves 1 3, 50410, Cuarte de Huerva
Zaragoza

Sala de paneles.









Sala de catas.



dejan huella en la aceituna; en un territorio que otorga carácter. Son factores que no se ven, pero se sienten en el perfil aromático del aceite: más fresco, más vegetal, con guiños a hierba, tomatera, campo y brisa marina. El AOVE que aquí se elabora, *Óleo Conil*, es la prueba de que un aceite puede hablar del lugar donde se cultiva, algo que muchos visitantes descubren por primera vez cuando lo prueban en la sala de catas.

Una experiencia activa que se ve y se siente

En MARE OLEUM cada visita se convierte en una experiencia activa donde el aprendizaje nace del diálogo, la curiosidad y la cercanía. No es un recorrido pasivo: aquí se pregunta y se compara, se cata, se habla de sostenibilidad, de variedades, de territorio y de cómo la tecnología ha transformado lo que antes se hacía con piedra, paciencia y esfuerzo.

Muchos visitantes llegan pensando en un paseo turístico y descubren que la del aceite es una historia compleja que empieza mucho antes de entrar en la almazara. Comienza en el suelo que se pisa, en el olivo que crece mirando al Atlántico, en el viento que modela su fruto, en la luz que marca su maduración y en quienes, con técnica y sensibilidad, lo transforman en oro líquido, en aceite de oliva virgen extra.

Por eso, al recorrer MARE OLEUM no sólo se aprende cómo se elabora un AOVE, sino que se comprende su origen, su identidad y su vínculo con el territorio. Y ese entendimiento -entre conocimiento y emoción, entre mar y olivar- hace que muchos visitantes salgan del centro con una nueva visión, con una mirada nueva de lo que es el aceite de oliva virgen extra. Como si, por primera vez, escucharan la historia que lleva dentro.





Antonio Brenes, ingeniero agrícola y fundador de MARE OLEUM, en las instalaciones de este Centro de Interpretación del Olivar.

Kubota

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*
125 €
* Extranjero 235 €

La Semana Vitivinícola
REVISTA TÉCNICA DEL SECTOR DESDE 1945

semanavi@sevi.net
Tel. 670 617 277

Centrifugación Alemana amplía en más de 3.000 m² sus talleres de reparación en Montoro



Innovación tecnológica continua, inmejorables rendimientos, garantía de producción, rápida rentabilidad de la inversión, servicio técnico integral y adaptación a las necesidades de cada cliente son las claves del éxito de Centrifugación Alemana, que en 2025 acometió una importante inversión para ampliar la superficie de sus talleres de reparación y mantenimiento en Montoro (Córdoba).

Centrifugación Alemana lleva más de 25 años mejorando la eficiencia y calidad del proceso de extracción de aceite de oliva. El hecho de que, a día de hoy, sea una de las empresas más consolidadas y mejor valoradas en el sector de la maquinaria de extracción de aceite de oliva, no es producto de la casualidad. La clave ha sido y sigue siendo la inversión.

A lo largo de sus 27 años de vida, la empresa -representante oficial de la prestigiosa firma alemana de decánters Hiller, uno de los grandes referentes internacionales en sistemas de extracción de aceite de oliva- nunca ha dejado de invertir en I+D, personal, formación, instalaciones y tecnología. Su exitosa trayectoria se caracteriza por un crecimiento sostenido con la mirada siempre puesta en el cliente, en ofrecer la máxima calidad y un servicio personalizado. Una apuesta clara desde sus inicios que la han convertido en una de las compañías más sólidas y fiables del sector, capaz de responder con rapidez y eficacia durante la campaña oleícola.



Para atender la creciente demanda del servicio de atención personalizada, Centrifugación Alemana realizó en 2025 una inversión de 4 millones de euros destinada a la ampliación en más de 3.000 m² de sus talleres de Montoro (Córdoba), un centro especializado en el diseño, desarrollo, reparación y mantenimiento de decánters. Equipada con tecnología de última generación, esta planta de más de 9.000 m² permite ofrecer un servicio técnico rápido, preciso y de alta calidad para la revisión y mantenimiento de centrífugas horizontales.

De esta manera, la empresa ha aumentado notablemente su superficie para atender a los más de 1.500 decánters de la marca Hiller instalados en su mayoría en España, pero también en otros países como Portugal, Marruecos, Túnez, Chile, Italia, Francia o Grecia. La compañía también



Talleres de reparación y mantenimiento de Centrifugación Alemana en Montoro (Córdoba).



Instalación de Centrifugación Alemana en la almazara Aggraria Lagar, en Ferreira do Alentejo (Portugal).

ha logrado convertir este centro en un espacio autosuficiente gracias a la instalación de placas solares que reducen su huella de carbono en una clara apuesta por la sostenibilidad.

Con una plantilla de más de 120 profesionales especializados, "nos hemos consolidado como la única empresa del sector en ofrecer un servicio integral de montaje, mantenimiento, reparación y asistencia a nuestros clientes, con una atención rápida, de calidad y con garantías", señalan desde la compañía. "Nuestro almacén con repuestos originales y nuestros talleres de reparación y mantenimiento de decánters y centrífugas verticales dotados con la última tecnología son únicos en España", añaden.

Apuesta por los mercados internacionales...

En el mercado portugués, Centrifugación Alemana se ha consolidado como empresa instaladora de las almazaras con mayor capacidad de procesamiento, con recogidas de cosecha récord -más de 100.000 toneladas procesadas en 50 días en una misma almazara-, donde la coordinación de toda la maquinaria que interviene en el proceso es vital para cumplir con las exigencias de eficiencia y productividad. Su servicio integral de atención al cliente 24/7 en los meses de campaña funciona sin interrupción en toda la Península Ibérica y se antoja fundamental para otorgar tranquilidad y garantía de calidad a sus clientes.

En Marruecos, la aportación de Centrifugación Alemana ha resultado clave para la modernización de la extracción de aceite en este país, pasando de un proceso artesanal mediante piedras y rulos a la última tecnología de extracción ofrecida por la empresa. En la actualidad, en el país africano se están implementando almazaras mucho más eficientes con el objetivo claro de producir aceites de oliva vírgenes extra de calidad.

> [A lo largo de sus 27 años de vida, la empresa nunca ha dejado de invertir en I+D, personal, formación, instalaciones y tecnología]

... y por la formación a maestros de almazara

Otra de las inversiones clave de Centrifugación Alemana, y por la que más está apostando en los últimos años, es la referida a la formación continuada a los maestros de almazara. Según recuerdan desde la compañía, "estos profesionales son los responsables del manejo de la maquinaria de extracción y de la elaboración de los aceites de oliva, por lo que esta relación directa con ellos nos ofrece un *feed-back* indispensable para conseguir procesos más eficientes y productos de más calidad con un ahorro en gastos.



Antes del inicio de esta campaña 2025 hemos celebrado varios cursos de formación en procesos y utilización de la maquinaria que interviene en la molturación y tratamiento de aceites de oliva".

En definitiva, esta es la línea de trabajo de Centrifugación Alemana y así es como la empresa con sede en Jaén pretende continuar: apostando por la inversión continua en formación e I+D, y en la mejora y optimización tanto del sistema de extracción como de sus infraestructuras.

Centrifugación Alemana, S.L.
info@centrifugacionalemana.com
www.centrifugacionalemana.com

Las aceitunas españolas conquistan Asia: una campaña que sabe a éxito

Las aceitunas españolas continúan ganando terreno en Asia gracias a una ambiciosa campaña de promoción que ha sido posible gracias a la cofinanciación que INTERACEITUNA, la Organización Interprofesional de la Aceituna de Mesa, mantiene con ICEX España Exportación e Inversiones, y Fondos europeos. Así, durante el pasado año 2025 se desplegó una intensa agenda de actividades en China. A continuación se presentan las más relevantes.



Maratón Optical Valley, Wuhan (noviembre de 2025).



Valla publicitaria en el centro comercial POLPAS en Pekín (del 26 marzo al 9 de abril de 2025).

El año comenzó con un debut espectacular en SIAL Shanghái 2025, una de las ferias de alimentación más importantes del mundo, donde miles de visitantes pudieron conocer de cerca la versatilidad y el sabor de las aceitunas españolas. En un estand abierto y en constante actividad, un chef profesional ofreció degustaciones, *showcookings* y maridajes; al tiempo que sorteos, materiales informativos y actividades interactivas acercaban al público a la esencia del estilo de vida mediterráneo. Su privilegiada ubicación y una gran valla exterior reforzaron la visibilidad, convirtiendo el espacio en uno de los más concurridos del pabellón internacional.



SIAL Shanghái (marzo de 2025).

El entusiasmo continuó en Guangzhou con una experiencia 360° en el centro comercial Yuehai Tiandi, donde degustaciones, *pop-up store*, promociones en supermercados y restaurantes y una potente presencia publicitaria dentro y fuera del recinto atrajeron a más de 140.000 visitantes. Miles de consumidores disfrutaron de degustaciones y actividades que mostraron nuevas formas de integrar la aceituna en la cocina diaria, mientras que la participación en Food2China Expo reforzó el contacto con profesionales del sector. Allí, el estand recibió a miles de chefs, importadores y distribuidores que participaron en catas, demostraciones culinarias y presentaciones gastronómicas, confirmando el interés del mercado por las aceitunas españolas.

La campaña continuó su recorrido en Beijing, donde la gastronomía adoptó un papel protagonista. El reconocido chef Shen Xianbin inauguró la promoción con una cena de gala en el restaurante CAN LU, presentando un menú fusión donde las aceitunas españolas transformaron platos inspirados en la cocina china. Durante semanas, varios restaurantes pekineses ofrecieron menús especiales y platos tradicionales adaptados para poner en valor este ingrediente mediterráneo ante el público local. Paralelamente, el universo digital amplió el alcance gracias a la plataforma Benlai, que por primera vez ha incorporado referencias de aceitunas españolas con promoción multicanal, descuentos, visibilidad destacada y una retransmisión en directo dedicada al producto. A ello se suman los cursos de la *app* Xiachufang, donde el chef Jia Yuexing enseña a integrar aceitunas en recetas chinas mediante cinco clases



SIAL Shanghái (marzo de 2025).



Food2China, Guangzhou (septiembre de 2025).



Promociones en restaurantes de Pekín (del 26 de marzo al 9 de abril de 2025).

culinarias gratuitas disponibles para millones de usuarios.

La campaña culminó en Wuhan, con su presencia en el Maratón Optical Valley, un evento con decenas de miles de corredores y aficionados al deporte. Allí, las aceitunas españolas estuvieron presentes con degustaciones, actividades interactivas y estands promocionales, conectando con un público joven y urbano que busca hábitos saludables y nuevos sabores.

En conjunto, todas estas acciones comparten un mismo objetivo: dar a conocer el sabor, la calidad y la versatilidad de las aceitunas españolas en uno de los mercados más dinámicos del mundo. China las descubre, las prueba y las incorpora a su día a día. La conexión está en marcha… y el éxito también.

Más información en
www.olivesfromspain.cn

Corea del Sur, un mercado con gran potencial para la aceituna de mesa española

Corea del Sur se consolida como un mercado emergente de alto interés para la aceituna de mesa española. En este contexto, a finales de 2025 se puso en marcha un estudio de mercado específico destinado a analizar los hábitos de consumo, las tendencias alimentarias y la percepción de este producto entre los consumidores surcoreanos. El informe resultante del estudio permitirá identificar oportunidades de posicionamiento, adaptar la propuesta de valor y diseñar estrategias eficaces para impulsar la demanda en un país caracterizado por su alto poder adquisitivo, una creciente apertura a la gastronomía internacional y un marcado interés por los alimentos saludables y de calidad.

[Todas estas acciones comparten un mismo objetivo: dar a conocer el sabor, la calidad y la versatilidad de las aceitunas españolas en uno de los mercados más dinámicos del mundo]





Maratón Optical Valley, Wuhan (noviembre de 2025).

La aceituna de mesa española refuerza su apuesta por EEUU con una gran campaña de promoción

INTERACEITUNA lanzó en diciembre de 2025 un concurso para seleccionar al organismo de ejecución que durante tres años desarrolle una ambiciosa campaña de promoción de la aceituna de mesa en EEUU. El presupuesto destinado para promocionar las aceitunas en dicho mercado será de 1.215.000 euros al año -un total de 3.645.000 euros los tres años-. La iniciativa tendrá una financiación respaldada en un 80% por la Unión Europea y en un 20% por el sector de la aceituna de España. El organismo seleccionado será el encargado de diseñar y desarrollar un plan de acciones de alto impacto que se presentará a la convocatoria europea de abril de 2026. El objetivo de este proyecto es reforzar la presencia y el posicionamiento de las aceitunas españolas en uno de los mercados más relevantes a nivel internacional.

Asimismo, el estudio aportará las claves estratégicas necesarias para el desarrollo de futuras campañas de promoción en Corea del Sur, definiendo con precisión el público objetivo y las acciones más efectivas para reforzar la presencia de la aceituna de mesa española en este mercado.

Rumbo a La India

Por último, en 2026 la aceituna de mesa española dará un nuevo paso en su estrategia de internacionalización con el lanzamiento de una campaña de promoción en India, impulsada por Andalucía Trade e INTERACEITUNA. Con una duración de un año y una inversión de 1,6 millones de euros, la campaña contará con un potente plan de comunicación que incluirá una destacada presencia en televisión, acciones en medios impresos y digitales, la participación de un embajador de marca y la organización de eventos experienciales. Una apuesta decidida por uno de los mercados con mayor proyección de crecimiento, donde la visibilidad en televisión jugará un papel clave para acercar la aceituna española a millones de consumidores.

Interprofesional de la Aceituna de Mesa (INTERACEITUNA)
info@interaceituna.es
www.interaceituna.com

Envases y Botellas Ayrtac, 25 años apostando por el sector agroalimentario



Roberto Tornos y José Manuel Tornos posando junto a su padre, Cecilio Tornos, en el *photocall* del 25º aniversario de Grupo Ayrtac.

Envases y Botellas Ayrtac es una empresa familiar con 25 años de trayectoria especializada en la distribución de botellas de vidrio y tapones para el sector oleícola en España y Portugal. Con una amplia gama de formatos y diseños, ofrece soluciones a medida adaptadas a las necesidades de grandes y pequeños productores que buscan diferenciarse en un mercado cada vez más competitivo.

Consolidado como un grupo especializado en soluciones integrales de envasado para la industria agroalimentaria, Grupo Ayrtac está formado en la actualidad por dos empresas complementarias, Envases y Botellas Ayrtac y Ayrtac Maquinaria, que permiten cubrir toda la cadena de valor: desde la distribución de envases de vidrio hasta la ingeniería, fabricación e instalación de maquinaria de llenado y cerrado. A esta estructura se suman *Enfrascados*, su *e-commerce* de envases y botellas de vidrio orientado tanto a pequeños productores como a particulares; y *Destapados*, el innovador podcast sobre el sector agroalimentario liderado por su CEO, José Manuel Tornos.

La historia de la compañía -que en 2025 cumplió su 25º aniversario- arranca en Zaragoza en el año 2000, cuando Cecilio Tornos, con varias décadas de experiencia en el sector, decide apostar por su propio proyecto junto a su hijo mayor, Roberto. Nace entonces Ayrtac, como asesoría técnica especializada en procesos de producción y envasado para la industria conservera. A lo largo de los años, la empresa va ampliando servicios, incorporando nuevas soluciones y diversificando su actividad dentro del mundo del envase y el llenado.

Un crecimiento que cristaliza en 2024 con la creación formal de Grupo Ayrtac y la reorganización de la actividad en dos compañías diferenciadas: Envases y Botellas Ayrtac, por un lado; y Ayrtac Maquinaria, por otro. Esta estructura permite especializar aún más los equipos y responder con mayor agilidad a las necesidades tanto de grandes industrias como de pequeños productores que buscan cercanía, asesoramiento y soluciones a medida.

Así, Envases y Botellas Ayrtac se centra en la distribución de tarros y botellas de vidrio y de sus sistemas de cierre (tapones y tapas), con un enfoque muy ligado al diseño y a la funcionalidad. Desde vidrio para aceite, vino, cerveza o conservas hasta frascos, la compañía combina un amplio catálogo con la posibilidad de desarrollar modelos propios y exclusivos. Todo ello sin perder aquello que define su filosofía y manera de trabajar: la cercanía, el servicio personalizado y el acompañamiento técnico y comercial en cada proyecto, desde la elección del envase hasta su postventa. La reciente puesta en marcha de un nuevo centro logístico en Andalucía, con ubicación en Mar-



El equipo comercial de Envases y Botellas Ayrtac en Expoliva 2025.

[Su modelo de negocio, que combina envase y maquinaria, ha permitido a Grupo Ayrtac crecer de manera sostenida con un denominador común: la cercanía con el cliente, el conocimiento profundo del vidrio y del envasado, y la apuesta por el sector agroalimentario como eje central de actividad]

tos (Jaén), y otro en Barcelona para la zona de Cataluña, además de un equipo especializado en el sector oleícola, refuerza su expansión y vocación de proximidad al cliente.

Ayrtac Maquinaria, por su parte, se dedica a la ingeniería y fabricación de maquinaria de llenado y cerrado de envases, así como al diseño de líneas completas de envasado. Desde Calahorra, donde radica su centro tecnológico, desarrolla equipos adaptados a las particularidades de cada producto y proceso, con un foco especial en la industria alimentaria y conservera.

Esta visión y modelo de negocio, que combina envase y maquinaria, ha permitido a Grupo Ayrtac crecer de manera sostenida. Hoy emplea a 35 personas y afronta nuevos proyectos estratégicos que pasan por seguir innovando en maquinaria, reforzar su presencia logística y acompañar a los clientes en sus propios planes de crecimiento.

Todo este recorrido empresarial tiene un denominador común: la cercanía con el cliente, el conocimiento profundo del vidrio y del envasado, y la apuesta por el sector agroalimentario como eje central de actividad.



Celebración del 25º aniversario

En este contexto, la celebración del 25º aniversario del Grupo, el pasado 17 de octubre de 2025, supuso mucho más que una conmemoración. El acto tuvo lugar en el Palacio de Larrinaga, en Zaragoza, y reunió al equipo, clientes, proveedores, instituciones y amigos de la casa en una tarde cargada de encuentros especiales.

La directora general de Pymes y Autónomos del Gobierno de Aragón, Ana Sanz, participó en la apertura institucional, subrayando el papel de Grupo Ayrtac como ejemplo de empresa aragonesa que crece desde la innovación, la especialización y el arraigo al territorio.

La celebración se dividió en tres capítulos compartidos en sus redes sociales.



Roberto Tornos (fundador y director de expansión en Grupo Ayrtac), Juan A. Peñamil (CEO de Grupo Editorial Mercacei) y José Manuel Tornos (CEO de Grupo Ayrtac) posando en el *photocall* del 25º aniversario de Grupo Ayrtac.



Nieves Saez (responsable de RR.HH. en Grupo Ayrtac), José Manuel Tornos (CEO de Grupo Ayrtac), Roberto Tornos (fundador y director de expansión en Grupo Ayrtac) y Ana Sanz (Gobierno de Aragón) en la celebración del 25º aniversario de Grupo Ayrtac.



Presentación de *Destapados Podcast* en la feria ENOMAQ 2025.

El primero, "La celebración", recogía lo vivido el día del 25º aniversario, con las intervenciones de Nieves Agreda (Cámara de Comercio de Zaragoza), María Jesús Sariñena (alcaldesa de Utebo), Roberto Tornos (fundador y director de expansión en Grupo Ayrtac), Cecilio Tornos (fundador de Ayrtac), José Manuel Tornos (CEO de Grupo Ayrtac) y Ana Sanz (Gobierno de Aragón). El segundo, "Los testimonios", daba voz a clientes, amigos, empleados, ex empleados y proveedores, quienes dedicaron unas palabras a la empresa. Por último, el tercer capítulo, "La historia", presentaba en vídeo el relato de Grupo Ayrtac contado por algunos de sus protagonistas.

Más allá de los discursos, la celebración del 25º aniversario fue ante todo un homenaje a las personas: a quienes iniciaron el proyecto en el año 2000, a quienes se han ido incorporando a lo largo de estos 25 años y a quienes confían en Ayrtac para envasar sus productos.

La comunicación también ha jugado un papel importante en esta etapa, con iniciativas como *Destapados Podcast*, que acercan al sector otra forma de contar el envasado, las marcas y las historias que hay detrás de cada tarro o botella. La efeméride del 25º aniversario ha representado, en este sentido, una oportunidad para reforzar ese relato: una empresa "enfrascada" en el vidrio y en la mejora continua, que entiende el envase no sólo como un elemento técnico, sino también como parte de la identidad de cada producto.

"Estos 25 años no sólo son un aniversario, sino el inicio de nuestra mejor historia", repiten internamente desde Grupo Ayrtac. La reorganización del Grupo, los nuevos centros logísticos, la integración tecnológica y los proyectos de innovación en marcha apuntan a una etapa de crecimiento en la que Envases y Botellas Ayrtac y Ayrtac Maquinaria seguirán trabajando de la mano junto a *Enfrascados* y *Destapados Podcast*. Y es que este 25º aniversario no cierra una historia, sino que abre la puerta a la siguiente con la misma ilusión con la que Cecilio Tornos inició todo el proyecto en 2000, manteniendo siempre un gran compromiso con el sector agroalimentario y de la mano de todos los clientes que han hecho posible este camino.

Envases y Botellas Ayrtac, S.L.
marketing@ayrtac.com
www.envasesybotellasayrtac.com

Regulación de la oferta en el mercado oleícola

Uno de los rasgos que caracteriza el mercado oleícola en España es la alta volatilidad de los precios en el mercado de origen, de ahí la necesidad de contar con un instrumento que permitiese regular la oferta y, con ello, los precios. Así, el 26 de febrero de 2021 se publicó, en el BOE, el Real Decreto 84/2021 por el que se establecen las normas básicas para la aplicación del artículo 167 bis del Reglamento (UE) n.º 1308/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, regulador de las normas de comercialización del aceite de oliva: "*Los Estados miembros podrán establecer en el sector oleícola normas de comercialización para regular la oferta, con el fin de mejorar y estabilizar el funcionamiento de los mercados oleícolas*". En este sentido, y como fruto de un proyecto de investigación financiado por la Diputación Provincial de Jaén, en este libro se alcanzan varios objetivos. En primer lugar, se analiza el contenido del referido Real Decreto desde una perspectiva crítica, para explorar las posibilidades y consecuencias de la aplicación de la norma de comercialización para regular la oferta de aceites de oliva contemplada en el mismo. En segundo lugar, se propone y desarrolla un modelo econométrico que permita estimar, en el mes de octubre de cada año, el precio medio del AOVE para la campaña que comienza en dicho mes. Los resultados evidencian que ese precio medio en origen está estadísticamente correlacionado con la producción anual española de aceites de oliva, las existencias en España al inicio de cada campaña y una tendencia lineal positiva que refleja la evolución general de los precios (inflación) y las preferencias de los consumidores con relación a los aceites de oliva.

En tercer lugar, en la monografía se argumenta que el desequilibrio de mercado existe cuando el precio en origen del AOVE baja hasta un nivel que no cubre los costes de producción del olivar que se ha denominado "vulnerable". Finalmente, el cuarto objetivo de la monografía consiste en cuantificar y localizar los olivares que son más proclives a generar pérdidas de rentabilidad por un desfase entre los costes productivos que soportan y los precios en origen que obtienen, utilizando el concepto "olivar vulnerable", con tres niveles de vulnerabilidad: 1) olivares en secano con una pendiente superior al 20%; 2) olivares en regadío con una pendiente superior al 20%; y 3) olivares en secano con una pendiente comprendida entre el 15 y el 20%. De esta manera se pretende evidenciar la diversidad de situaciones que se producen en cada coyuntura de precios, en función de los costes de producción en cada una de las "zonas olivareras vulnerables".

Diputación Provincial de Jaén-Instituto de Estudios Giennenses
ieg@dipujaen.es
www.dipujaen.es

Año edición: 2025



Aceite de oliva: cómo elegir los mejores y usarlos de la manera más saludable

KDP (Kindle Direct Publishing)
mtapia@vivirconciencia.com
vivirconciencia.com

Año edición: 2025

En Aceite de oliva: Guía práctica sobre el aceite de oliva y otros aceites vegetales. Cómo elegir los mejores y usarlos de la manera más saludable, María I. Tapia -doctora en Bioquímica y Biología Molecular y profesional del sector agroalimentario- propone un recorrido riguroso y ameno por el mundo del aceite de oliva y de los aceites vegetales. Partiendo de una idea sencilla pero reveladora -la mayoría de los consumidores desconoce aspectos básicos sobre el aceite de oliva y sus categorías-, la obra, que combina divulgación y ciencia, desvela con claridad los mitos, errores y confusiones más comunes en torno a este producto esencial de la cultura alimentaria y la Dieta Mediterránea. Con un lenguaje accesible y apoyada en la evidencia científica, la autora explica cómo se elaboran los distintos tipos de aceites, qué significan realmente términos como *virgen*, *refinado* o *suave*, cómo interpretar la acidez y otros parámetros de calidad, y cuál es el mejor aceite para cada uso culinario. Otra de las secciones está dedicada a cocinar con aceite, donde María I. Tapia aclara qué aceites son más adecuados para freír y desmonta falsas creencias a este respecto. Una guía clara, útil y cercana repleta de información relevante, consejos prácticos y trucos fáciles de aplicar, dirigida tanto al consumidor curioso como al profesional que desea comunicar mejor el valor del aceite, que se encuentra disponible en Amazon (ediciones en castellano e inglés, tapa blanda y tapa dura) y cuenta con versión en *e-book*.



Kubota

Del 1 al 3 de marzo

SOL EXPO

SOL Expo, que se celebra en Veronafiere, es el escaparate internacional dedicado al aceite de oliva y a toda la cadena de suministro. Con un formato único en Italia, el evento se caracteriza por ser una plataforma B2B2C que conecta a profesionales, empresas, restaurantes y consumidores informados. Un centro de negocios, formación y cultura que muestra la excelencia del aceite de oliva italiano con un fuerte enfoque en la internacionalización y el diálogo con el consumidor. Gracias a la colaboración con la Agenzia ICE, se llevará a cabo un programa que atraerá a Verona a más de 80 compradores de primer nivel procedentes de países como EEUU, Japón, Alemania o China, entre otros muchos. Además, la feria tiene previsto un intenso programa de *showcookings*, catas guiadas, *masterclasses* y un espacio dedicado a la cosmética natural a base de aceite de oliva. También se prestará especial atención a los más pequeños con la nueva Zona Infantil: un área con talleres sensoriales, actividades creativas y programas educativos diseñados para introducir a los niños en la cultura del AOVE.

customercare@solexpo.com
www.solexpo.com

Del 3 al 4 de marzo

WOOE

La World Olive Oil Exhibition (WOOE), que se celebrará en el Pabellón 5 de IFEMA Madrid, volverá a reunir a productores, cooperativas, almazaras, distribuidores, compradores internacionales, chefs y analistas, "consolidándose como la principal plataforma profesional dedicada exclusivamente al aceite de oliva", según destaca Pomona Keepers, entidad organizadora de la feria. A lo largo de dos días, el evento ofrecerá un área expositiva con empresas de diferentes países; un programa de catas y presentaciones de producto; conferencias técnicas y de mercado; y actividades de *networking*. En esta edición, la WOOE refuerza su apuesta por el negocio incorporando un programa exclusivo de reuniones personalizadas orientado a impulsar nuevas oportunidades comerciales para las empresas productoras. Esta iniciativa, dirigida en exclusiva a los expositores, pone el foco en compradores de sectores clave como panadería y repostería industrial; conservas, pastas y productos procesados; cadenas de restauración y *foodservice*; y distribución nacional e internacional.

info@oliveoilexhibition.com
www.oliveoilexhibition.com

Del 10 al 13 de marzo

Foodex Japan

Se trata de la mayor feria agroalimentaria de Japón y de toda la zona Asia-Pacífico que se celebra en el recinto ferial Tokio Big Sight. Dirigida exclusivamente a un público profesional, Foodex atrae a un gran número de compradores internacionales líderes del sector de la alimentación: mayoristas, minoristas, supermercados, catering, restauración… La feria supone una plataforma clave para las empresas españolas -entre ellas productoras de aceite de oliva virgen extra-, ya que permite posicionar su marca en un mercado exigente y con alto poder adquisitivo como el asiático y aprovechar el creciente interés por los productos gourmet, saludables y de origen mediterráneo. La muestra reúne a miles de expositores internacionales y decenas de miles de visitantes profesionales. La edición de 2025 contó con 2.930 empresas expositoras de 74 países y 72.000 visitantes.

foodexglobal@jma.or.jp
www.jma.or.jp/foodex/en/

Del 13 al 15 de marzo

Olio Capitale

El Salón de los Aceites de Oliva Vírgenes Extra Típicos y de Calidad es una feria de referencia para cientos de productores de AOVE de todas las regiones oleícolas italianas e internacionales. Un evento especializado que se celebra en Trieste y que presta especial atención al aspecto educativo, con un amplio programa de actividades complementarias: catas guiadas, talleres para aprender y catar, presentaciones de autores de libros relacionados con el aceite de oliva, así como programas de entrevistas y seminarios dedicados al aceite de oliva virgen extra y las regiones productoras. En esta edición, el evento se centrará en el tema de las nuevas generaciones, con los jóvenes -productores y consumidores de AOVE- como protagonistas. Según sus organizadores, el objetivo es destacar el papel fundamental de las nuevas generaciones para garantizar la continuidad, la innovación y la sostenibilidad de un patrimonio agrícola y cultural milenario.

info@oliocapitale.it
www.oliocapitale.it

Del 23 al 26 de marzo

Alimentaria

Alimentaria + Hostelco volverá al recinto Gran Via de Fira de Barcelona con un incremento aproximado de la oferta expositiva internacional del 41% respecto a la anterior edición. De las más de 3.300 empresas que acudirán como expositoras al evento, cerca de 1.000 serán internacionales procedentes de más de 70 países. La oferta del certamen, que cumple 50 años en 2026, estará estructurada en base a nuevos ejes y tendencias de consumo: Grocery Foods, International Pavilions, Lands of Spain, InterCarn, InterLact, ExpoConser, Coffee, Bakery & Pastry, Restaurama, Snacks, Biscuits & Confectionery, Alimentaria Trends, Organic Foods y Fine Foods. Entre sus actividades cabe destacar The Olive Oil Bar, un espacio para la degustación autoguiada con la ayuda de fichas descriptivas para descubrir algunos de los mejores AOVEs. Otro de los puntos fuertes del certamen son las reuniones de negocio entre compradores invitados y firmas expositoras, que se espera que alcancen más de 14.000 encuentros. En esta próxima edición, el reconocimiento de País de Honor recae en Polonia que participará con más de 100 expositores y 1.200 metros cuadrados de espacio expositivo.

infofira@firabarcelona.com
www.alimentaria.com

Kubota

El 10 de abril

Azeitech

La Empresa de Investigación Agropecuaria de Minas Gerais (EPAMIG) organiza la sexta edición de Azeitech, que se celebrará el 10 de abril en el Campo Experimental Maria da Fé. El evento se centra en la difusión del conocimiento y la innovación en el cultivo del olivo. En concreto, el programa técnico abordará temas importantes como la calidad, la conservación, la investigación y el mercado, entre otros. Siguiendo el formato de años anteriores, el programa incluirá el 21º Día Campo de Olivicultura, con estaciones prácticas enfocadas al productor; y la 11ª Muestra Tecnológica de Olivicultura, que reunirá estands de empresas para presentar tecnologías, productos e insumos utilizados tanto en el campo como en la industria.

cemf.evento@epamig.br.
www.azeitech.com.br

Del 29 de abril al 3 de mayo

Ovibeja



"Vinho à Prova" será la temática principal de la 42ª Ovibeja, que se alinea y refuerza las iniciativas del Bajo Alentejo como Ciudad Europea del Vino, abarcando todo el universo vinculado a esta área de producción, elaboración y consumo, así como a la cultura, el patrimonio, la gastronomía y la identidad de la región. Ovibeja, feria agrícola de carácter general a la que acuden más de 100.000 visitantes nacionales e internacionales, es una potente plataforma para la inversión y la exposición empresarial. También destaca su carácter innovador, siempre en sintonía con los nuevos retos, que serán objeto de reflexión en los numerosos coloquios, seminarios y talleres organizados por la organización y otras entidades participantes en la feria. Entre otros actos, Ovibeja acogerá la ceremonia de entrega del Concurso Internacional de Aceite de Oliva Virgen Extra-Premio CA Ovibeja, el único concurso internacional que se celebra en Portugal.

ovibeja@acos.pt
www.ovibeja.pt

Kubota

Índice de anunciantes

Agrama Sciense & Life 189
Agroisa 11
Agromillora (ebook) 137
Amenduni Ibérica 21
Amenduni Ibérica ..... Lomo
AUSERE 111
Autelec 39
Automatismos ITEA 210
Automatismos ITEA ..... Int. Contraportada
Auxiliar Conservera 131
Auximara 81
Axflow 87
Ayrtac 73
BALAM Agriculture 165
Bombas Trief 105
CaixaBank 41
Caja Rural Jaén 45
Cajamar 115
Calero (Ingeniería y Desarrollo Agro-Industrial) 67
CDR OXITester (Tecnilab) 95
Centrifugación Alemana 3
Centrifugación Alemana ..... Triángulo de portada
Centrifugación Alemana .. Desplegable de portada
Clemente Industry 33
Codi-Pack, Marcaje y Codificación 143
COLIVAL 13
COLIVAL 14
Concurso y Premio Ovibeja 2026 181
COOSUR 145
Coriana, Variedad (Viveros Lucena) ... 135
CryoGas 151
De Bujalance Calderería Inox 53
Dosificadores García Fernández 8
Esteryfil 89
Feria del Olivar y Frutos Secos AOVE&NUTS 2026 49
Feria Futuroliva 2026 185
Feria SIMEI 2026 193
Foss 127
Gallardo 163
GEA Westfalia Separator Ibérica 99
GEA Westfalia Separator Ibérica ..... Contraportada
Gesca Automatismos 147
Globalcaja 5
Grupo Macho (etiquetas) 197
Guillén Broker 167
HAUS 121
Herpasur ..... Portada
Ifamensa 153
IGPs Aceituna Manzanilla y Aceituna Gordal de Sevilla 183
Ildefonso Rosa Ramírez e Hijos "JAR" ... 75
Ilitia, Brunella y Florentia, Variedades (Agromillora) 169
IMATEC 31 149
IMS Pesaje ..... Int. Portada
Indea Technologies 91
Industrias de la Rosa 84
Industrias de la Rosa 85
Innovaciones Oleícolas 23
Inoelec 109
Inoxcaucho 93
ITALPROGETTI 141
Jaén Selección 2026 (Diputación de Jaén) 69
JAENCOOP Grupo 177
John Deere Ibérica 31
Kubota 43
Kubota ..... Espónsor pie de página en toda la revista
Laboratorio Tello 101
Lainco 15
Libro La Revolución del Olivar (Agromillora) 179
Magusa 155
Manzano – Flottweg 59
Multinivel Ibérica (Cándido) 159
Oleícola Jaén 71
OLEUMCONNECT (Olive Oil Brokers) ... 171
Olive Japan 2026 119
Olmos Maquinaria 55
Olvesa 51
OptiCept Technologies 125
ORISHA Agrifood 175
Palacín 27
Pieralisi 16
Pieralisi 17
ProciÓleo 113
Prosur 63
Revista La Semana Vitivinícola 199
RIVERO (Calderería Rivero) 123
Serijerez (Jerezana de Serigrafía Publicitaria) 133
TACSA 195
Talleres Espí Serrano 77
Talleres González y París 103
Tecnilab – Tecnología Analítica 57
Todolivo 117
Treico-Remasa-Granaoliva 6
Treico-Remasa-Granaoliva 7
Verallia 187
Vetreria Etrusca 97
VetroLatino 29
VIMAR Equipos 173
Vitroval 157
Viveros Grupo Oleaplant 161
WEG Iberia 107

ITEA

HIGH TECHNOLOGY FOR SMART INDUSTRY

25 años

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.

GEA Engineering for a better world.

GEA.com