

INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR **Mercacei** MAGAZINE

Especial Fertilizantes y Fitosanitarios

- Fertilización de precisión
- Plagas y enfermedades
- La importancia del balance de nutrientes
- Control biológico en el olivar

Encuentros Mercacei

Inversores: los nuevos actores del sector oleícola

La Entrevista

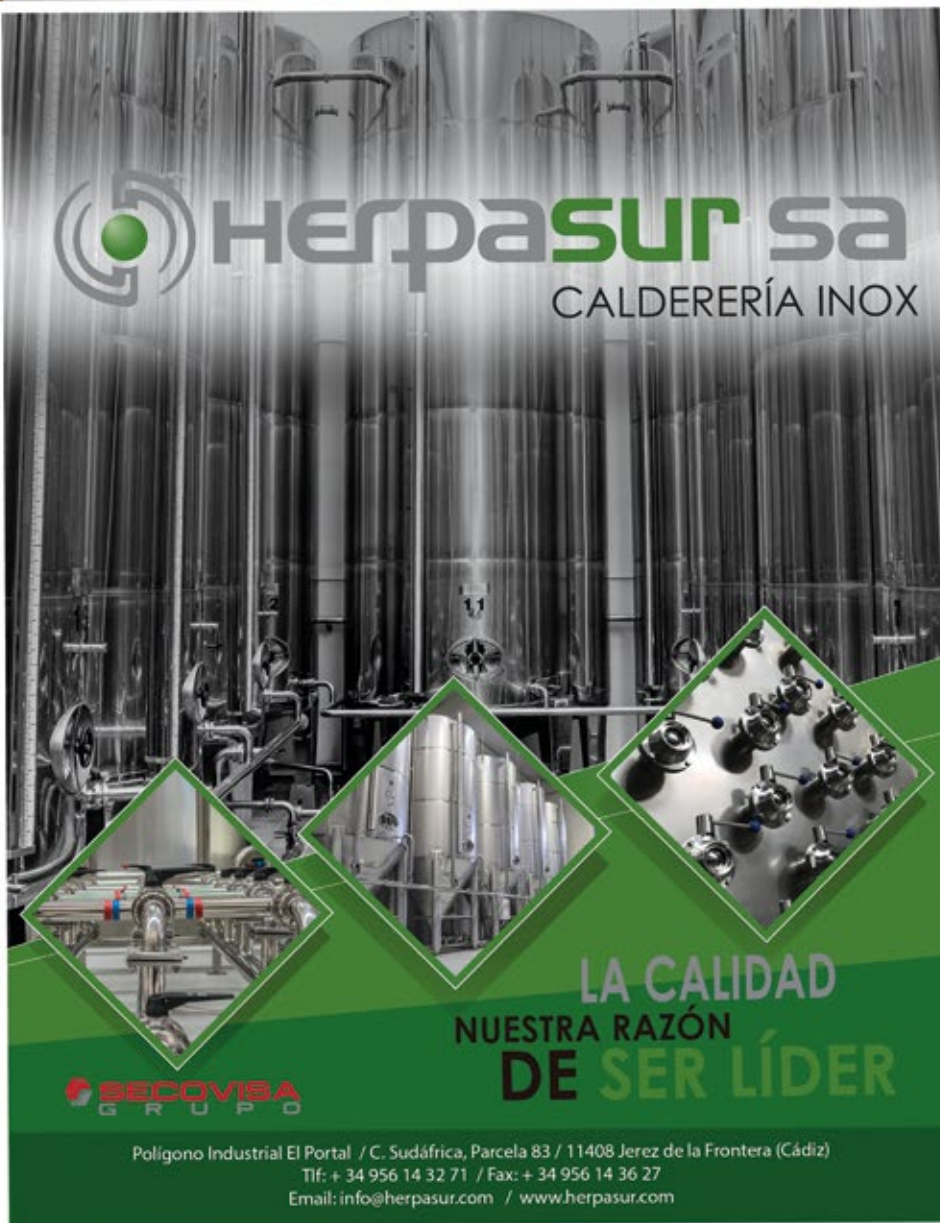
Selina Wang, directora académica del UC Davis Olive Center
"El sector del aceite de oliva de California es dinámico, innovador y está firmemente enfocado en la calidad y la eficiencia"

Digitalización

Predicción de demanda de agua de riego a medio plazo en comunidades de regantes

Olivar Tradicional

Estrategias para garantizar la rentabilidad y el relevo generacional del olivar tradicional en la provincia de Jaén



 **HERPASUR SA**
CALDERERÍA INOX

**LA CALIDAD
NUESTRA RAZÓN
DE SER LÍDER**

 **SECOVISA**
GRUPO

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

A large, stylized olive branch with several leaves in a golden-yellow color, extending from the top left towards the center of the page.

**centrifugación
alemana**

www.centrifugacionalemana.com



PERFECCIÓN



EN LA EXTRACCIÓN DEL ACEITE DE OLIVA

TEDAES



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



IMS

CONTROL INDUSTRIAL

Departamento Técnico
Departamento Comercial



646 90 70 37
686 08 99 14



serviciotecnico@imscontrolindustrial.com
comercial@imscontrolindustrial.com



www.imscontrolindustrial.com

Fundadora

M. Dolores Peñafiel Fernández

Corresponsales y colaboradores

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

Directora

Pandora Peñamil Peñafiel

Redacción

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

Edita



CEO & Editor

Juan A. Peñamil Alba

Redacción, Administración y Publicidad

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

Coordinación de Redacción y Publicidad

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

Administración

Cristina Álvarez Llorente
 admin@mercacei.com

Publicidad

José Manuel Hernández, Natalia de las Heras

Corresponsal Italia

Daniela Capogna

Corresponsal América del Sur

Leonardo Moral

Suscripción

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

Sólo MERCACEI MAGAZINE (4 nºs)

Anual: 130 € (Extranjero: 150 €)

Maquetación

Aller Studio

Producción

Jomagar

Dépósito Legal

M-38185-1994

ISSN

1134-7104

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

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



Sumario

4 EDITORIAL

9 ANÁLISIS DE MERCADO

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

18 LA ENTREVISTA

Selina Wang, directora académica del UC Davis Olive Center (California, EEUU): "El sector del aceite de oliva de California es dinámico, innovador y está firmemente enfocado en la calidad y la eficiencia"

26 LOS ENCUENTROS DE MERCACEI

Inversores: Los nuevos actores del sector oleícola

38 ACTUALIDAD

World Olive Oil Exhibition (WOOE) y Origin Natura • EVOLIO Expo • Festival Córdoba Virgen Extra • Alimentaria+Hostelco • SOL Expo • Olio Capitale • Enoliexpo

94 ESPECIAL FERTILIZANTES Y FITOSANITARIOS

Fertilización del olivar: Hacia un cultivo más competitivo, eficiente y sostenible • La rentabilidad del olivar empieza bajo tus pies: La importancia del balance de nutrientes • Plagas y enfermedades del olivar • Control biológico en el olivar: Microorganismos beneficiosos como herramienta de futuro • Descifrando el genoma del hongo responsable del emplumado del olivo

118 PROMOCIÓN

La campaña de promoción "Aceite de Oliva Virgen Extra. El Complemento Perfecto" conquista 342.000 nuevos hogares

122 AOVE & CULTURA

Cookad hoc.com, cocina sin recetas y hedonismo al alcance de todos

132 DIGITALIZACIÓN

Predicción de demanda de agua de riego a medio plazo en comunidades de regantes

138 DELICATESSEN

Molino & Cata: El maravilloso mundo de los AOVEs Premium

144 OLIVAR TRADICIONAL

Estrategias para garantizar la rentabilidad y el relevo generacional del olivar tradicional en la provincia de Jaén • Entrevista a Rafael Almirón, portavoz de la provincia de Granada en la Asociación de Olivar Tradicional (Olivea): "Si el olivar tradicional no se diferencia y valora como merece, la rentabilidad será cada vez menor y terminará por abandonarse"

156 AGROMERCACEI

Respuesta del olivo a la aplicación de silicio • Influencia del genotipo y el ambiente en el contenido y composición fenólica en olivo • La lucha contra la *Xylella*: Soluciones integradas para reducir su impacto en Europa

174 CLUB LECCIANA

Entrevista a Carlos Jiménez, co-CEO de Condado de Martiniega: "De lecciana lo primero que nos llamó la atención fue la calidad de su aceite, que es extraordinario y diferencial"

178 ASOCIACIONES

Confraria de la Mare de Déu de l'Olivera, fervor por el AOVE y la Virgen del Olivo

188 OLEOTURISMO

Perú: Oleoturismo, gastronomía y olivos monumentales

196 SOSTENIBILIDAD

Monodigestión de alperujo: Retos tecnológicos y nuevas estrategias para su valorización en plantas de biogás

200 PUBLIRREPORTAJES

ANSOTEC • CONSULAI • DOP Aceite Sierra de Cazorla • Laboratorio Tello • Prosur • Treico Maquinaria Industrial • Agroisa • FOSS • IMS Control Industrial • Todolivo • IMATEC31

240 AGENDA

241 ÍNDICE DE ANUNCIANTES

HAUS
 TECNOLOGÍAS DE CENTRIFUGA
 #BECAUSEWECARE

Encuéntranos
 en la pág. 25

PERFECCIÓN EN LA EXTRACCIÓN DEL ACEITE DE OLIVA



**centrifugación
alemana**

www.centrifugacionalemana.com



Entre capital e innovación: el nuevo rumbo del olivar

Pandora Peñamil Peñafiel

El sector oleícola atraviesa un momento decisivo en el que convergen inversión, innovación y sostenibilidad como grandes vectores de cambio. En este contexto, la actualidad refleja un ecosistema en plena transformación, donde conviven la entrada de nuevos actores financieros, los avances técnicos en el cultivo y la necesidad de preservar modelos tradicionales con alto valor social y territorial.

Uno de los fenómenos más relevantes es, sin duda, la creciente irrupción de inversores en el sector, tal y como se analiza en *Los Encuentros de Mercacei*. Fondos especializados, inversores generalistas y *family offices* han puesto el foco en la olivicultura, atraídos por su potencial en un escenario global marcado por el crecimiento de la población y la demanda de alimentos saludables. No se trata de una tendencia coyuntural, sino de un cambio estructural impulsado por la profesionalización, la mecanización y la mejora de la eficiencia productiva. Sin embargo, este nuevo mapa también plantea interrogantes: la gestión del riesgo -desde la volatilidad de precios hasta la incertidumbre climática-, el papel del agua como recurso estratégico o la necesidad de generar valor más allá del volumen. En este contexto, el tamaño, la tecnificación y la capacidad de gestión se consolidan como factores clave para competir.

En paralelo, el avance hacia un modelo productivo más eficiente y sostenible sitúa la fertilización y la sanidad vegetal en el centro del debate, eje del *Especial Fertilizantes y Fitosanitarios*. Hoy, la competitividad del olivar pasa por abandonar enfoques generalistas y apostar por estrategias basadas en el conocimiento: diagnósticos precisos del estado nutricional, ajuste de aportes a las necesidades reales del cultivo y aprovechamiento de los recursos internos del propio sistema. El olivar, entendido como un sistema vivo, tiene capacidad para reciclar buena parte de los nutrientes que necesita, siempre que se gestione adecuadamente. Este cambio de enfoque no sólo reduce costes, sino que mejora la sostenibilidad y la resiliencia de las explotaciones. La incorporación de tecnologías como la fertirrigación, los fertilizantes de liberación controlada o el uso de bioferti-

lizantes y bioestimulantes refleja una evolución clara hacia una agricultura más precisa. A ello se suma el papel creciente de la digitalización -sensores, teledetección o Inteligencia Artificial- como herramienta para optimizar la toma de decisiones. En el ámbito fitosanitario, el futuro pasa por el manejo integrado, el refuerzo de la biodiversidad funcional y el desarrollo de soluciones biológicas que permitan reducir la dependencia de productos químicos en un contexto de mayores exigencias regulatorias y ambientales.

La mirada internacional, recogida en *La Entrevista* a Selina Wang, directora académica del UC Davis Olive Center (California, EEUU), refuerza una idea clave: el futuro del sector dependerá de la inversión continuada en investigación, educación y sostenibilidad. La innovación científica será determinante para afrontar retos como el cambio climático, la mejora de la calidad o la adaptación a un consumidor cada vez más informado y exigente.

Frente a estos procesos de transformación, el olivar tradicional continúa planteando uno de los grandes desafíos estructurales, tal y como se aborda en el análisis sobre estrategias para garantizar la rentabilidad y el relevo generacional del olivar tradicional en la provincia de Jaén. Garantizar su viabilidad y favorecer el relevo generacional es fundamental, especialmente en territorios donde constituye un pilar económico, social y paisajístico. Su futuro pasa por estrategias que combinen modernización, diferenciación y puesta en valor de atributos como la calidad, el origen o la sostenibilidad, entendiendo que su papel va mucho más allá de la producción. Junto a estos ejes, la actividad del sector sigue marcada por una intensa agenda nacional e internacional, el impulso de la promoción del AOVE en nuevos hogares, los avances en investigación agronómica -desde la respuesta del olivo a determinados nutrientes hasta la influencia del genotipo y el entorno- o la creciente conexión entre cultura, gastronomía y aceite de oliva.

En definitiva, el olivar se encuentra en un punto de inflexión en el que la capacidad de adaptación será determinante. Integrar inversión, conocimiento y sostenibilidad sin perder la esencia de un cultivo milenario es el gran reto. Y también, su mayor oportunidad. 🌱



TRANSFORMA CADA PASO DE TU PRODUCCIÓN DE ACEITE DE OLIVA CON **ELEA PEF**

La tecnología de Campos Eléctricos Pulsados (PEF) de Elea technology ofrece una forma suave, no térmica, de potenciar la producción de aceite de oliva mediante la apertura de las membranas celulares de la aceituna a través de pulsos cortos de alto voltaje, mejorando significativamente la extracción de aceite de oliva virgen extra e incrementando el rendimiento. La tecnología PEF permite reducir la temperatura de malaxación, acelerar el proceso, y mejorar el perfil sensorial y por tanto la calidad, especialmente en aceitunas de cosecha temprana.



MAYOR RENDIMIENTO

La mejora del proceso de extracción con PEF reduce las pérdidas de aceite en el orujo, aumentando significativamente el rendimiento.



MALAXACIÓN MÁS RÁPIDA

PEF reduce drásticamente el tiempo de la malaxación, incrementando la capacidad de procesamiento y facilitando el procesado de mayor cantidad de aceitunas de cosecha temprana, para obtener una mayor cantidad de AOVE.



TEMPERATURA MÁS BAJA

PEF mantiene fresca la pasta de aceituna mientras abre suavemente las estructuras celulares, reduciendo tanto el tiempo como la temperatura de malaxación. Como resultado, ayuda a preservar los delicados aromas y los biofenoles, permitiendo una extracción de mayor calidad.



MAYOR CALIDAD

PEF mejora la calidad del aceite de oliva al aumentar el contenido de biofenoles en torno a un 10% (estudio de HPLC) y potenciando ligeramente el frutado, el amargor y el picante, como confirman análisis sensoriales realizados por expertos.



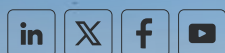
Contacta con nosotros y descubre Elea PEF para tu aceite de oliva.

eleapef.com



Nuestros patios de limpieza se ajustan a las necesidades específicas de cada instalación, integrando de forma eficiente cintas de transporte y tolvas de almacenamiento/recepción con la maquinaria de limpieza y lavado Granaoliva, Remasa y Treico.

Su diseño modular permite trabajar con distintos niveles de producción, **asegurando siempre el máximo rendimiento operativo.**



www.treico.com

Ctra. A-318, Km.20
14500 Puente Genil / (Córdoba) Spain
Apdo. de Correos 61 / 34 957 600 150

Ingeniería para la Industria oleícola del 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

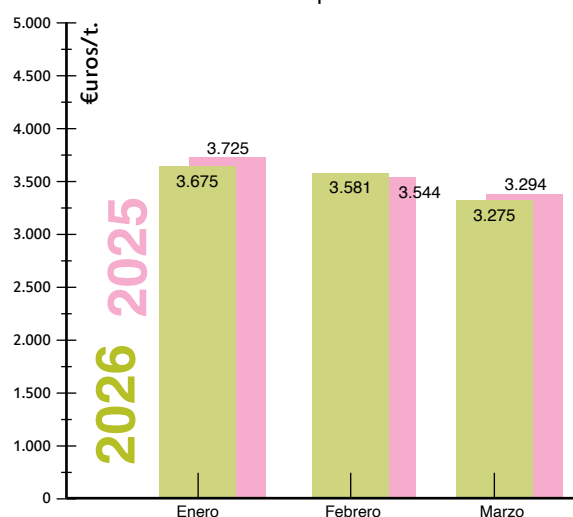
Tel.: +34 952 411 670
clientes@dosificadoresgf.com
export@dosificadoresgf.com
www.dosificadoresgf.com



Calma tensa en el mercado oleícola en el arranque de 2026

Aceite de Oliva Lampante, base 1º

Precios ponderados



■ **Aceite de oliva:** Descenso generalizado de precios, con mayor resistencia del virgen extra.

■ **Aceite de orujo:** Corrección a la baja en las cotizaciones de ambas categorías.

■ **Aceite de semillas oleaginosas:** Repunte del girasol refinado en un mercado sin referencias en crudo.

Aceite de oliva

Descenso generalizado de precios, con mayor resistencia del virgen extra. El año 2026 arrancó con una tónica general de tranquilidad y escasa operatividad tras el parón navideño, en un contexto marcado por las lluvias generalizadas que dificultaban el avance de la recolección y provocaban retrasos en una campaña que avanzaba con lentitud. La oferta se mostraba relajada y la demanda permanecía expectante, dando lugar a un escenario de estabilidad en los precios en la mayoría de las zonas productoras, con ligeras diferencias según calidades y orígenes. En este contexto, en Jaén la tranquilidad era absoluta, con el lampante a 3.700/3.750 euros/t.; el virgen, a 3.800/3.900 euros/t.; el AOVE, a 4.000/4.500 euros/t.; y el refinado, a 3.750/3.800 euros/t.

A finales de mes, el mercado seguía mostrando una tónica de escasa actividad y operativa muy limitada, marcada por un consumo prudente y compras destinadas

casi exclusivamente a cubrir necesidades puntuales. Las precipitaciones registradas y las previsiones meteorológicas adversas continuaban condicionando el ritmo de recolección en buena parte de las zonas productoras, retrasando la campaña, generando irregularidades en la calidad y aportando un componente adicional de incertidumbre. En este contexto, los precios mostraban una notable estabilidad, con ligeras tensiones alcistas en determinados orígenes y calidades.

Con la llegada de febrero, tras el paso de las borrascas de las últimas semanas, la reanudación de la actividad en el campo devolvía cierta normalidad a la campaña, aunque sin alterar de forma significativa el equilibrio entre una oferta firme -en muchos casos retenida- y unos compradores que no mostraban urgencia. En este contexto, las cotizaciones se sostenían con escasas variaciones, con mayor firmeza en los aceites de oliva vírgenes extra de calidad y un mercado que, en líneas ge-

nerales, continuaba a la expectativa. Así, el lampante se ofertaba a 3.550/3.600 euros/t.; el virgen, a 3.850/3.900 euros/t.; el AOVE, a 4.200/4.600 euros/t.; y el refinado, a 3.550/3.600 euros/t.

A finales del trimestre, el mercado atravesaba una situación de marcada tranquilidad y reducida operatividad en la mayor parte de las zonas productoras. El fuerte descenso del lampante -la categoría más abundante en muchas plazas- estaba condicionando el comportamiento del resto del mercado, en un contexto en el que la oferta mostraba mayor presión por vender mientras la demanda se mantenía prudente y compraba sólo por estricta necesidad. A esta cautela se sumaron factores externos, como la incertidumbre geopolítica y el encarecimiento del transporte marítimo. En este contexto, el lampante se estableció a 3.150 euros/t.; el virgen, a 3.600/3.800 euros/t.; el AOVE, a 4.100/4.400 euros/t.; y el refinado, a 3.250/3.300 euros/t.

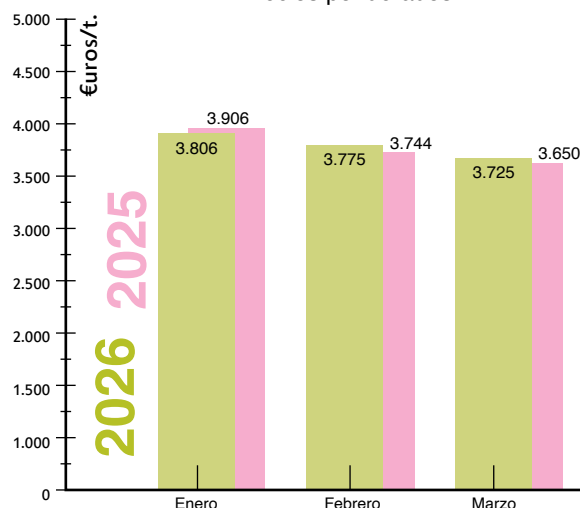


ACEITE DE OLIVA - Primer trimestre de 2026 (euros/t.)

		1ª sem. Ene.	4ª sem. Mar.
ANDALUCÍA			
JAÉN	Lampante, base 1º	3.700	3.200/3.250
	Virgen	3.800/3.900	3.600/3.800
	Virgen extra	4.000/4.600	4.100/4.400
	Refinado	3.800	3.300
CÓRDOBA			
	Lampante, base 1º	3.650/3.790	3.200/3.250
	Virgen	3.800/3.850	3.700/3.750
	Virgen extra	4.100/4.500	4.100/4.600
	Refinado	3.650	3.400
SEVILLA			
	Lampante, base 1º	3.500	3.250/3.300
	Virgen	3.700/3.800	3.800/3.900
	Virgen extra	4.500/5.000	4.200/5.000
	Refinado	3.500/3.600	3.150/3.200
GRANADA			
	Lampante, base 1º	3.700	3.200/3.250
	Virgen	3.800/3.900	3.600/3.800
MÁLAGA			
	Lampante, base 1º	Sin oper.	3.250
	Virgen	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra	Sin oper.	4.200/4.300
CATALUÑA			
LÉRIDA	Virgen extra (DOP Garrigues)	4.600	4.450
TARRAGONA	Virgen extra (DOP Siurana)	4.600	4.450
CASTILLA-LA MANCHA			
TOLEDO	Virgen	3.900/4.000	3.700/3.900
	Virgen extra	4.100/4.400	4.250/4.300
COMUNIDAD VALENCIANA			
ALICANTE	Lampante, base 1º	3.450	3.300
	Virgen	3.700	3.750
	Virgen extra	4.250	4.300
	Refinado	3.500	3.400
EXTREMADURA			
BADAJOZ	Lampante, base 1º	3.600/3.650	3.000/3.100
	Virgen	3.800/3.900	3.600/3.800
	Virgen extra	4.100/4.800	4.100/4.500

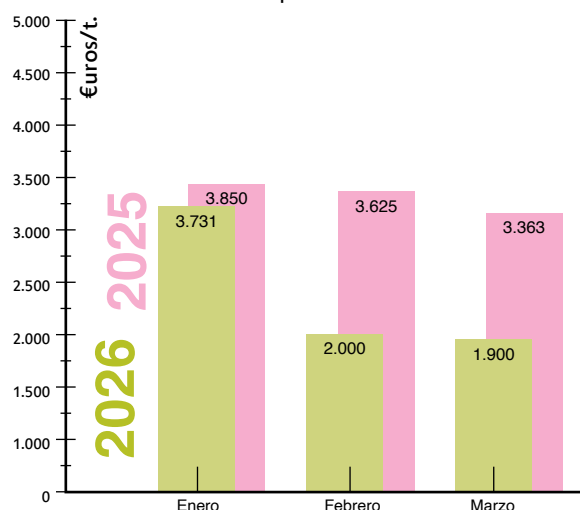
Aceite de Oliva virgen

Precios ponderados



Aceite de Oliva refinado

Precios ponderados



ACEITE DE ORUJO Primer trimestre de 2026 (euros/t.)

	1ª sem. Ene.	4ª sem. Mar.
ANDALUCÍA		
Refinable, base 10º	1.400/1.450	1.300
Refinado, winterizado, a granel, sobre origen	2.100	1.900

ACEITES DE SEMILLAS - Primer trimestre de 2026 (euros/t.)

	1ª sem. Ene.	4ª sem. Mar.
ANDALUCÍA		
ACEITE DE GIRASOL (Sobre origen a granel)		
Crudo	1.180/1.200	Sin oper.
Refinado	1.300	1.380/1.390
ACEITE DE SEMILLAS		
Refinado	1.300	1.380/1.390

Aceite de orujo

Corrección a la baja en las cotizaciones de ambas categorías. El mercado del aceite de orujo mantuvo una evolución firme, en línea con la tendencia del aceite de oliva, registrando estabilidad con ligeros ajustes en ambas categorías.

El aceite de orujo refinado se situó en marzo en 2.100 euros/t., frente a los 1.900 euros/t. registrados previamente.

Por su parte, el aceite de orujo refinable se mantuvo en un rango de entre 1.400 y 1.450 euros/t., en comparación con los 1.300 euros/t. anteriores, reflejando un comportamiento estable con ligera tendencia al alza.



El aceite más puro, merece el envasado más preciso

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



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

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



Aceite de semillas oleaginosas

Repunte del girasol refinado en un mercado sin referencias en crudo. Los aceites de semillas oleaginosas protagonizaron una evolución alcista en los primeros meses de 2026. El girasol refinado experimentó un ligero repunte, pasando de 1.300 euros/t. en enero a 1.380/1.390 euros/t. en marzo; mientras que el girasol crudo, que en enero se situaba en 1.180/1.200 euros/t., no registró operativa en marzo, reflejando una menor actividad en este segmento.

En conjunto, el aceite de semillas refinado siguió la misma tendencia alcista, situándose igualmente en 1.380/1.390 euros/t. en marzo, frente a los 1.300 euros/t. del inicio del año.

Producción

La UE reduce la producción de aceite de oliva y sitúa a España como el principal proveedor

Cooperativas Agro-alimentarias de España ha informado de que, según los últimos datos publicados por la Comisión Europea (CE), correspondientes a la información comunicada por los Estados Miembros a 31 de marzo, se confirma una reducción de la producción española hasta 1.295.000 toneladas, así como un descenso de las existencias finales, que se estiman en 259.600 t.

Por su parte, Italia mantiene una producción estimada de 325.000 t., muy por debajo de su consumo interno, que asciende a 460.000 t. (una media mensual de 38.330 toneladas). Esta situación, según ha precisado esta organización, "obligará al país a recurrir a importaciones, principalmente desde España, para atender sus necesidades comerciales y alcanzar el nivel de existencias finales previsto por su Administración, fijado en 125.000 t".

En conjunto, la Comisión Europea estima el consumo interior de los países productores en 1.245.495 t, lo que anticipa que el consumo total en la Unión Europea superará la previsión inicial de 1.442.000 t, pudiendo incluso situarse por encima de los niveles de la campaña anterior.

Según Cooperativas, "el buen ritmo de salida de aceite al mercado durante esta campaña, especialmente en los dos últimos meses, unido a unas previsiones de importación más moderadas tras la normalización de la presión inicial de Túnez, apunta a un cierre de campaña muy ajustado en términos de disponibilidad".

De esta forma, a su juicio, "España se consolida como el principal, y prácticamente único, proveedor del mercado comunitario en los meses finales de campaña, cuando es necesario garantizar el suministro hasta la llegada de la nueva cosecha".

MERCADO INTERNACIONAL - Primer trimestre de 2026

(Euros/kg.)

ITALIA

1º sem. Ene. 4º sem. Mar.

SUR DE PUGLIA & CALABRIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	6,90	6,55
ACEITE DE OLIVA refinado	3,75	3,40
ACEITE DE OLIVA lampante	3,20/3,40	2,90/3,50
ACEITE DE ORUJO refinado	2,15	2,00
ACEITE DE GIRASOL refinado	1,35	1,40
ACEITE DE MAÍZ refinado	1,32	1,32
ACEITE DE SOJA refinado	1,40	1,40
ACEITE DE CACAHUETE refinado	1,75	1,70

NORTE DE PUGLIA & CALABRIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	6,50/6,70	6,50/6,70
ACEITE DE OLIVA virgen	Sin oper.	Sin oper.

TÚNEZ

ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,20/3,50	3,70/3,80
------------------------------	-----------	-----------

MARRUECOS

ACEITE DE OLIVA virgen extra	4,50/5,00	4,80/5,00
------------------------------	-----------	-----------

TURQUÍA

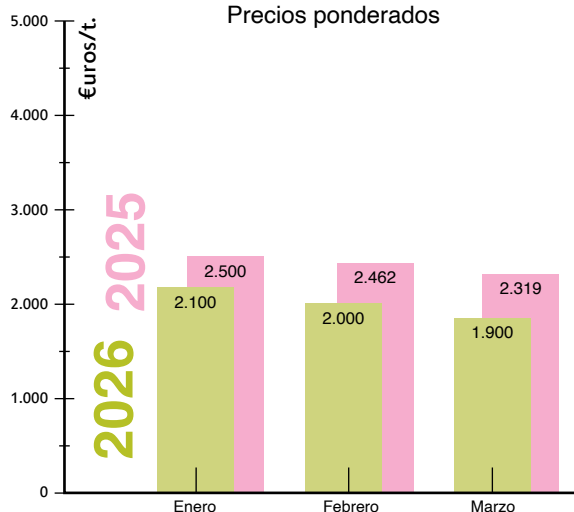
ACEITE DE OLIVA refinado	3,60/3,70	3,45/3,55
--------------------------	-----------	-----------

GRECIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	4,80/5,10	4,80/5,00
------------------------------	-----------	-----------

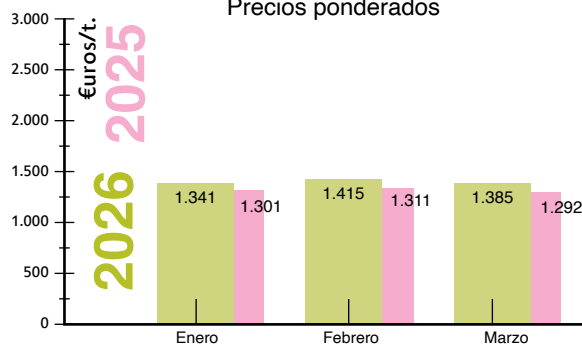
Aceite de Orujo refinado

Precios ponderados



Aceite de Girasol refinado

Precios ponderados



Incertidumbre y preocupación de las cooperativas andaluzas por las amenazas de Donald Trump

Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía ha mostrado su preocupación e incertidumbre ante las declaraciones del presidente de EEUU, Donald Trump, que amenazó con "cortar todo el comercio con España", ya que tanto el aceite de oliva como la aceituna de mesa tienen en el país norteamericano un mercado estratégico.

La organización, que ha remarcado que se posiciona a favor de la paz y está en contra de cualquier guerra, ha asegurado que "nos preocupa especialmente y nos llena de incertidumbre que una situación geopolítica sobrevenida derive en un conflicto diplomático con España que pueda afectar a nuestras exportaciones agroalimentarias a EEUU, restándonos competitividad".

"Estamos cansados de que el sector agroalimentario sea siempre el pagadero de cualquier conflicto, sea de la naturaleza que sea", ha añadido.

Según ha detallado, EEUU es un mercado estratégico para producciones como el aceite de oliva y la aceituna de mesa. En el caso de la aceituna de mesa, Estados Unidos fue el principal país de destino en la pasada campaña, con el 17% del total de aceituna exportada desde Andalucía.

Además, Cooperativas ha precisado que Estados Unidos consume unas 420.000 toneladas de aceite de oliva cada año; siendo el tercer consumidor mundial de aceite de oliva; y, aproximadamente, uno de cada tres litros de aceite de oliva que importa el mercado norteamericano tiene origen español.



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



A BRAND THAT HAS REVOLUTIONIZED
THE WORLD OF EVOO

COLIVAL
S.C.O. de Valdepeñas

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

COLIVAL

S.C.O. de Valdepeñas

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

*Valden
vero*

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 (Enero/Marzo 2026)

Aceite de oliva virgen extra

ENVASES	Ene. 2026	Mar. 2026	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Lata 5 l.	35,6	35,0	-0,6	-1,7
Envase 5 l.	29,3	28,9	-0,4	-1,4
Lata 3 l.	24,8	24,5	-0,3	-1,2
Botella 1 l.	9,2	9,1	-0,1	-1,1
Cristal 3/4 l.	9,5	9,4	-0,1	-1,1

El presente estudio se ha realizado comparando el precio de venta al público de los diferentes aceites en establecimientos de Madrid. Para ello, se ha realizado un control de precios en grandes superficies, supermercados y pequeños comercios de esta ciudad. Una vez obtenidas las cotizaciones de las diferentes clases de aceites, se ha realizado una media ponderada de los mismos. A continuación, se compara el precio medio de los diferentes aceites durante la segunda semana de enero de 2026 y la cuarta semana de marzo del mismo año. Los resultados obtenidos aparecen reflejados en los cuadros adjuntos. Seguidamente, se pueden observar las diferentes tendencias entre los movimientos de precios de los aceites de oliva vírgenes extra, así como los del aceite de oliva, orujo y girasol.

Aceite de oliva

ENVASES	Ene. 2026	Mar. 2026	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Lata 5 l.	30,9	30,4	-0,5	-1,6
Envase 5 l.	28,4	28,0	-0,4	-1,4
Envase 3 l.	19,2	18,9	-0,3	-1,6
Botella 1 l.	5,9	5,8	-0,1	-1,7

Aceite de oliva virgen extra

Estabilidad de precios en origen, lo que se trasladó a unos lineales prácticamente planos, con ligeros ajustes a la baja en todos los envases. Los descensos más significativos se registraron en la lata de 5 l. y el envase de 5 l., que cayeron un 1,7% y un 1,4%, respectivamente. Les siguió la lata de 3 l., que descendió un 1,2%. Un poco más contenidas fueron la botella de 1 l. y el cristal de 3/4 l., que se abataron en torno a un 1,1%, hasta situarse en niveles muy similares a los de inicio de año.

Aceite de oliva

Evolución estable, con ligeros descensos en la mayoría de formatos. La botella de 1 l. fue la más afectada, con una caída del 1,7%, seguida de la lata de 3 l. y la lata de 5 l., que retrocedieron en torno a un 1,6%. El envase de 5 l., por su parte, se mantuvo igualmente estable con una ligera bajada del 1,4%.

Aceite de orujo de oliva

ENVASES	Ene. 2026	Mar. 2026	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Envase 5 l.	22,8	22,4	-0,4	-1,8
Botella 1 l.	4,1	4,0	-0,1	-2,4

Aceite de orujo de oliva

El aceite de orujo de oliva mantuvo una evolución muy contenida, con pequeñas correcciones a la baja en sus dos formatos. El envase de 5 l. descendió un 1,8%, situándose en torno a los 22,4 euros, mientras que la botella de 1 l. cayó un 2,4%, hasta los 4 euros.

* Las medias incluyen también los aceites de orujo enriquecidos.

Aceite de girasol refinado

ENVASES	Ene. 2026	Mar. 2026	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Envase 5 l.	13,8	14,1	0,3	2,2
Botella 1 l.	2,6	2,7	0,1	3,8

Aceite de girasol refinado

El aceite de girasol refinado fue la única categoría con evolución claramente al alza en este periodo. El envase de 5 l. incrementó su precio un 2,2%, hasta los 14,1 euros, mientras que la botella de 1 l. subió un 3,8%, situándose en 2,7 euros. Este comportamiento responde a tensiones en el mercado de aceites de semillas y a una mayor demanda como alternativa al aceite de oliva, en un contexto de estabilización general del resto de aceites.

* Las medias incluyen también los aceites de girasol enriquecidos.

LINCE

Diseñado para llegar más lejos.

LA MIRADA DEL LINCE VA
MÁS ALLÁ DE LO QUE SE VE

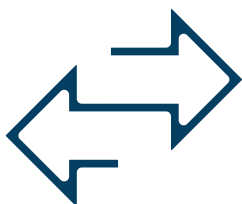




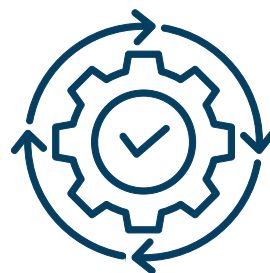
**MÁXIMA EFICIENCIA
ENERGÉTICA**



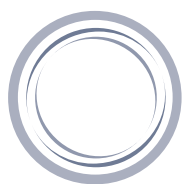
**FÁCIL
MANTENIMIENTO**



**APERTURA
INTELIGENTE**



**NUEVO RANGO DE
CAPACIDADES**



PIERALISI
CIRCULAR THINKING

OFICINA JAÉN:

Parq. Tecnológico y Científico Geolit • Avda. de la Innovación, 41 • 23620 MENGÍBAR (JAÉN)
Tel. +34 953 284 023 • Fax +34 953 281 715

OFICINA ZARAGOZA:

Polígono Industrial Plaza - Avda. Diagonal, 15 - Nave 5 • 50190 ZARAGOZA
Tel. +34 976 466 020 • Fax +34 976 515 330

info.spain@pieralisi.com

www.pieralisi.com

Selina Wang

Directora académica del UC Davis Olive Center (California, EEUU)

El UC Davis Olive Center -que trabaja para la mejora del olivo y la industria del aceite de oliva a través de la investigación, la educación y la divulgación- nombró a principios de 2026 a la química Selina Wang, directora académica del centro, para guiar la próxima fase de investigación e innovación de la creciente industria olivarera californiana. En esta entrevista con *Mercacei Magazine*, Wang aborda sus objetivos en esta nueva etapa, los retos y desafíos del sector del olivar y del aceite de oliva de California, así como su evolución y futuro que dependerá, según destaca, de la inversión continua en investigación, sostenibilidad y educación.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

Tras más de 15 años dedicada a la investigación sobre el olivo, ¿qué le motivó a asumir la dirección académica del UC Davis Olive Center y cuáles son los objetivos que se ha marcado en esta nueva etapa?

Mi investigación se ha centrado en la calidad, la autenticidad y la creación de valor de los productos agrícolas, y el aceite de oliva ha sido una parte fundamental de ese trabajo desde el principio. Participé activamente en el UC Davis Olive Center en sus comienzos, y siempre ha ocupado un lugar especial para mí por su singular papel en el apoyo a los agricultores y productores a través de la ciencia, la educación y la divulgación.

Asumir este cargo de liderazgo me parece una extensión natural de mi labor como profesora. Me permite integrar la investigación, la educación y la colaboración con la industria de una manera más eficaz y con mayor impacto. Mi objetivo es ampliar la repercusión de la investigación del centro, fortalecer las alianzas con la industria y reforzar nuestros programas educativos para apoyar a la próxima generación de líderes del sector olivarero.

¿Cuál es su visión estratégica para consolidar el papel del UC Davis Olive Center como referente en investigación y educación del aceite de oliva en Estados Unidos y a nivel internacional? ¿Qué subrayaría de la colaboración con instituciones de otros países y en qué materias?

El sector del aceite de oliva es, por naturaleza, global, y un progreso significativo depende de una sólida colaboración internacional. Mi visión es que el UC Davis Olive Center sirva como un centro que conecte a investigadores, productores e instituciones de todas las regiones.

Nos centramos especialmente en áreas como los sistemas de cultivo del olivo, la sostenibilidad, la resiliencia climática, la calidad del aceite y la valorización de los subproductos, cuestiones comunes a todos los países productores. Las alianzas con instituciones de Europa, Sudamérica, Australia y el Mediterráneo son particularmente valiosas porque nos permiten comparar sistemas, intercambiar conocimientos y acelerar la innovación. He tenido la suerte de colaborar a nivel internacional durante más de una década y espero seguir consolidando esas relaciones.

¿Cómo ha evolucionado el sector oleícola en California en las últimas décadas?

El sector del aceite de oliva de California ha experimentado un notable crecimiento en las últimas dos décadas. La adopción de sistemas modernos de cultivo, los avances en la tecnología de molienda y un firme compromiso con la calidad han transformado el sector.

Asimismo, los productores californianos han desempeñado un papel fundamental en la educación de los consumidores estadounidenses sobre el aceite de oliva virgen extra: su frescura, sus características sensoriales y sus beneficios para la salud. Hoy en día, el sector

“La adopción de sistemas modernos de cultivo, los avances en la tecnología de molienda y un firme compromiso con la calidad han transformado el sector californiano”

del aceite de oliva de California continúa evolucionando, haciendo hincapié en la calidad y la sostenibilidad.

La producción de aceite de oliva en California, en particular, y Estados Unidos, en general, se enfrenta a desafíos específicos, como la estandarización de la calidad y la competitividad frente a importaciones. ¿Cómo aborda el Olive Center estos retos?

El centro desempeña un papel fundamental al proporcionar información rigurosa y con base científica que fortalece tanto la calidad como la competitividad en toda la industria.

Nuestro trabajo abarca la investigación sobre marcadores químicos de autenticidad, la evaluación sensorial y los factores clave que influyen en la calidad del aceite, desde el olivar hasta el procesamiento y el almacenamiento. También colaboramos activamente con los actores clave de la industria estadounidense y con representantes



"El sector del
aceite de oliva
de California
es dinámico,
innovador y está
firmemente
enfocado en
la calidad y la
eficiencia"



del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA, por sus siglas en inglés) y la Agencia de Alimentos y Medicamentos (FDA, por sus siglas en inglés) para garantizar que la perspectiva de Estados Unidos esté claramente representada en los debates sobre estándares internacionales.

La educación es igualmente importante. Trabajamos estrechamente con productores y consumidores para construir un entendimiento común sobre qué define un aceite de oliva de alta calidad y cómo se puede lograr y mantener esa calidad de forma constante.

Su laboratorio trabaja en parámetros de calidad y aplicaciones de subproductos. ¿Qué innovaciones cree que podrían transformar la industria del

aceite de oliva estadounidense en los próximos años?

Mi laboratorio se ha centrado en el desarrollo de herramientas analíticas para verificar la calidad y la autenticidad del aceite de oliva, un área fundamental para proteger tanto a los consumidores como a los productores comprometidos con unos estándares elevados.

También existe una enorme oportunidad en la valorización de subproductos del olivo, como el orujo y las hojas, que contienen valiosos compuestos bioactivos con aplicaciones en la alimentación, los nutraceuticos y la agricultura.

Además, la evaluación de nuevas variedades y la aplicación de enfoques basados en datos para la gestión y el procesamiento de los olivares desempeñarán un papel clave en la mejora tanto del rendimiento como de la calidad del aceite.

¿Cómo está apoyando el UC Davis Olive Center a los productores frente a desafíos como el cambio climático y la sostenibilidad? ¿Qué investigaciones lleva a cabo para hacer frente a estos retos?

El cambio climático es uno de los desafíos más importantes a los que se enfrenta la agricultura. En el Olive Center trabajamos activamente para apoyar a los productores mediante la investigación y la colaboración.

Nuestra labor incluye evaluar el rendimiento de las variedades en diferentes condiciones ambientales, mejorar las estrategias de riego y manejo de los olivares, y explorar formas de aprovechar mejor los subproductos.

La sostenibilidad va más allá del impacto ambiental; también abarca la viabilidad económica. Nuestro objetivo es proporcionar conocimientos y soluciones prácticas que ayuden a los productores a mantenerse resilientes y competitivos en un clima cambiante.

MÁS PERSONAL

- » **Una afición:** Correr, hacer senderismo y dar largos paseos. Disfruto de las actividades que relajan mi mente y, a la vez, suponen un reto para mi cuerpo. Hay una claridad que proviene del movimiento, del aire fresco y de un poco de incomodidad física.
- » **Una virtud:** Resiliencia. Como inmigrante que se mudó a Estados Unidos por su cuenta a los 18 años, aprendí muy pronto que la resiliencia es esencial. Es lo que te permite seguir avanzando: aprender de los retos, adaptarse cuando es necesario y mantener el compromiso con el objetivo general, incluso cuando el camino no es fácil. Esa mentalidad me ha ayudado enormemente en la investigación, el liderazgo y la vida en general, donde los contratiempos, la incertidumbre y el cambio son constantes.
- » **Plato favorito:** Cualquier cosa que preparen mis padres cuando voy a visitarles a Taiwán. Incluso algo tan sencillo como unos huevos revueltos con tomate fresco me parece un abrazo: me transmite esa sensación de hogar mucho tiempo después de volver a Estados Unidos.
- » **Aceite de oliva favorito:** Me encanta un aceite de oliva virgen extra bien equilibrado, frutado, con notas herbáceas y fresco, pero que también tenga un amargor y un picor intensos; el tipo de aceite que se nota de inmediato. He tenido la suerte de probar muchos aceites de oliva excelentes de California y algunos de mis favoritos están elaborados con las variedades frantoio y leccino.
- » **¿Qué comida se llevaría a una isla desierta?:** Soy una persona sencilla: arroz, tofu, aguacate, algas y un buen aceite de oliva me bastarían para mantenerme durante bastante tiempo.
- » **Lo que más le gusta de su trabajo:** La gente. Tengo la oportunidad de trabajar con estudiantes llenos de curiosidad, agricultores y productores llenos de pasión, y compañeros que se preocupan profundamente por mejorar las cosas. Me encanta que mi trabajo conecte la ciencia con el impacto en el mundo real y una a las personas.
- » **Lo que menos:** ¡Los trámites administrativos!
- » **Un sueño por cumplir:** Quiero llevar a mis padres a los lugares de China donde crecieron. Sería muy significativo poder ver esa parte de su historia a través de sus ojos.
- » **Una última cena, ¿qué menú elegiría y con quién?:** Una gran cena china familiar con mis padres, mi familia y mis amigos más cercanos: pescado entero al vapor, verduras de temporada salteadas (con aceite de oliva), *dumplings* caseros y sopa de fideos con ternera. Más que la comida, me gustaría que fuera una comida larga, llena de conversación, risas y la sensación de estar en casa.



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



El centro también elabora sus propios AOVEs con los olivos de su huerto experimental. ¿Qué destacaría de estos terrenos y qué estudios tiene en marcha? ¿Qué características resaltaría de estos vírgenes extra?

Los aceites producidos en nuestro olivar experimental constituyen una parte importante de nuestras actividades de investigación y formación. Nos permiten estudiar cómo factores como la variedad, el riego, el momento de la cosecha y las condiciones de elaboración influyen en las características químicas y sensoriales del aceite de oliva virgen extra.

Estos aceites suelen mostrar la diversidad de las variedades de aceituna y, a menudo, presentan perfiles sensoriales intensos, con notas frescas y verdes, y un equilibrio entre el amargor y el picor.

La formación de productores y profesionales es un aspecto clave en el futuro del sector oleícola. ¿Qué actividades docentes realiza el centro? ¿Se prevé ampliar la oferta educati-

“El Olive Center desempeña un papel fundamental al proporcionar información rigurosa y con base científica que fortalece tanto la calidad como la competitividad en toda la industria”

va para responder a las necesidades cambiantes de la industria?

La educación y la divulgación son fundamentales para la misión del UC Davis Olive Center. Ofrecemos una amplia variedad de programas, entre los que se encuentran cursos breves sobre el cultivo del olivo, la poda, la molienda avanzada y el control de calidad del aceite, incluyendo la evaluación sensorial.

De cara al futuro, existen grandes oportunidades para ampliar nuestra oferta educativa, particularmente a nivel de grado, mediante programas que conecten toda la cadena de valor, desde la producción hasta el procesamiento, la evaluación de la calidad y la comunicación con los consumidores.

Nuestro objetivo es ofrecer una educación práctica y con base científica que apoye tanto a los productores consolidados como a quienes se incorporan al sector.

Con el 20º aniversario del Olive Center en 2028, ¿qué proyectos estratégicos están priorizando para los próximos años?

El próximo 20º aniversario ofrece una valiosa oportunidad para reflexionar sobre los logros del Olive Center y definir su rumbo futuro.

En los próximos años, daremos prioridad a varias iniciativas estratégicas, entre las que se incluyen la ampliación de las áreas de investigación, el fortalecimiento de las colaboraciones locales e internacionales y el desarrollo de progra-



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 ...





mas educativos que apoyen la formación de la mano de obra en el sector olivarero.

También estamos trabajando para establecer vínculos más sólidos entre la investigación, la industria y los consumidores, de modo que el Olive Center pueda seguir desempeñando un papel fundamental en el avance de la industria del olivo.

Respecto al consumo de aceite de oliva en EEUU, ¿cuál cree que es la percepción del consumidor estadounidense sobre este producto?

El interés de los consumidores por el aceite de oliva ha crecido significativamente en Estados Unidos durante las últimas dos décadas. Muchos consumidores asocian el aceite de oliva con beneficios para la salud y con la Dieta Mediterránea.

Al mismo tiempo, sigue siendo necesario educar más a los consumidores sobre las diferencias entre los distintos aceites de oliva, además de cómo reconocer la calidad y cómo almacenar y utilizar el aceite de oliva de forma adecuada.

A medida que aumente la concienciación, creo que los consumidores buscarán cada vez más aceites de oliva vírgenes extra por su sabor, sus beneficios para la salud y sus versátiles aplicaciones.

¿Cómo definiría el presente y el futuro del sector del olivar y del aceite de oliva en California?

El sector del aceite de oliva de California es relativamente joven en comparación con las regiones productoras tradicionales, pero es dinámico, innovador y está firmemente enfocado en la calidad y la eficiencia.

Su futuro dependerá de la inversión continua en investigación, sostenibilidad

“Existen grandes oportunidades para ampliar nuestra oferta educativa mediante programas que conecten toda la cadena de valor, la evaluación de la calidad y la comunicación con los consumidores”

y educación. Al combinar los avances científicos con el conocimiento práctico y el firme compromiso con la calidad de los productores californianos, el sector está bien posicionado para seguir creciendo y consolidando su reputación como productor de aceite de oliva virgen extra de alta calidad. ♦

EL PERFIL

Selina Wang es profesora de Extensión Cooperativa en el Departamento de Ciencia y Tecnología de los Alimentos y en la División de Agricultura y Recursos Naturales de la Universidad de California. Obtuvo su licenciatura en Química en la UC Santa Cruz y su doctorado en Química Orgánica en la UC Davis. Wang se incorporó al Olive Center como investigadora postdoctoral en 2010 y ocupó el cargo de directora de investigación entre 2011 y 2022, donde dirigió los esfuerzos de investigación del centro en materia de calidad, pureza y estandarización del aceite de oliva, gestionó colaboraciones de investigación y desarrolló varios cursos de extensión.

Su excelencia en la investigación y su liderazgo han sido ampliamente reconocidos, lo que le ha valido numerosos reconocimientos, entre ellos el premio Timothy L. Mounts 2024 de la American Oil Chemists' Society y el premio Faculty Stewardship Award 2021 de la UC Davis Foundation.

Wang fue coeditora de *"Olive Production Manual for Oil"* (Manual de producción de aceite de oliva), una guía basada en datos sobre la producción de aceite de oliva en California. Publicada en 2024 por UC ANR, abarca temas como el establecimiento de huertos, la gestión de plagas, la cosecha, el procesamiento y las normas de calidad para los productores.





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



Inversores: los nuevos actores del sector oleícola



El sector agroalimentario español está cambiando al ritmo de fuertes entradas de capital en un plazo relativamente corto. La irrupción de fondos -especializados y generalistas- y *family offices* en busca de rentabilidad -derivada de la necesidad de alimentar a una creciente población mundial- están transformando el sector. En esta nueva edición de *Los Encuentros de Mercacei*, patrocinada por la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero, hablamos del atractivo de invertir en olivicultura, de sus ventajas y riesgos, con algunos de los principales actores relacionados con este ámbito; así como de salud, calidad, sostenibilidad, agua... y mucho más.

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

Según la consultora Valoral Advisors, en 2025 se esperaba que el número de fondos de inversión especializados en el sector agrícola y alimentario superase por primera vez el millar a nivel mundial, con un capital gestionado superior a 150.000 millones de dólares. Hace tan sólo una década, en 2015, la cifra ascendía a tan sólo 41 fondos. Y según los datos de la consultora CBRE -uno de los participantes en el Encuentro-, el negocio del *agribusiness* en la Península Ibérica inyectó inversiones de 800 millones de euros en 2021, 1.200 millones en 2022, 2.200 millones en 2023 y 800 millones en 2024; alcanzando los 1.200 millones de euros en inversión institucional en 2025. Las operaciones varían entre aquellas en las que se compra la tierra a su propie-

tario pero éste la sigue cultivando en régimen de alquiler (*buy & leaseback*), que representan menor riesgo y menor rentabilidad; la compra de tierras y contratación de terceros para su cultivo (riesgo y rentabilidad medios); o la compra de empresas del sector, que son las de mayor riesgo y rentabilidad.

FONDOS DE INVERSIÓN Y FAMILY OFFICES: EL ATRACTIVO DE INVERTIR EN OLIVICULTURA

Juan A. Peñamil: ¿A qué obedece la irrupción de los fondos de inversión y los *family offices* en el sector? ¿Dónde reside el atractivo de invertir en olivicultura? ¿Qué ventajas aporta el olivar frente a otros cultivos?

Jorge Pena: El aceite de oliva es un producto que tiene una virtud, y es que está absolutamente unido a la salud, que es una de las grandes megaten-

dencias que existen a nivel mundial, y que va a continuar en las próximas décadas. Ello le convierte en un producto muy atractivo, con una demanda que, cuando la oferta ha sido capaz de dar respuesta, ha crecido de manera constante. Sin embargo, a pesar de ser la grasa más sana, su consumo representa menos de un 3% del total, por lo que su mercado potencial es brutal y, desde ese punto de vista de crecimiento a futuro, posee un atractivo importante.

En cuanto a la inversión, la más profesional o institucional en el sector del aceite de oliva ha venido muy de la mano de la mecanización, y ésta, del moderno olivar en seto. El convencimiento de que este sistema funciona, de que podemos tener altos rendimientos productivos con un proceso mecanizado y más eficiente sin tanta necesidad de mano de obra, ha resta-



Lorena Ruiz,
directora de Negocio
Agroalimentario de
Banco Santander España



Jorge Pena,
CEO de Innoliva



Gregorio Álvarez,
CEO de Iberolea



Enrique Bertolá,
director general de
Iberolea



Héctor Rodríguez,
director de Agribusiness
de CBRE



Josechu Martínez,
responsable de Cliente
Institucional en Acacia
Inversión



Juan A. Peñamil,
CEO de Grupo Editorial
Mercacei



Iñaki Benito,
director gerente de la
Fundación Patrimonio
Comunal Oliverero (FPCO)



Tomás Rojas,
subdirector general de
la Fundación Patrimonio
Comunal Oliverero
(FPCO)

Jorge Pena: Pero cuidado con las revoluciones, porque podemos caer en los excesos. Si hablamos de que el olivar en secano es maravilloso, definamos qué es, porque en una zona como Jerez, por ejemplo, hablar de secano es muy cuestionable. No todo vale. Ni el secano de Jerez es malo ni el regadío de alguna zona donde existan limitaciones de agua de manera persistente es un regadío bueno. Hay que tener cuidado porque estamos asistiendo a muchas plantaciones de secano en lugares en los que habrá que ver cuál es su rentabilidad. El de Jerez es un caso bastante encasillado y debemos tener cuidado de no expandirlo a otros sitios porque luego vendrán las sorpresas. Y me gustaría hacer otra reflexión. Parece que los fondos de inversión han llegado al mundo agro hace cinco años, cuando los inversores institucionales llevan toda la vida. Donde no estaban es en Iberia. ¿Y por qué han venido a Iberia? Porque empezamos a tener una tecnificación, una tecnología que podemos aplicar a cultivos muy tradicionales que quizás no eran eficientes, y ahora empezamos a ser eficientes, además de contar con otros aspectos de mucho valor añadido.

Una estructura tradicional como la que teníamos antes, minifundista, sin capacidad de gestión ni liderazgo, era inviable. Antes había muchas barreras que impedían que los fondos vinieran aquí y apostaran. Había mucho miedo e inseguridad con el tema del agua. En Portugal lo han hecho muy bien, ojalá España siga su ejemplo y consigamos crear una estructura hidráulica a nivel nacional que elimine esa gran incertidumbre que representa el agua, porque al final el dinero es miedoso. Cuantas menos incertidumbres, más inversión atraeremos y mayor valor añadido podremos ofrecer.

Josechu Martínez: Nosotros somos un *family office* y al final nuestros clientes lo que quieren es diferenciarse. Tenemos que ofrecer a nuestros clientes un producto diferente y ellos exigen lo mismo, porque la competencia sigue avanzando. Todo el mundo ofrece ya bolsa, bonos... se recurrió al mercado

do incertidumbre: si posees tierras con agua y mecanización y, por tanto, costes competitivos para producir de manera más constante, ello favorece que la inversión fije su mirada en el sector.

Lorena Ruiz: Ha habido una auténtica (r)evolución en el sector. Y existen varios factores que influyen en que los fondos y los *family offices* estén invirtiendo no ahora, sino desde hace años. Yo creo que la pandemia supuso un punto de inflexión porque nos dimos cuenta de la importancia de una alimentación sana y de calidad. En España -y en el mundo- tenemos un problema encima de la mesa y es la falta de relevo generacional, no podemos permitirnos tener tierras sin cultivar y

abandonadas, tenemos la oportunidad de revalorizarlas. Al final, los fondos vieron que había que diversificar: entre 2020 y 2025 han invertido más de 5.000 millones de euros en el sector agroalimentario atraídos por las rentabilidades y animados por la mecanización y profesionalización del mismo. Porque en el campo, sobre todo en las tierras con agua, que son las más escasas y demandadas, hay rentabilidad y oportunidades. Y aunque a veces se puedan percibir como algo negativo por parte de los agricultores y algunos actores, yo siempre digo que es todo lo contrario, ya que su irrupción está ayudando a una mayor profesionalización, y todavía nos queda mucho.



inmobiliario, que es muy español, y sin embargo no se echó mano del aceite de oliva, que también es un producto muy español. No es tanto una tendencia, sino algo que nos acompaña. Incorporar un activo ilíquido, no financiero, otorga valor a la cartera de un cliente; y a un inversor español o en Iberia tiene sentido aportarle un activo que conoce tan bien como el inmobiliario y con un valor refugio detrás, que es la tierra. Entonces nos dimos cuenta de que en España ese producto no estaba desarrollado, es un activo que tiene que seguir creciendo. Aunque había inversión institucional, no estaba paquetizado de una manera adecuada con co-inversión del propio propietario de la tierra o el operador del activo. Lo que ocurre es que el inversor español no institucional no está acostumbrado a invertir o a que su gestor de patrimonios le diga que tiene una parte en olivo, un fondo de olivo. Eso todavía está por hacer.

Héctor Rodríguez: Si establecemos una cronología, en el año 2000 vimos que estos fondos empezaban a entrar en mercados más maduros. Veíamos inversiones institucionales en Australia y en el norte de América, en EEUU y en Canadá. Posteriormente, también empezaron a entrar fuerte en mercados en expansión, en países en vías de desarrollo, por dimensión y oportunidades, y hacia 2015 comenzaron a entrar muy fuerte en agricultura en Iberia. ¿Por qué? Por una relación muy básica entre el riesgo y el retorno y las oportunidades que ofrece Iberia: la calidad de los secanos, la de los perímetros de riego, la climatología... Y luego hay que separar la parte de los *family offices*, que llevan toda la vida en agricultura y conocen sus bondades. Es cierto que existe una falta de profesionalización, de sofisticación y de vehículos que permitan catalizar todo ese capital que quiere entrar como oportunidades. El sector se ha hecho visible, se ha transformado y profesionalizado, y esta sofisticación está permitiendo que evolucione hacia modelos mucho más eficientes. Desde nuestra perspectiva, estamos viendo



(Lorena Ruiz)

“Entre 2020 y 2025 los fondos han invertido más de 5.000 millones de euros en el sector agroalimentario atraídos por las rentabilidades y animados por la mecanización y profesionalización. En el campo, sobre todo en las tierras con agua, hay rentabilidad y oportunidades”



mucha especialización y consolidación, cómo la figura del operador está adquiriendo una posición estratégica en lo que se refiere a la configuración del futuro del sector.

Gregorio Álvarez: En mi caso soy el único inversor. Yo me he dedicado toda mi vida a las energías renovables y a la formación y la enseñanza. En un momento dado invertí en fondos y me propuse llevar a cabo mi propio negocio. No me gustaban los fondos porque yo prefiero desarrollar mi proyecto. Mi fórmula consistió en diversificar el riesgo. Hemos aplicado la ingeniería de las renovables a la ingeniería del campo. Empezamos en 2018 y hoy disponemos de dos mil y pico hectáreas de olivar en seto, en fincas de

regadío de gran tamaño -ahora empezamos a probar secanos-, de ellas casi 1.000 en producción -para el resto faltan un par de años-. Yo vi aquí una oportunidad de crecimiento brutal vía tecnificación y me di cuenta de que era más difícil comprar fincas que alquilarlas. Ahora presido Olivérica, la Asociación Ibérica de Olivar en Seto, y estoy luchando para que la gente se dé cuenta de que es el olivar del presente y del futuro. La clave está, dada la escasez de mano de obra, en la tecnificación y en la digitalización, en probar nuevas variedades (chiquitita, sultana, lecciana...). Estamos montando una almazara en Cáceres, en la zona de Plasencia, y en un mes ponemos en marcha una refinería de aceite de oli-



“Parece que los fondos de inversión han llegado al mundo agro hace cinco años, cuando los inversores institucionales llevan toda la vida. Donde no estaban es en Iberia. ¿Y por qué han venido? Porque empezamos a tener una tecnificación, una tecnología que podemos aplicar a cultivos muy tradicionales y ahora empezamos a ser eficientes. Cuantas menos incertidumbres, más inversión atraeremos y mayor valor añadido podremos ofrecer”



(Jorge Pena)

en las televisiones. Lo hacemos muy mal: mientras los italianos están vendiendo el aceite un 60-70% más caro, nosotros se lo estamos dando a ellos para que lo vendan. Yo he puesto en todas mis botellas la bandera de España, porque somos líderes mundiales. Al campo lo que le falta es introducir ingeniería, financiera y de todo tipo. Hay que proporcionar empleo todo el año, profesionalizarlo y dotar de estabilidad económica y salarial a los trabajadores. Y sobre todo falta unión en el sector. Nuestro trabajo debería consistir, al margen de optimizar, que todos lo hacemos, en posicionar el aceite de oliva como Marca España.

Jorge Pena: Me gustaría hacer un comentario respecto al aceite de oliva italiano: ojalá vendan mucho aceite y creen demanda, parece que son nuestros enemigos y en realidad son nuestros mejores aliados, y los que no lo estamos haciendo bien somos noso-

va en Paredes de Nava (Palencia) porque allí tenemos agua, terreno, mano de obra barata y una empresa logística que hemos montado para poder desarrollar nuestro negocio. Creo que en este sector hay muchas oportuni-

dades y hay que trabajar en posicionar el aceite de oliva en un buen altar desde la calidad y su vertiente saludable, porque tenemos en nuestras manos el mejor producto y no hablamos de él, no veo que se hable de aceite de oliva

IMATEC
INGENIERÍA, METROLOGÍA Y ASISTENCIA TÉCNICA

**MÁS DE UNA DÉCADA
DE COMPROMISO EN EL**

**AVANCE DE LA INDUSTRIA
AGROALIMENTARIA**

SISTEMAS DE
PESAJE

DESARROLLO
SOFTWARE

METROLOGÍA
LEGAL

INSTALACIONES
ELÉCTRICAS DE BAJA
TENSIÓN

ASESORAMIENTO
TÉCNICO, ESTUDIO
DE INGENIERÍA

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



tros. En lugar de hacer crecer la tarta, buscamos la manera de arañar al vecino. Tenemos que dejar de mirarnos al ombligo y levantar la mirada para vender el aceite de oliva con todos sus atributos positivos. Es el único producto en el que definimos calidades hablando de defectos, eso es brutal. Y en este sector utilizamos un lenguaje que el consumidor medio no habla; existe una disociación tremenda entre lo que piensa el consumidor y lo que hace la industria. Tenemos que hablar su lenguaje, no hacer que él hable el nuestro, y ponerlo en el centro de la mesa.

Enrique Bertolá: No hay ningún otro sector donde la diferencia entre valor y precio de un producto esté tan disociada, cuando encima el consumidor nos ha enseñado justamente lo contrario. Nuestro potencial reside en la salud, no hay que errar el tiro. Cuando promocionemos el aceite de oliva está muy bien hablar de tradición, de sabor, pero sobre todo debemos hablar de las cualidades que aporta para el bienestar y la salud. Apenas representamos el 3% de las grasas vegetales y no podemos ser enemigos ni pelearnos entre nosotros. Y luego está otro tema, el de la calidad. Es absolutamente prioritario mantener la calidad viendo lo que viene de fuera. El olivar en seto ha proporcionado a muchos países la capacidad técnica de ir lanzando aceite al mercado. O nos posicionamos como país en términos de calidad -y no en precio, porque los demás probablemente van a producir más barato-, o mal vamos.

Iñaki Benito: De mantenerse la compra masiva de fincas y la revalorización de la tierra, y el crecimiento de fondos focalizados en el olivar y en otros cultivos intensivos, ¿podría generarse una burbuja que frene la inversión en el sector?

Gregorio Álvarez: Creo que la presencia de los fondos de inversión debe ser moderada, pero también son muy necesarios. Si vienen los fondos es porque consideran que hay futuro. Tenemos que convivir y no pelearnos. Si tú demuestras que eres un fondo con



(Gregorio Álvarez)

“En este sector hay muchas oportunidades y futuro. Debemos trabajar en posicionar el aceite de oliva en un buen altar desde la calidad y su vertiente saludable, porque tenemos en nuestras manos el mejor producto y no hablamos de él. Y sobre todo falta unión en el sector”

Iñaki Benito, director gerente de la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero (FPCO).



estabilidad y trayectoria te alquilarán, de lo contrario no lo harán.

Jorge Pena: No han sido los fondos los que han inflacionado el precio de la tierra, sino las energías renovables, sobre todo las fotovoltaicas.

Lorena Ruiz: Se ha incrementado el precio de la hectárea no sólo de compra, sino de alquiler, eso es una realidad, porque existía el miedo a quedarse sin esa tierra. Si tienes un objetivo de x hectáreas de plantación, debes cumplir con tus inversores, que son los que han puesto dinero para obtener rentabilidad.

Jorge Pena: Si estamos hablando de que uno de los factores que permiten reducir incertidumbre, apostar por tecnología, tecnificar e innovar es el tamaño, es evidente que si no tienes tamaño no puedes hacer eso. Y si con ese tamaño consigues ser más eficiente, producir más y mejor, también tendrás capacidad de pagar más. Pero, ¿qué está pasando con los precios de la tierra ahora que las fotovoltaicas se han retirado?

Héctor Rodríguez: Estamos en un mercado de oferta y demanda y es obvio

UN ECOSISTEMA INTEGRADO SIEMPRE PRODUCE MÁS FRUTOS

En ASCENZA trabajamos desde una visión integrada, basada en la colaboración, la proximidad y el conocimiento del terreno. Una forma de actuar construida a lo largo de más de 60 años de experiencia y de relaciones sólidas entre socios de negocio.

ASCENZA Field Partners refleja este compromiso compartido: trabajar junto a nuestros partners desde el campo, combinando conocimiento técnico, acompañamiento y soluciones que generan valor real.

VALOR PARA NUESTROS PARTNERS



Acceso a un portafolio integral, orientado a cultivos de alto valor, adaptado a las necesidades específicas de cada explotación



Gestión y coordinación eficiente del suministro



Intercambio continuo de conocimiento y experiencia

ASCENZA
**FIELD
PARTNERS**



“El sector se ha hecho visible, se ha transformado y profesionalizado, y esta sofisticación está permitiendo que evolucione hacia modelos mucho más eficientes. Desde nuestra perspectiva, estamos viendo mucha especialización y consolidación, cómo la figura del operador está adquiriendo una posición estratégica en lo que se refiere a la configuración del futuro del sector”



(Héctor Rodríguez)



que los precios han subido en los últimos años. Lo que estamos viendo ahora mismo es estabilización, no sé si por esta cuestión de las fotovoltaicas o porque en cultivos como el olivar no se puede pagar más por muy eficiente que seas.

Enrique Bertolá: Conviene recordar que el alquiler es un gasto deducible, por lo que financieramente no tiene ningún sentido comprar tierras si tu exclusiva intención es realizar una explotación y obtener rentabilidad de la misma. Tienes que saber cuál es tu negocio, producir aceite o especular con tierras.

Jorge Pena: También hay otro factor muy importante, y es comprobar cómo ha evolucionado el sector financiero, aprovechando que tenemos a Lorena...

Lorena Ruiz: Nosotros somos una parte muy importante entre los actores

de esta revolución de la que hablaba al principio. Sin la banca es muy difícil que se lleven a cabo todos estos proyectos, hay muchas inversiones y un coste muy elevado.

Jorge Pena: Los grandes bancos internacionales no van a venir aquí a acometer proyectos de olivar de gran tamaño porque aún no entran dentro de su radar. Por tanto, esa evolución del sistema financiero español, esa capacidad de adaptación, ha sido clave para que los fondos puedan desarrollar sus proyectos, de lo contrario hubiera sido imposible.

Juan A. Peñamil: Hemos hablado del atractivo de invertir en olivicultura. Pero, ¿qué riesgos comporta?

Lorena Ruiz: Como hay tanta tecnificación y tanto análisis, el mayor riesgo es

que acontezca una hecatombe climato-lógica, y eso no se puede controlar.

Héctor Rodríguez: Llevamos cultivando olivar en nuestra geografía durante más de 2.000 años y ello, sumado a la tecnología y la profesionalización, hace que exista un riesgo bastante contenido que va unido a la rentabilidad.

Gregorio Álvarez: Yo le veo mayor riesgo al almendro, por ejemplo. A mí me gusta poner mi dinero en un sitio más seguro y por eso he optado por el olivar. Luego he hecho refinerías y cosas así, pero en el campo es donde más tranquilo estoy. Aunque he aprendido que lo que haces mal en el campo, lo pagas dos veces.

Iñaki Benito: En cualquier caso hablamos de un sector muy volátil que puede tener precios por debajo de 2 euros y por encima de 8. ¿Cómo afrontáis y gestionáis ese riesgo?

Gregorio Álvarez: Lo que hay que hacer es buscar proyectos a largo plazo. Con el olivar en seto habrá cada vez mayor estabilidad, porque permite que las fincas -salvo catástrofe- aseguren una producción. El empresario tiene que ser optimista por naturaleza, pero no puedes pensar que te van a dar 9 ni 2, sino 4. Podemos hacer un producto en el corto plazo muy ecológico con los biofertilizantes y bioestimulantes, que es una realidad que ofrece estabilidad.

Josechu Martínez: En nuestro caso, cuando buscamos un proyecto para invertir en productos alimentarios -el vino y más recientemente el aceite-, encontramos el riesgo de que, en primer lugar, nadie te ofrece un proyecto de operador propio; en segundo lugar, que los costes no están claros, el producto no está claro desde el punto de vista financiero paquetizado; y, en tercer lugar, no hay co-inversión del operador del activo. Cuando encontramos un producto que reúne esos tres requisitos, entonces invertimos.

Jorge Pena: Hay un riesgo del que no hemos hablado que es el de la sobre-regulación que tenemos en Europa, las limitaciones que nos imponen para



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



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



realizar una mejor gestión que nos permita obtener mejores productividades, mientras que no ponemos ningún tipo de cortapisa a productos que vienen de fuera en los que han podido utilizar herramientas que a nosotros no nos permiten. Eso es un riesgo brutal, para el olivar y para cualquier otro cultivo. Y, aunque la tendencia está cambiando y en la UE están echando el freno de mano, tenemos que ser conscientes de que estamos compitiendo en desigualdad de condiciones respecto a los países del norte de África, que se benefician de unas reglas del juego mucho más favorables que las que tenemos nosotros. Esto es un hecho objetivo, hay que competir en igualdad de condiciones.

Lorena Ruiz: Igual que nos regulan que tenemos que ser los más verdes del mundo, que me parece perfecto, tenemos que seguir comiendo y alimentando a la población. Lo que no puede ser es que esté entrando producto desde Marruecos que no cumple ninguna regulación europea. Y ojo, que estamos ante una amenaza, porque si Marruecos ejecuta las inversiones de regadío prometidas por el Gobierno, que se va a gastar más de 30.000 millones de euros, cuidado, porque van a producir más con una mano de obra muchísimo más barata, y el aceite va a entrar con la misma facilidad que el tomate y el resto de productos. Y los controles que se hacen, por ejemplo de fertilizantes, suponen el 0,008, es decir, nada. Ahí lo dejo.

Josechu Martínez: En el caso de Marruecos el riesgo es americano, geopolítico. Detrás está el amigo americano. Hay que unirse, os tenéis que unir y defender la Marca España, mostrar una defensa férrea, porque lo que venden ellos no es salud, que es un *driver* fundamental. El olivar se va a enfrentar a la misma lucha que afectó al sector pesquero frente a los caladeros marroquíes, pero entonces no tenía el apoyo de EEUU. Ahora Marruecos está apoyado por EEUU. Es un riesgo creciente y, desde el punto de vista estratégico, no lo veo fácilmente dominable.



(Enrique Bertolá)

“No hay ningún otro sector donde la diferencia entre valor y precio de un producto esté tan disociada, cuando encima el consumidor nos ha enseñado justamente lo contrario. Nuestro potencial reside en la salud, debemos hablar de las cualidades que aporta el aceite de oliva para el bienestar y la salud. Y es absolutamente prioritario mantener la calidad, tenemos que posicionarnos como país en términos de calidad”

Lorena Ruiz: En España tenemos 16,5 millones de hectáreas y de ellas sólo 3 son de regadío. Y nadie está planteando invertir en regadío, que es invertir en el futuro de nuestro sector, en generar valor a la denominada España vaciada. Invertir en agua es invertir en el futuro.

Héctor Rodríguez: Estamos en un mundo globalizado y, más allá de ese riesgo geopolítico, y entendiéndolo, lo que hay que hacer es generar marca, tener calidad y ser competitivo. Producir buen producto a buen precio.

Juan A. Peñamil: La atención de los grandes fondos y *family offices* se sitúa en las plantaciones de intensivo y, sobre todo, superintensivo y en seto. ¿El olivar tradicional de secano -sobre todo el ecológico- también podría suscitar el interés inversor?

Enrique Bertolá: El único interés que podrían tener es comprar los créditos de carbono. A mí me han llegado informaciones de grandes fondos buscando y comprando olivares tradicionales, o negociando. El gran reto es intentar que el secano sea rentable, conseguir producciones dignas.

Héctor Rodríguez: Y ya ha habido escándalos en otros países como Brasil con la procedencia de esos créditos de carbono, de dónde vienen y si realmente se ha secuestrado o no ese

carbono. Nosotros no estamos viendo movimientos en los secanos, en general. Es verdad que hubo un movimiento particular en Jerez con De Prado adquiriendo a un competidor, pero no ha ido más allá.

Gregorio Álvarez: Yo estoy haciendo secano en lugares muy concretos, pero prefiero hacer regadío aunque me cueste más. Si quieres una inversión segura hay que ir al regadío, un fondo busca mayor seguridad. El secano, en ciertas zonas, puede resultar azotado por sequías tan fuertes que le cueste mucho recuperarse. El olivar en seto está probado, tiene 25 años y funciona. Tenemos que apostar por la innovación, seguir investigando. Yo estoy haciendo muchas pruebas con suelo... para crecer tienes que tener un 75% muy seguro y un 25% de pruebas.

Josechu Martínez: Desde el punto de vista financiero, si a un cliente se le quiere dar un activo que descorrelacione, como puede ser el olivo, te tienes que ir a un plazo de 25 años, porque el dinero te va a entrar con las aseguradoras. La forma de crecer desde el punto de vista financiero, paquetizar con institucionales financieros y las grandes masas, es a través de los bancos y sobre todo las aseguradoras, y buscan productos a 25 años; entonces el secano no vale.



SOSTENIBILIDAD Y AGUA

Juan A. Peñamil: Voy a citar a una de las ponentes de nuestro congreso MUNDOLIVAR, Jerusalem Hernández, de KPMG España, quien afirmó que *“la sostenibilidad no es altruismo, es capitalismo”*. ¿Qué importancia tiene para vosotros la sostenibilidad en la inversión agrícola? ¿Es este concepto un factor clave en términos de rentabilidad y eficiencia?

Jorge Pena: Voy a responder desde dos puntos de vista. ¿Qué es más sostenible: que me duche con agua caliente de energía renovable o que produzcamos alimentos suficientes, nutritivos y de calidad para alimentar a la población? Ése es el primer punto para reflexionar. Y el segundo. El mayor activo que nosotros tenemos como agricultores es el suelo. El primer interesado en la sostenibilidad del suelo soy yo, nadie tiene que venir



Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei, condujo el encuentro.

a decírmelo. Lo que ocurre es que se ha abusado del concepto de sostenibilidad, lo hemos llevado a un punto... Llega un momento en que estamos siendo como sociedad una caricatura.

Gregorio Álvarez: En la sostenibilidad cabe todo. Primero hay que hacer sostenibilidad económica. Después se puede cuidar el suelo, que es donde más

trabajo de sostenibilidad se puede hacer, en activar esa materia prima que está muerta, en las proteínas de origen vegetal y animal... ¿qué hay más sostenible que el olivo? Es un sumidero de CO₂, uno de los árboles que menos agua necesita... Tenemos que tender a lo ecológico, pero siempre que el precio no lastre el negocio. Hoy se puede ser sostenible y renovable a buen precio; antiguamente, hace 10 años, no. La tecnología también nos ha ayudado en eso. La fotovoltaica es un regalo. Pero no podemos volvernos locos. Hoy a todas las empresas se les llena la boca con la palabra sostenibilidad, cuando a lo mejor son las que más ensucian. Lo que sí teníamos que hacer es luchar por ser autosuficientes. Hay que ser sostenibles en lo que se pueda.

ORISHA
Agrifood

Microsoft
Solutions Partner

Más control, más productividad, mejores resultados.

Impulsando la digitalización del sector agroalimentario



Microsoft AI
Business Solutions

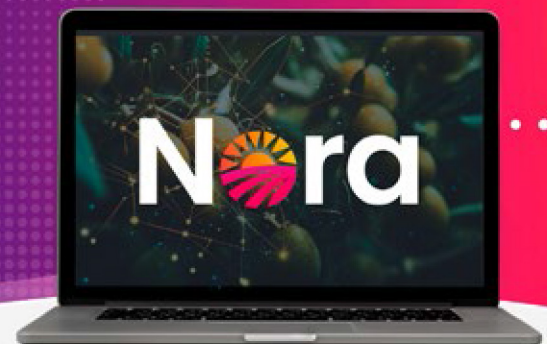


Soluciones Cloud



Software
sectorial

Plataforma en la nube con IA integrada para una gestión más inteligente y eficiente.



¿HABLAMOS?

agrifood.orisha.com



900 909 619



Héctor Rodríguez: Desde nuestra perspectiva, esto ya no es una opción. En términos de retención de población rural todo este tipo de proyectos están generando un valor tremendo. No sólo porque retienen a esa población, sino porque le dan trabajo todo el año, y además trabajo cualificado, y eso también es sostenibilidad. Un pequeño ejemplo: nosotros ahora mismo estamos trabajando con un fondo de impacto, y uno de sus componentes no es sólo la mejora de los sistemas hídricos o cuánto produces con cada unidad de agua, sino el impacto en la sociedad, que es algo que se tiene en cuenta y cada vez se valora más.

Gregorio Álvarez: Hay que dar trabajo a largo plazo. A la gente del campo hay que darle no seis meses de trabajo, sino 12, hay que darle estabilidad.

Juan A. Peñamil: La escasez de agua es otra de las grandes cuestiones que preocupan al sector. En este sentido, la gestión del pantano de Alqueva, en la región del Algarve, es el mejor espejo donde mirarse. ¿Se puede replicar en España el modelo portugués?

Jorge Pena: Absolutamente sí. Lo que es inconcebible es que no se haya hecho, eso es lo que es difícil de explicar. Hay dos recursos escasos, la tierra cultivable y el agua. ¿Y qué hacemos con el agua? Si es un recurso muy escaso, deberíamos hacer un uso muy eficiente de él, y no se hace. Habría que incentivar y conceder ayudas para sistemas eficientes de irrigación inteligente, renovación de infraestructuras, trasvases de agua... Alqueva ha abierto la puerta a grandes explotaciones, que no hay tantas en Andalucía con acceso a agua, que sean mecanizables... no olvidemos que sin tamaño esto no existe, es imposible.

Juan A. Peñamil: Concluimos. ¿Podemos decir que España es, hoy en día, el hub agroalimentario europeo?

Gregorio Álvarez: Creo que sí. Tenemos el clima, el agua, el suelo y la tradición. Se produce mucho y cada día

"A un inversor español o en Iberia tiene sentido aportarle un activo que conoce tan bien como el inmobiliario y con un valor refugio detrás, que es la tierra. Pero el inversor español no institucional no está acostumbrado a que su gestor de patrimonios le diga que tiene una parte en olivo, un fondo de olivo; es un producto que no estaba desarrollado, un activo que tiene que seguir creciendo"



(Josechu Martínez)



mejor, estoy convencido de que en el campo no lo estamos haciendo mal.

Jorge Pena: No es lo que somos, es lo que podríamos ser si nos dejaran...

Lorena Ruiz: Sí. Y no estamos sumando todos esos turistas que no vienen solamente por el sol, sino por la gastronomía, y eso es gracias indirectamente a todos nuestros productores y a toda la industria alimentaria. Creo que somos el hub agroalimentario de Europa, hay cosas todavía por mejorar pero no tenemos que envidiar a ningún país europeo; más bien ellos nos miran mucho a nosotros por la calidad y la forma de trabajar.

Juan A. Peñamil: ¿Algún titular para finalizar, algo que os parezca realmente prioritario?

Lorena Ruiz: Invertir en divulgar la cultura del aceite de oliva.

Jorge Pena: Consumo, consumo y consumo. Si conseguimos que haya una demanda para 4 millones de toneladas, el precio se irá a 8 euros y estaremos todos mejor, toda la cadena de valor. Cuando hay situaciones de precios bajos lo único que se nos ocurre es actuar sobre la oferta, no sobre la demanda.

Gregorio Álvarez: Hay que poner en valor el producto, posicionarlo, y estar más unidos. 🍷

RECEPCIÓN Y PROCESADO

ACEITUNAS PISTACHOS ALMENDRAS



ILDEFONSO ROSA RAMÍREZ E HIJOS, S.L.

Fabricación de maquinaria

*¡Tu marca
de confianza!*



Contacta en:

(+34) 953 35 02 38
www.jarirr.com

Síguenos en:



ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification





La WOOE y Origin Natura celebran en Madrid su edición más estratégica con 3.000 visitantes profesionales



WOOE



La World Olive Oil Exhibition (WOOE) y Origin Natura cerraron sus puertas en IFEMA Madrid con un balance “muy positivo”: 3.000 visitantes profesionales procedentes de 50 países, cientos de reuniones comerciales y una intensa actividad empresarial, según destacó Pomona Keepers, entidad organizadora de ambas ferias.



[Texto: Cristina Revenga Palacios]

La celebración conjunta de ambas ferias, los días 3 y 4 de marzo, conectó en un mismo espacio a almazaras, compradores internacionales, distribuidores, empresas de ingredientes, industria transformadora, *start-ups* y tecnólogos, “reforzando el papel de la feria como plataforma de negocio real”, según subrayaron sus organizadores.

Uno de los grandes focos de esta edición fue la actividad comercial generada

entre productores y decisores de compra, con la participación de importantes perfiles del canal gourmet, retail y distribución especializada.

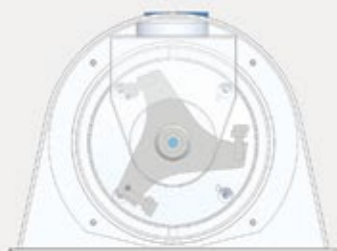
Compradores nacionales e internacionales mantuvieron reuniones directas con almazaras y empresas expositoras, generando oportunidades comerciales que comenzarán a materializarse en los próximos meses.

La edición de este año se celebró, además, en un contexto internacional marcado por la incertidumbre comercial

tras la amenaza de la Administración estadounidense de “cortar todo el comercio con España”. Y es que Estados Unidos, según destacaron desde la organización de la WOOE, representa actualmente más del 36% de las exportaciones españolas de aceite de oliva, por lo que el sector observa con atención la evolución de las relaciones comerciales.

En este escenario, “encuentros internacionales como la WOOE refuerzan su papel como herramienta para facilitar la conexión entre productores y compra-

AMENDUNI



MARTILLOS



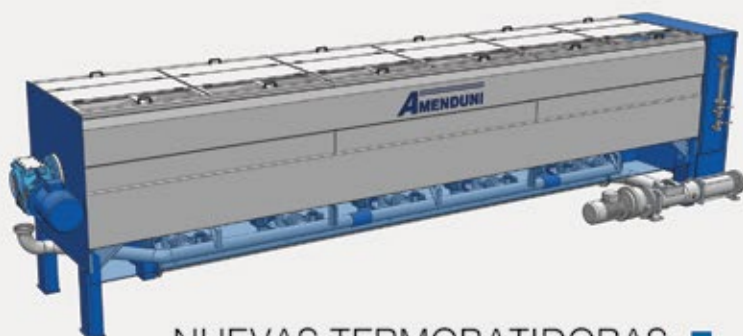
■ NUEVOS MOLINOS



CUCHILLAS



■ NUEVO ACONDICIONADOR DE PASTAS "HEATEX"



NUEVAS TERMOBATIDORAS ■

NUEVAS LINEAS "EVO" Y "REX LIMITED" ■



Via delle Mimose, 3 (Z.I.) • 70026 Modugno (BA) • Italia ☎ +39 080 5314910
Pol. Ind. Los Olivares • C/Huelma • Parc. 19 • 23009 Jaén • Spain ☎ +34 953 28 13 15

🌐 www.amenduni.com   [amenduninicolaspaspa](#) • [amenduniberica](#)



Olive Oil Bar, el espacio de cata para descubrir de manera independiente los mejores AOVEs.

La WOOE incorporó un programa exclusivo de reuniones personalizadas.



dores de todo el mundo y contribuir a que las almazaras españolas diversifiquen mercados y refuercen sus alianzas comerciales en Europa, Asia, Oriente Medio y América Latina”, precisó la organización de la feria.

Cabe destacar que Andalucía volvió a situarse como la Comunidad Autónoma con mayor presencia en esta cita internacional, concentrando el 45% de la superficie expositiva neta de esta feria. En total, contó con 327 metros cuadrados de los 723 metros cuadrados de espacio expositivo. En dicha zona expusieron 30 empresas y entidades, además de la Junta de Andalucía, que amplió su stand institucional a 126 metros cuadrados, un 40% más que en la edición anterior. En él estuvieron presentes las DOPs Aceite de Lucena, Antequera, Baena, Estepa, Mon-

Estand institucional de la Junta de Andalucía.



tes de Granada, Poniente de Granada, Priego de Córdoba, Sierra de Cádiz, Sierra de Cazorla, Sierra de Segura y Sierra Mágina, y la IGP Aceite de Jaén.

Durante las dos jornadas, el stand institucional andaluz contó con un espacio para catas no dirigidas, atendido por una experta catadora, donde un públi-

co profesional pudo conocer y degustar los AOVEs de las diferentes denominaciones de calidad presentes. En esa misma línea, su zona de *showcooking* acogió diariamente actividades gastronómicas para poner en valor la calidad de sus AOVEs y su versatilidad en la cocina contemporánea.



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





Zona de catas



Cata de AOVEs de la Comunidad Valenciana.



Cata maridada de AOVEs "Jaén Selección 2026".



Cata de los aceites de Canarias.



Cata de los aceites de Huelva.



AOVE de Campo de Calatrava, Montes de Toledo y Montiel: esencia de Ciudad Real.



Cata de AOVEs con IGP Oli de Menorca y DOP Oli de Mallorca.



Aceites esenciales de frutos secos.

Actividades y conferencias

En concreto, los visitantes tuvieron la oportunidad de saborear la cosecha 2025/26 en la zona de cata libre de la feria, el Olive Oil Bar, donde pudieron descubrir de manera independiente e informada multitud de marcas de prestigio.

Además, en la zona de catas se llevaron a cabo degustaciones de aceites de oliva vírgenes extra de la Comunidad Valenciana, sellos de calidad de Andalu-

cía y de Castilla-La Mancha, Canarias, Huelva y Baleares, así como de los AOVEs "Jaén Selección 2026".

Asimismo, la WO OE contó con un ambicioso programa de conferencias y mesas redondas que trataron los principales retos y oportunidades del sector, desde la evolución de los mercados hasta la innovación, el consumo y la salud. Así, se abordaron, entre otros temas, el valor del oleoturismo,

a través de cinco casos de éxito; los factores que inciden en el comportamiento del consumidor a la hora de elegir el producto; las aplicaciones del aceite de oliva en la industria alimentaria; el Sistema de Información de Precios en Origen del Aceite de Oliva, POOLred, impulsado por la Fundación del Olivar; o el aceite de oliva en el comercio internacional y en los nuevos escenarios geopolíticos. También des-



tacó la celebración de la mesa “*Parejas ganadoras, la siguiente generación toma el mando*”, un espacio en el que se abordó el relevo generacional, el liderazgo compartido y el futuro empresarial.

Una edición más, la WOOE también contó con The Olive Tree Corner, un espacio de encuentro y *networking* que sirvió para generar ideas con especial incidencia en el oleoturismo.

Premios a la Excelencia y Desafíos WOOE

Por otro lado, como cada año, tuvo lugar la entrega de los Premios WOOE a la Excelencia, cuyo objetivo es reconocer a algunos de los profesionales más destacados por su trabajo a favor del aceite de oliva. Los premiados en esta edición fueron Juan Revenga, por su trayectoria profesional, sus trabajos de divulgación nutricional en diversos medios de co-

municación y por su apreciación hacia las cualidades del aceite de oliva; el Instituto Provincial de Desarrollo Económico (Iprodeco) de la Diputación de

Córdoba, por su trabajo en la promoción y difusión de los aceites de oliva de calidad; la Diputación de Toledo, por su política de apoyo al oleoturismo y por hacer de la provincia un referente internacional; Aceites Vallejo, por su papel vertebrador y generador de renta neta rural con amplia experiencia en los mercados internacionales; y el Área de Promoción y Turismo de la Diputación de Jaén, por su inestimable apoyo al sector del aceite de oliva, al oleoturismo y a la promoción del paisaje y la gastronomía jiennenses desde su creación, además de por hacer de Jaén un referente universal del papel vertebrador del olivar en el asentamiento y arraigo de sus habitantes en el medio rural.

A su vez, en el marco de la WOOE, se celebraron tres concursos de cocina



The Olive Tree Corner.



ELEGANCIA EXTERIOR NOBLEZA INTERIOR

Nuestras máquinas para salsas y aceites, equipadas con caudalímetros másicos o ponderal con básculas de peso, garantizan una dosificación precisa y eficiente, incluso en productos de alta viscosidad. Diseñadas para ofrecer la máxima fiabilidad en procesos industriales exigentes, destacan por su construcción robusta, materiales de alta calidad y tecnología de medición avanzada. Ya sea en líneas de producción de alta velocidad o en procesos más personalizados, nuestras máquinas aseguran un control exacto de volumen y peso, reduciendo pérdidas y optimizando la eficiencia operativa.

CALIDAD Y TECNOLOGÍA AL SERVICIO DEL EMBOTELLADO



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



Conferencias y mesas redondas



Conferencia inaugural.



Mesa sobre el valor del oleoturismo: cinco casos de éxito.



Mesa sobre factores que inciden en el comportamiento del consumidor a la hora de elegir el producto.



Mesa sobre las aplicaciones del aceite de oliva en la industria alimentaria: del condimento al ingrediente funcional.



Mesa sobre el POOLred, un caso de éxito en la industria agroalimentaria.



Conferencia sobre estilos de vida y cáncer de mama: Ensayo LifeBreast.



Mesa sobre parejas ganadoras, la siguiente generación toma el mando.



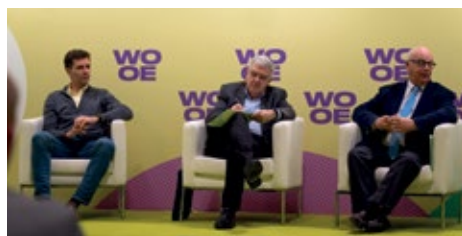
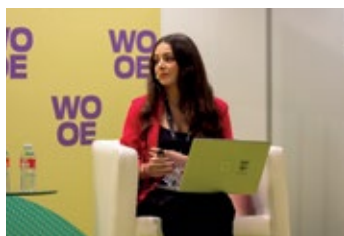
Mesa sobre Jaén y el oleoturismo inteligente: accesibilidad, innovación digital y liderazgo nacional.



Mesa sobre el aceite de oliva en el tablero global: comercio internacional y nuevos escenarios geopolíticos.



Mesa sobre usos singulares y diferenciados de los aceites de oliva.



Mesa sobre aceite de oliva, fijador de población.

“Desafíos WOOE” en los que los cocineros participantes tuvieron que preparar en directo un plato con una serie de ingredientes concretos. Así, el “Desafío WOOE Castilla-La Mancha Campo y

Alma”, consistió en reinterpretar ingredientes emblemáticos de la región -como la nuez con DOP Nueces de Nerpio, miel con DOP Miel de La Alcarria, berenjena con IGP Berenjena de

Almagro o la cebolla con IGP Cebolla de La Mancha- en propuestas contemporáneas capaces de unir tradición, territorio e innovación. El primer premio, dotado con 1.500 euros, fue para María

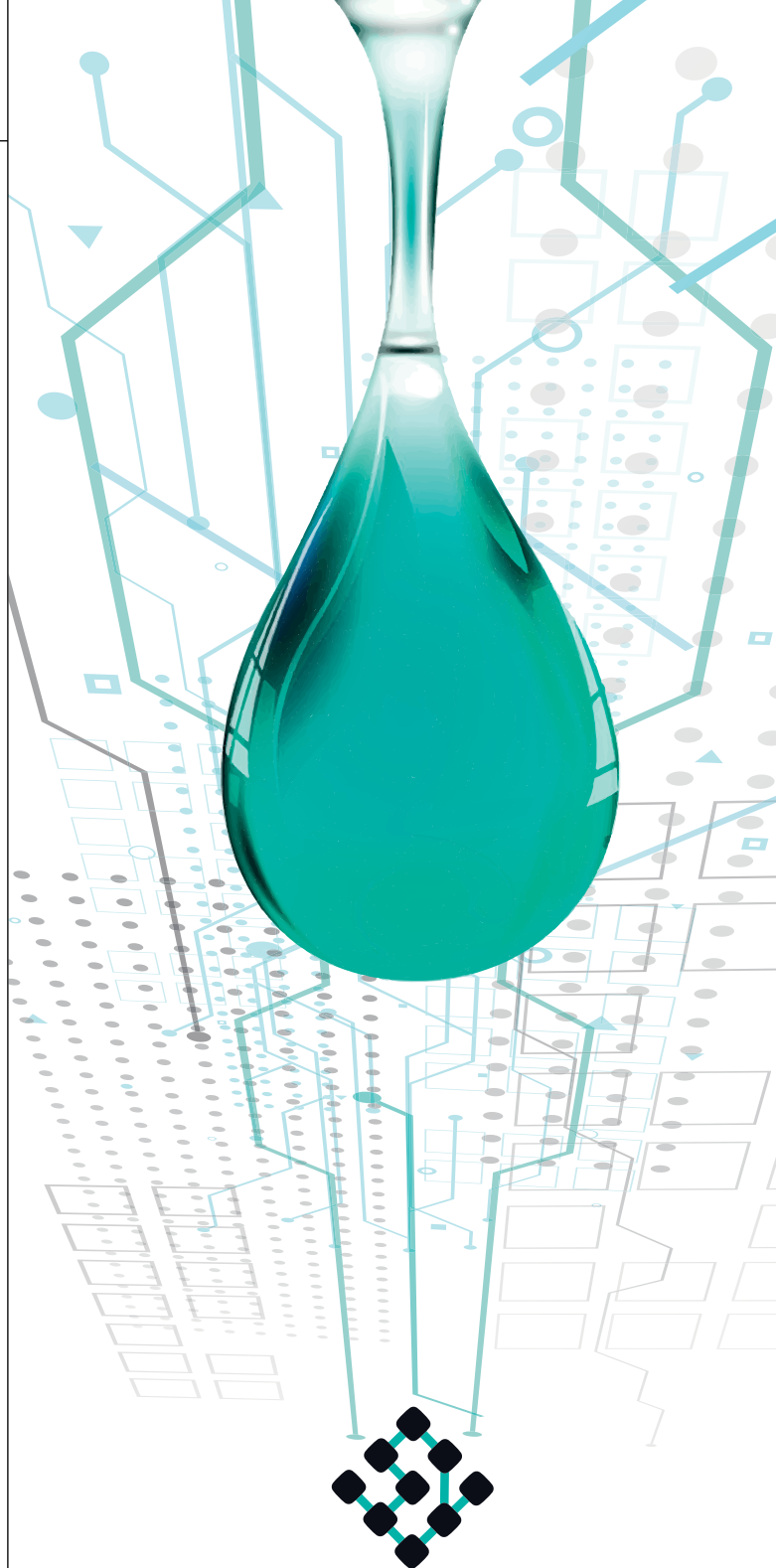


Entrega de los Premios WOOF a la Excelencia.

Luisa de la Torre González, del restaurante Cantueso, por su propuesta “Esencia Manchega”, una creación que conquistó al jurado por su equilibrio, técnica y capacidad para expresar la identidad gastronómica manchega desde una mirada actual. Entre las elaboraciones presentadas destacaron también “Ensaladilla rusa con atún rojo”, de Prado Tinaku (Restaurante El Parador); “Lienzo de Castilla: Cebolla, Nuez de Nerpio, Honey comb de miel de Alcarria y berenjena de Almagro”, de Gabriela Tassile (Gabriela Tassile Catering); “Anarkia Vegetal”, de Miguel Ángel Expósito Garrido (Cantueso de Autor S.L.); “Endivia de río”, de Mario Luelmo (Casa Moraleda Madrid); “Sabor a tierra y sol”, de Alex Cerdá Solana (Cantueso por Miguel Ángel Expósito); “Ensalada de aromáticas, berenjena de Almagro, tofe de cebolla y financer de cacao y AOVE”, de Juan Morales (Hotel Puerta de América Madrid); “Ensalada Campo y Alma”, de Rocío Maya Díaz (La Taberna de Noa); “Ópera de tomates cherry macerados, miel de La Alcarria y nueces de Nerpio”, de Néstor López (Restaurante Fisgón) y “Esencia Mediterránea”, de Miguel Ángel Fernández Villar (Nonetta).

La WOOF también acogió el “Desafío WOOF Comunidad de Madrid”, un concurso gastronómico que puso en valor la riqueza de la despensa madrileña y el protagonismo del AOVE con DOP Aceite de Madrid. El desafío invitó a cocineros y profesionales de la gastronomía a elaborar un plato de receta libre que integrara de forma creativa ingredientes representativos de la Comunidad de Madrid, con especial protagonismo del aceite de oliva virgen extra producido en la región. El chef Agustín Herrera, del restaurante Torcuato, se alzó con el primer premio, dotado con 1.500 euros, con una reinterpretación de la pavia de bacalao. Asimismo, Chema de Isidro, de La Raspa Vallekas, y María Claudia Covarrubias, de la pastelería Prímula, se alzaron con el segundo y tercer puesto con sus platos “Roastbeef de ternera con mayo de leña, fresas, olivas, aires, aceites y coral de Chinchón” y “Flor de olivo”, respectivamente.

Finalmente, el “Desafío WOOF Junta de Andalucía”, que presentó el concurso gastronómico de interpreta-



gesca

AUTOMATIZACIÓN INDUSTRIAL
INDUSTRIAL AUTOMATION



www.gesca.es

Úbeda - (Jaén) - España



Grupo Editorial Mercacei, fiel a su cita en la WOOE



Grupo Editorial Mercacei, como *media partner* de la feria, contó con estand propio donde estuvieron presentes sus publicaciones. Además, volvió a organizar una mesa en el Olive Oil Bar con el TOP10 de los Mejores AOVEs de España en los EVOOLEUM Awards 2025.



"Desafío WOOE Castilla-La Mancha Campo y Alma".



"Desafío WOOE Comunidad de Madrid".



"Desafío WOOE Junta de Andalucía".



Equipo organizador de la WOOE.

ción y elaboración de un postre andaluz con virgen extra. Este certamen reunió a chefs y profesionales de la

cocina para reinterpretar la riqueza culinaria andaluza con el AOVE como protagonista. El primer premio, dota-

do con 1.500 euros, fue para Piedad Sánchez López, del restaurante Zinco Zentido, con "Torta de mi infancia"; el segundo premio fue para Paula Beer, de La Raspa Golosa, con "Pionhigo Andalusi", y el tercer premio fue para Ana María González Hernández, de Prado Tinaku S.L., con "Torrija divina de pasión".

La organización ya trabaja en la próxima edición con el objetivo de seguir reforzando su dimensión internacional y consolidar este punto de encuentro para el sector del aceite de oliva y los ingredientes naturales. 🫒

Pisamos
la misma tierra
Hablamos
el mismo idioma



La nueva generación toma el mando en la WOOE: legado, liderazgo compartido y futuro del sector oleícola



La WOOE acogió la mesa redonda “Parejas ganadoras, la siguiente generación toma el mando”, un encuentro intergeneracional que reunió a fundadores y sucesores de empresas referentes del sector oleícola para analizar el reto del relevo generacional, la convivencia entre distintas visiones empresariales y las claves del futuro del AOVE.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

La WOOE fue el escenario de un diálogo único entre padres e hijos, primera y segunda generación de compañías que representan distintos eslabones de la cadena de valor del aceite de oliva: desde la industria proveedora y la gestión de grandes fincas hasta la producción y comercialización de aceites de oliva vírgenes extra de alta gama.

La mesa redonda puso el foco en uno de los grandes desafíos de las empresas familiares: el relevo generacional. Más allá de la mera sucesión, el encuentro abordó el liderazgo compartido, la transmisión del conocimiento y la capacidad de transformar el legado en impulso empresarial.

El encuentro fue moderado por Juan A. Peñamil Alba y Pandora Peñamil Peñafiel, CEO y directora de Grupo

Editorial Mercacei, respectivamente, y en él intervinieron Antonio Manzano Aranda y Ángela Manzano Coca, presidente y consejera delegada de Manzano-Flottweg; Carmelo Sánchez Zamorano y Carmelo Sánchez Sánchez, fundador y CEO de Terranovus; y Pepe Cano y Marisa Cano, director general y directora comercial de Aceites Canoliva, respectivamente.

Juan A. Peñamil Alba y Pandora Peñamil Peñafiel aportaron su propia experiencia al frente de una empresa familiar especializada en información oleícola que nació en 1994 como un necesario altavoz de información profesional y rigurosa sobre el sector, y que en estos más de 30 años ha evolucionado al ritmo de la internacionalización y la excelencia del mismo,

convirtiéndose en un punto de encuentro para productores, industriales, comercializadores y operadores del mercado del aceite de oliva.

A lo largo del debate se abordaron cuestiones clave como el momento en que se decide ceder responsabilidades, las diferencias estratégicas entre generaciones -digitalización, internacionalización, inversión o sostenibilidad- y las competencias que hoy debe reunir una empresa oleícola para seguir siendo competitiva dentro de 20 años.

Con esta mesa redonda, la WOOE volvió a situar en el centro del debate no sólo la calidad del aceite de oliva virgen extra, sino también la solidez empresarial y la capacidad de adaptación, que marcarán el rumbo del sector en las próximas décadas.



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.





EL INEVITABLE MOMENTO DEL RELEVO GENERACIONAL

Juan A. Peñamil: Todo proyecto empresarial que aspira a perdurar se enfrenta tarde o temprano a un relevo inevitable, el relevo generacional. ¿No es así, Pandora?

Pandora Peñamil: Yo represento ese relevo generacional en Grupo Editorial Mercacei. Como ha dicho mi padre, tuve la suerte de incorporarme en un momento de cambio. Se empezaba a hablar de AOVE, los vírgenes extra tenían una calidad espectacular, habían evolucionado muchísimo. En ese proceso de cambio mi reto fundamental fue mostrar una nueva mirada, cómo podía aportar algo a un proyecto ya consolidado. Entonces me di cuenta de que había nuevas maneras de comunicar y existía un vacío en una generación como la mía que ya empezaba a tener presencia en el sector. Intenté encontrar vías de comunicación para esta nueva generación a través de productos frescos que el mundo del virgen extra ya demandaba. Me refiero a la revista *Olivatessen*, que tiene una vocación internacional, dirigida a las marcas Premium de AOVE y distribuida entre chefs, comercializadores e importadores; y la *Guía EVOOLEUM*, que aparte de ser un ranking de los mejores vírgenes extra del mundo, es una plataforma para que el consumidor conozca el AOVE y cuenta con su propia app. En definitiva, se trataba de hallar canales más modernos para dirigirnos a un consumidor y a un público que los demandaba, y ésa ha sido mi aportación al relevo generacional.

Juan A. Peñamil: Esta mesa es muy especial para nosotros porque no sólo hablamos de empresas del sector oleícola, sino de continuidad y evolución, de cómo convertir el legado en impulso. Comienzo con la primera generación, con los fundadores. ¿Cuándo supisteis que era el momento de empezar a ceder responsabilidades? ¿Se trató de una decisión estratégica o tuvo un cierto componente emocional?



Carmelo Sánchez Zamorano

“Para mí es fundamental estar reinventándose constantemente e invirtiendo, no te puedes quedar atrás. Hay que adaptarse y acometer las transformaciones necesarias para estar al día”



Carmelo Sánchez Sánchez

“Creo que siempre es más difícil soltar que asumir. Es cierto que existe presión, porque debes cumplir con el legado que recibes, pero en mi opinión la palabra que mejor define el momento del relevo es responsabilidad. Se trata sobre todo de intentar dar continuidad a un proyecto que nos ilusiona”

Carmelo Sánchez Zamorano: En nuestro caso, se trató de ambas. Hubo un momento crucial en nuestra empresa. Estábamos preparando un proyecto para hacer un molino nuevo en Portugal y cuando empezamos a reunirnos con proveedores y a tomar decisiones le comuniqué a mi hijo que tenía que dar un paso al frente y se tenía que encargar especialmente de las nuevas tecnologías, de todo lo que teníamos que aplicar en el nuevo molino. Era él quien tenía que tomar las decisiones y controlar todo. Yo me encargaría de llevar el día a día de la obra, pero de todo lo que fuese tecnología se tenía que encargar él.

Antonio Manzano: Hay que tener en cuenta que yo no soy fundador, sino

tercera generación de la empresa. Lo cierto es que no existe un momento concreto, sino que cuando ya tienes cierta edad empiezas a pensar que alguien tiene que venir después. Si te digo la verdad, siempre pensé que fuese uno de mis hijos, pero también tenía claro que si veía que ninguno valía o quería asumir el reto, tampoco iba a forzar, habría que buscar otra persona y ya está.

Juan A. Peñamil: Ángela, ¿qué edad tenías cuando empezaste a asumir responsabilidades?

Ángela Manzano: Es que no ha habido una transición, la transición ha sido muy paulatina, no puedo decir en qué momento, ya hace 18 años que trabajo en la empresa.



Juan A. Peñamil: Carmelo, ¿tú que edad tenías cuando tomaste el relevo?

Carmelo Sánchez Sánchez: Al igual que Ángela, yo siempre he estado muy ligado a mi padre, porque además siempre me ha atraído mucho nuestro proyecto agrícola, pero cuando realmente doy el paso, el salto, tenía 22 años.

Juan A. Peñamil: Pepe, en tu caso ¿cuándo supiste que tenías que ir dando el relevo? ¿Se trató de algo estratégico o también tenía ese componente emocional?

Pepe Cano: Yo llevo 54 años en el sector y hace dos años, cuando ya había conseguido el modelo que yo quería de almazara, de operador y de todo, vi que la empresa era bastante grande y complicada de manejar, sobre todo porque a mí me gusta mucho la intervención en el mercado. Enton-



ces les planteé a mis hijos vender la empresa, que era lo mejor para ellos, y me dijeron que de eso nada. Llevo varios años preparando el relevo y es-

pero que en un año y medio pueda salir de la empresa, este proceso avanza más rápido de lo que esperaba. Estoy contento porque veo que hay futuro, el

Optimiza tu producción de aceite con nuestros equipos de extracción sencillos y eficientes

Ahorra tiempo y recursos con nuestras líneas de dos y tres fases, las cuales se caracterizan por su fácil mantenimiento y alto rendimiento.

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

TACSA
TÉCNICAS ANDALUZAS DE CENTRIFUGACIÓN S.A.L.

Tu compañero de molinda

O seu parceiro na extração de azeite





Pepe Cano

“Cuando una familia o una empresa tiene alma y valores, lo que hay que hacer es no salirse del guión. Si las cosas marchan bien, no inventes. En eso se basa la empresa familiar”



Marisa Cano

“Al final, tomar el relevo es un acto de responsabilidad con el legado tan bonito que te ceden tus predecesores, con el regalo tan valioso que nos dejan”

del aceite de oliva es un sector vivo y con mucho potencial.

Pandora Peñamil: Ahora tomo el relevo para mi generación. Marisa, ¿cómo afrontaste este cambio? ¿Con más ilusión o más presión?

Marisa Cano: Pues, sinceramente, fue una mezcla de ambos. Por una parte, mucha ilusión por llegar a una empresa familiar que he vivido desde pequeña, por aportar nuevas ideas e irme preparando para ese relevo generacional. Pero a la vez sentía mucha presión por estar a la altura de lo que se espera de todos nosotros, tanto de mi hermano como de mí, por-

que mi padre y mi abuelo han dejado el listón muy alto, nos enfrentábamos a un reto importante.

Pandora Peñamil: ¿Y tú, Ángela? ¿Más ilusión, presión o a partes iguales?

Ángela Manzano: A partes iguales. Es verdad que yo realmente asumí el relevo a comienzos de 2020, con un *timing* complicado, aunque ya habíamos ido realizando muchos cambios paulatinamente. Pero llegó un momento en que había que poner directora general en la firma de mi e-mail y todo se complicó un poco. En ese momento se sumó la presión al legado

recibido de anteriores generaciones. Yo represento la cuarta generación y siempre digo que lo único que quiero es no terminar con la empresa, que no acabe con la cuarta. No quiero más. No hay que olvidar que somos un Grupo relativamente grande, casi 100 personas, y al final son 100 familias que dependen de la gestión de la empresa, y esa presión también está ahí.

Pandora Peñamil: Carmelo, ¿cómo sentiste tú ese proceso? ¿Con presión, con mucha ilusión?

Carmelo Sánchez Sánchez: Más que presión, la palabra que utilizaría sería responsabilidad. Es cierto que al final existe esa presión, como bien han dicho tanto Marisa como Ángela, porque debes cumplir con el legado que recibimos, pero en mi opinión la palabra que mejor lo define es responsabilidad. Se trata sobre todo de intentar dar continuidad a un proyecto que nos ilusiona. En mi caso, y tras una transición suave, cuando llega ese momento en el que tienes que empezar a tomar las decisiones del día a día y ya no son tan consensuadas, sino que actúas con más independencia, ahí es cuando realmente te das cuenta de que las cosas dependen de ti, de la decisión que tú tomes. Es entonces cuando empiezas a asumir esa responsabilidad y quizás un poco más esa presión del día a día.

Pandora Peñamil: A los dos Carmelos, ¿qué fue más fácil, asumir el cargo o soltar responsabilidades?

Carmelo Sánchez Zamorano: Para mí, sin ninguna duda, soltar. Estuve mucho tiempo mentalizándome y tenía claro que lo tenía que hacer, incluso por tranquilidad. Pero cuando llega la hora de la verdad es bastante difícil soltar, tal vez porque estás tan habituado en el día a día que no te lo planteas, y tuve que hacer un esfuerzo importante.

Carmelo Sánchez Sánchez: Estoy de acuerdo, creo que siempre es más difícil soltar que asumir. Al final todos nos preparamos para ese paso que



supone intentar asumir, intentar continuar y, si realmente hay una preparación, existe esa ilusión y vocación por querer seguir con el proyecto. Asumir tiene obviamente sus apartados negativos, pero creo que cuando estás tan implicado en un proyecto, cuando es algo que ha sido creado por ti y a lo que has dedicado tantos años de tu vida, al final, por mucha confianza que tengas en la persona a la que lo estás dejando, siempre cuesta, porque es como si te arrancasen una pequeña parte de ti. Ver cómo las decisiones ya no dependen ni son tomadas por ti no debe ser fácil. Yo estoy en el otro lado, todavía me queda tiempo, veremos a ver cómo se da cuando llegue el momento.

Pandora Peñamil: ¿Vosotros, Ángela y Antonio? ¿Qué fue más fácil, delegar o asumir?

Antonio Manzano: Yo creo que ir dejándolo cuesta trabajo. No sé si más o menos que coger la responsabilidad, pero cuesta trabajo.

Ángela Manzano: Sí, yo creo que, como decía Carmelo, asumir responsabilidades que tampoco puedes eludir cuesta menos. Tanto Carmelo como Pepe y mi padre soltaron para pasar a otra etapa, y eso tampoco es fácil.

Pandora Peñamil: ¿Y en vuestro caso, Marisa y Pepe?

Pepe Cano: A mí no me ha costado trabajo, porque yo pienso que cuando en una familia, en una empresa, hay un alma, unos valores, lo que hay que hacer es no salirse del guión. Si las cosas marchan bien, no inventes. Sigue con los valores que has mamado y vamos a continuar. En eso se basa la empresa familiar.

Marisa Cano: Yo coincido con Carmelo y Ángel. En mi caso, mi padre ha ido soltando poco a poco, pero es verdad que está todavía en primera línea y estamos disfrutando mucho de este proyecto. Todavía nos quedan muchos años para continuar juntos.

FOSS



CONOCE TU ACEITE EN 40 SEGUNDOS

PARÁMETROS

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



FÁCIL DE USAR

RESULTADOS FIABLES

SIN REACTIVOS QUÍMICOS

INSTRUMENTO VALIDADO

PROTECCIÓN IP54

... Y CON LA GARANTÍA Y

LA CALIDAD DE FOSS

ASEGURA LA CALIDAD EN TU ALMAZARA

MÁS INFORMACIÓN



934949940

infofoss@foss.es

ANALYTICS BEYOND MEASURE



CONVIVENCIA Y VISIÓN ESTRATÉGICA

Juan A. Peñamil: Vamos a hablar un poco de convivencia, que creo que también es muy importante. ¿En qué temas estratégicos habéis tenido visiones o posturas claramente diferenciadas? ¿Transformación digital, internacionalización, *branding*? Carmelo, comenzamos contigo...

Carmelo Sánchez Zamorano: Yo diría que muy diferentes, no. En nuestro caso, tal vez, las nuevas inversiones. Quizás yo soy más lanzado y por inercia, de alguna manera, en cuanto me presentan un posible proyecto estoy pensando en él inmediatamente, incluso estando apartado. Aunque normalmente también coincidimos mucho. Pero si hubiese alguna diferencia, sería en eso.

Carmelo Sánchez Sánchez: A nivel estratégico, creo que siempre hemos estado bastante alineados. Además, tengo la suerte de que para nuestro proyecto, que es ciertamente moderno, con una vocación muy tecnológica e innovadora, él ya tuvo hace 20 años la visión de cuál era el modelo de olivar que teníamos que implantar en ese momento y cuál iba a ser el modelo que iba a persistir, a ser sostenible en el tiempo. Y eso para mí ya es una gran ventaja. La lógica dice que normalmente las nuevas generaciones estamos un poco más alineados con la tecnología, con el dato, con la digitalización. Pero a nosotros todo eso ya nos venía dado de por sí en el origen del proyecto, con la idea que tuvo mi padre, y quizás eso ha provocado que vayamos bastante alineados en el sentido estratégico del mismo. Y es cierto que quizás yo sea un poco más conservador a la hora de decidir, de consolidar un poco más, de no lanzarnos a tantas nuevas plantaciones, a tantas nuevas transformaciones. Y él, a pesar de estar un poco más retirado y permanecer en un segundo plano, sigue insistiendo en que tenemos que continuar y seguir ampliando. O sea, que sigue apretando y empujando.



Antonio Manzano

“La visión a largo plazo es la que te da la posibilidad de ser competitivo. En cuestiones estratégicas no hemos tenido ningún desencuentro, simplemente hemos tenido que retocar nuestras ideas. De lo contrario, creo que el relevo generacional sería bastante más complicado”



Ángela Manzano

“Yo represento la cuarta generación de la empresa y siempre digo que lo único que quiero es que no acabe con la cuarta. Somos un Grupo relativamente grande y al final son 100 familias que dependen de la gestión de la empresa, y esa presión también está ahí”

Juan A. Peñamil: Antonio, en vuestro caso, ¿en qué tema estratégico percibís que habéis tenido visiones diferentes?

Antonio Manzano: Pues yo coincido con los dos Carmelos. En cuestiones estratégicas no hemos tenido ningún desencuentro. Simplemente hemos tenido que retocar las ideas que teníamos. Y no ha habido en ese sentido ningún problema. De lo contrario, creo que el relevo generacional sería bastante más complicado.

Ángela Manzano: Sí, yo creo que mi padre tenía una visión mucho más profesional e innovadora que el equipo directivo con el que trabajó en su

momento, que sería perfecto para ese momento y para ese contexto. Cuando en la última década hemos podido innovar y apostar por crecer, él no tenía una visión más antigua, al contrario: ha sentido que el actual equipo directivo compartía la misma estrategia y hemos contado con su apoyo, y por eso hemos podido hacer muchos cambios. Lo que no significa que no discutamos en el día a día, que lo hacemos, pero en pequeñas cosas, no en aspectos estratégicos.

Juan A. Peñamil: Pepe, ¿y vosotros?

Pepe Cano: No, porque ten en cuenta que yo soy un joven de 69 años.



En el año 87 fui el primero que apostó por la agricultura ecológica. Y ahora, todos los días nos tenemos que reinventar. Lo de ayer no sirve para nada.

¿Hay mercado? No. Pues se inventa. Aquí, todos los días hay que hacer algo nuevo. Y con esa filosofía siempre estás al día.

Pandora Peñamil: Por lo que habéis dicho, parece que la primera generación es más innovadora y la segunda más conservadora. ¿Es así?

Marisa Cano: Hace 11 años, en 2015, mi padre tomó una decisión estratégica para la continuidad de la familia, en primer lugar, y después para la empresa. Él veía que la tercera generación ya estaba entrando en el negocio y que era el momento idóneo para separar el negocio y mantener esa unidad familiar. Así que tomó la decisión de venirse a Baena y comenzar una empresa de cero junto a nosotros. Aquello fue un reto impresionante y una apuesta decidida por nosotros y por el negocio. Y tuvimos que construir una almazara nueva, con una bodega en la que hoy contamos con 13.000 toneladas de aceite, unos nuevos procesos de envasado, consolidar esa línea porque es cierto que tradi-

EFICIENCIA IE3



MÍNIMA HUMEDAD



PRODUCTIVAS



BAJO NIVEL ACÚSTICO



Separadoras Pulpa-Hueso MODELOS SPH SERIE X

PRODUCCIONES

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



Bombas Hidráulicas MODELOS BH

PRODUCCIONES

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



MAQUINARIA OLEÍCOLA

40 AÑOS A TU
SERVICIO.

Bombas Mecánicas MODELOS BM

PRODUCCIONES

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



RIVERO®

CALDERERÍA RIVERO, S.L.



Juan A. Peñamil

“Todo proyecto empresarial que aspira a perdurar se enfrenta tarde o temprano a un relevo inevitable, el relevo generacional”



Pandora Peñamil

“Tuve la suerte de incorporarme en un momento de cambio y en ese proceso mi reto fundamental fue mostrar una nueva mirada, cómo podía aportar algo a un proyecto ya consolidado”

cionalmente nosotros hemos sido más granelistas, y crear de nuevo todos los Departamentos... Hoy día, gracias a esa decisión que tomó hace más de 10 años, hemos visto superadas todas nuestras expectativas. Por eso, cuando nos planteó vender el negocio, ese componente emocional no nos permitió hacerlo, porque era un regalo tan valioso el que nos dejaba, había tantas enseñanzas detrás...

Pandora Peñamil: Ángela, ¿en vuestro caso ha sido igual?

Ángela Manzano: Si conocéis a Antonio, más prudente que Antonio Manzano no

podía ser yo. Él es innovador, pero prudente. Y yo, un poco más arriesgada...

Pandora Peñamil: ¿Y vosotros, Carmelo?

Carmelo Sánchez Sánchez: Quizás una de las lecciones más importantes que extraigo de estos últimos años que hemos compartido juntos es que muchas veces no te puedes parar realmente porque necesitas ese impulso, seguir con el día a día; hay trenes que pasan una vez y si no lo coges, se escapan, no vuelven a pasar.

Pandora Peñamil: Carmelo, ¿qué es aquello que te has planteado, al

tomar el relevo, que tu padre nunca se llegó a plantear?

Carmelo Sánchez Sánchez: Como decía antes, nuestro proyecto agrícola, a pesar de contar ya con más de 20 años, es un proyecto bastante innovador. Partimos de la base de un modelo agrícola muy diferente a lo que ha sido el modelo tradicional del olivar en España en los últimos años. Por ello, hay pocas cosas que no se hayan planteado previamente. Lo que quizás está cambiando de una generación a otra es el trato hacia el personal, sus demandas con respecto lo que podían ser hace 20, 30, 40 ó 50 años: el tema del teletrabajo, el hecho de que la retribución económica ya no es lo único que importa, sino que hay que ofrecer unas determinadas condiciones para que la gente quiera trabajar para una empresa... Yo creo que todo eso sí ha cambiado y es algo a lo que nos tenemos que adaptar.

Pandora Peñamil: Ángela, en tu caso, ¿qué es aquello con lo que te has encontrado que tu padre jamás se hubiera planteado?

Ángela Manzano: Creo que el desafío de los recursos humanos, como dice Carmelo, constituye actualmente la principal diferencia en la gestión de una empresa respecto a hace 40 años. Nosotros estamos en una población pequeña, Bujalance, donde antes, en la generación de mi padre, se trabajaba desde los 15 años hasta que te jubilabas, no se consideraba otra posibilidad. Ahora es diferente, constantemente estamos buscando personas a las que hay que formar e integrar, algunas salen, otras se quedan... en fin, es una dinámica completamente diferente. La comunicación de puertas afuera es también totalmente diferente. Mi abuelo decía que él no vendía, que a él le compraban, y ahora nosotros tenemos que estar en todos los sitios de forma presencial, digital, etc.

Pandora Peñamil: Marisa, ¿cómo lo has vivido tú? ¿Qué te has planteado tú por primera vez en la empresa?



Marisa Cano: He tenido que abordar temas como la comunicación de la marca pero, sobre todo, la creación de un Departamento de Calidad y

Seguridad Alimentaria en la empresa para posicionarla, porque más del 50% de nuestro volumen de facturación corresponde a mercados exte-

riores, muy exigentes, y necesitábamos esas normas y certificaciones. Además de cambiar toda la identidad corporativa, nuevos envases, nuevas formas de comunicar, creación de la página web... Todo ello conlleva un desarrollo que no se había planteado anteriormente. Y nosotros, en un pueblo de 20.000 habitantes como Baena, también vivimos el desafío de la falta de mano de obra cualificada, tanto en el campo como en la industria, que frena proyectos e inversiones ilusionantes que queremos acometer. Es un problema real que nos impide seguir creciendo a esa velocidad porque no encontramos personas que se comprometan de verdad con la empresa.

Juan A. Peñamil: En vuestra opinión, ¿qué diferencia a una empresa familiar de otra que no lo es?

CDROxiTester

Sistema de Análisis
para el Control de Calidad del Aceite



Rápido



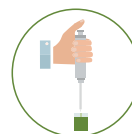
Sencillo



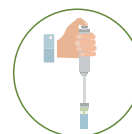
Fiable

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



Carmelo Sánchez Zamorano: Lo importante es que a ellos, como hijos, no les instruyes o preparas para el futuro, sino que lo empiezan a vivir desde pequeños, tu forma de vivir y de trabajar. Por eso la transición ha sido mucho más fácil, muy tranquila. La diferencia es que el negocio es también suyo, se siente responsable, sabe que no puede fallar.

EL FUTURO DEL SECTOR DEL ACEITE DE OLIVA

Juan A. Peñamil: Si tuvieseis que definir en una palabra el futuro del sector del aceite de oliva, ¿cuál sería?

Marisa Cano: Para mí la palabra clave es transformación. Las empresas, almazaras y cooperativas no están adaptadas a las demandas de los nuevos modelos agro, como el sistema superintensivo. Es necesario reinventarse y transformarse para poder atender las necesidades de la industria, prepararnos para ello y adaptarnos a esa realidad que está por llegar.

Pepe Cano: Yo a este sector le veo un futuro impresionante, el aceite de oliva es un producto maravilloso y saludable que no tiene competencia. Lo que hace falta es creérselo y estar unidos, con un proyecto en común, hacer lobby. Tenemos que gastarnos mucho más dinero en promoción y hablar de aceite de oliva más que de virgen extra. Yo veía antes en las empresas bastante más nivel que hoy, faltan líderes y sobra mediocridad.

Ángela Manzano: Desde nuestra visión de industria auxiliar del aceite de oliva, diría que la palabra es concentración. No solamente por las grandes producciones que se nos vienen encima, sino por el problema de la falta de mano de obra, que afecta a todos los sectores. Una almazara muy pequeña sólo podría sobrevivir en unas condiciones muy específicas y al final la concentración tanto de cooperativas como de almazaras creo que va a definir el futuro del sector.

Antonio Manzano: Para mí la palabra clave es valor, otorgarle valor al pro-



ducto. Llevamos años haciéndolo y hay que insistir en ello.

Carmelo Sánchez Sánchez: La palabra que utilizaría sería profesionalización, porque al final todo parte de ahí. Tenemos empresas que son referentes en sus sectores y eso debería animar al resto para seguir ese camino. Nosotros hemos vivido muy de cerca la creación de un nuevo sector oleícola en Portugal, que hasta hace 25 años no existía, y creo que lo que ha sucedido allí es un muy buen ejemplo a tener en cuenta para intentar defender de la mejor manera el producto que tenemos entre manos.

Carmelo Sánchez Zamorano: No tengo nada más que añadir, coincido totalmente con ellos.

Juan A. Peñamil: ¿Y qué tiene que hacer hoy una empresa del sector para seguir siendo competitiva dentro de 20 años?

Carmelo Sánchez Zamorano: Para mí es fundamental estar reinventándose constantemente e invirtiendo, no te puedes quedar atrás. Hay que adaptarse y acometer las transformaciones necesarias para estar al día.

Antonio Manzano: La visión a largo plazo es la que te da la posibilidad de ser competitivo. Hay que ir tomando

decisiones de forma reflexiva pero pensando en el futuro y en ir cambiando.

Pepe Cano: Debemos tener una dimensión cada vez mayor para afrontar con garantías la transformación del olivar. Se van a acortar los plazos y se va a concentrar todo en dos meses, por lo que será necesario un volumen importante.

Pandora Peñamil: ¿Qué pensáis de las empresas familiares que todavía no se han atrevido a abordar un relevo generacional?

Marisa Cano: Mi consejo sería que lo hicieran cuanto antes para saber hacia dónde se dirigen. Al final es un acto de responsabilidad con el legado que te ceden tus predecesores.

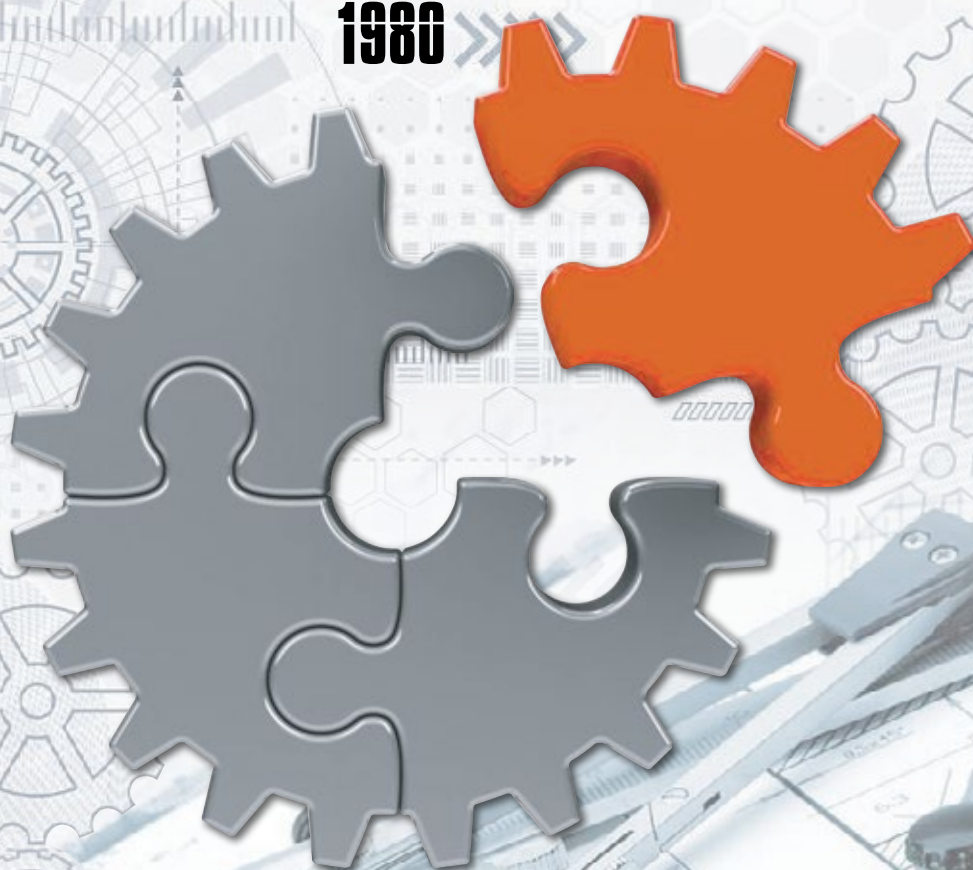
Ángela Manzano: Yo me voy más hacia lo emocional. Decidí trabajar junto a mi padre y siempre digo que le conozco de una forma en la que mi hermano nunca podrá hacerlo, a nivel profesional. Hay que empezar cuanto antes, y cuantas más decisiones se tomen entre ambos, mejor.

Carmelo Sánchez Sánchez: Al margen del aspecto emocional, que es muy enriquecedor, este es un proceso que, aunque pueda surgir muchas veces de forma natural, si se planifica y ejecuta con tiempo lo normal es que tenga mayor éxito. Por tanto, cuanto antes mejor.



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



TRADICIÓN, INNOVACIÓN Y EXPANSIÓN INTERNACIONAL

Juan A. Peñamil: Vamos con una pregunta un poco más específica para cada pareja. En el caso de Carmelo padre e hijo, Terranovus es una empresa familiar centrada en innovación tecnológica y gestión de grandes fincas y explotaciones agrícolas. ¿Cómo se está preparando la nueva generación para asumir el liderazgo manteniendo la visión de modernización y optimización digital del olivar?

Carmelo Sánchez Zamorano: Nosotros tuvimos la ventaja de llegar al sector en un momento fundamental para acometer proyectos nuevos basados en la tecnología y pensando en el futuro...

Carmelo Sánchez Sánchez: Eso es, contamos con muy buena base, y así es más fácil llevar a cabo esa preparación. Creemos que estamos en el camino adecuado en cuanto al sistema de cultivo y manejo, que es el modelo más sostenible y eficiente para producir aceite de oliva a día de hoy. Ahora nos toca, con ese *know how* que ya tenemos acerca de cómo manejar el campo, aplicar todas las técnicas y tecnologías disponibles para hacerlo de la forma más eficiente y sostenible posible.

Pandora Peñamil: En vuestro caso, Pepe y Marisa, la vuestra es una empresa con un componente tradi-

cional muy importante, equilibrado a la perfección con otros valores como la calidad y la expansión en mercados globales. ¿Cómo se ha realizado esa apertura a los mercados internacionales sin renunciar a la tradición?

Pepe Cano: Esto va tan rápido, lo hemos visto evolucionar a una velocidad... pero creo que siempre hemos sido un referente en el sector.

Marisa Cano: Es cierto lo que dice mi padre, todo ha ido muy rápido. En estos últimos 10 años hemos tenido que consolidar nuestro proyecto familiar, nuestra almazara, y tener presencia en más de 30 países. Ha sido un gran desafío para todo el equipo, adaptándonos y trabajando mucho todos los días.

Juan A. Peñamil: Antonio y Ángela, en una empresa familiar proveedora de maquinaria oleícola como la vuestra que combina legado técnico con innovación, ¿cómo se asegura que la cuarta generación lidere la modernización y expansión internacional sin perder el *know how* histórico de la compañía?

Ángela Manzano: Tenemos la suerte de contar con muchas personas que llevan trabajando con nosotros 20 ó 25 años, que nos han acompañado y han asistido a la transformación del sector. Y ese personal sigue aportando ese *know how* al sector, lo que constituye uno de nuestros principales

argumentos de venta. Los clientes nos conocen, saben que llevamos muchos años en esto, y toda esa experiencia se transmite al resto de la cadena de valor de la empresa.

Pandora Peñamil: Una última pregunta. Si volvierais al momento del relevo, ¿qué le dirías ahora a tu hijo/a y a tu padre?

Carmelo Sánchez Zamorano: Yo no necesitaría decirle nada porque lo ha vivido conmigo. Mucha constancia, mucho esfuerzo y mucha dedicación. El lema de mi vida, vamos.

Carmelo Sánchez Sánchez: Confianza, porque siempre intentaré dar el 100%.

Antonio Manzano: Ahora le diría que todo se ha ido desarrollando bien.

Ángela Manzano: Recuerdo que en ese momento mi padre me dijo que en Manzano se trabaja mucho. Y yo pensé, pues como en todos los sitios. Pero ahora, que tengo otra perspectiva, puedo decir que realmente se trabaja mucho.

Pepe Cano: Le diría que hay que estar muy seguro de uno mismo y no perder nunca la ilusión, que es lo que te mantiene joven y emprendedor.

Marisa Cano: Gracias por el legado tan bonito que me has dejado, porque es un regalo precioso. Siempre le estaré eternamente agradecida por todas sus enseñanzas y por todo lo que ha hecho por nosotros. 💧

MANZANO
Flottweg



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



EVOLIO Expo cierra con 6.720 visitantes: visión internacional, negocio y formación en torno al aceite de oliva virgen extra



Con 6.720 visitantes; 150 empresas expositoras; 700 reuniones celebradas entre empresas y 50 compradores internacionales de 16 países estratégicos (+127% respecto a 2025); 20 asociaciones, organizaciones e instituciones; y más de 100 conferencias, charlas y eventos, la edición 2026 de EVOLIO Expo confirma a esta feria “como la plataforma B2B líder para la cadena de suministro del aceite de oliva virgen extra”, según destacaron sus organizadores.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

Un producto beneficioso para la economía del país y la salud de sus ciudadanos, además de ser un alimento de calidad con propiedades organolépticas únicas. Con estos mensajes concluyó con éxito la segunda edición de EVOLIO Expo, la feria B2B dedicada al aceite de oliva virgen extra y a la cadena de suministro oleícola, celebrada en la Fiera del Levante (Bari) del 29 al 31 de enero, que confirmó su estatus como plataforma estratégica para la promoción del sector.

Según subrayaron desde la organización, los datos verdaderamente significativos se refieren, por una parte, al aumento del 127% (50 frente a los 22 de 2025) de los compradores internacionales acogidos a las actividades de *match-making* con los expositores pre-

sentes en la feria, así como al incremento de la asistencia internacional espontánea; y por otra, al crecimiento del 57% de los profesionales que visitaron EVOLIO Expo con el objetivo de ampliar sus oportunidades de negocio y su red comercial.

Las numerosas oportunidades de *networking*, el impulso hacia la internacionalización, la atención a temas como la innovación, el oleoturismo, la salud, la importancia de la investigación científica, el apoyo de instituciones y asociaciones profesionales, junto con la presencia de chefs de renombre, crearon un evento único, capaz de promover el aceite de oliva virgen extra italiano en todo el mundo.

Organizada por Senaf en nombre de Nuova Fiera del Levante, con el patrocinio del Ministerio de Agricultura, Soberanía Alimentaria y Forestal (Masaf), y el apoyo de los departamentos de Agri-

cultura y de Desarrollo Económico de la Región de Puglia, Pugliapromozione y la Associazione Nazionale Città dell'Olio, EVOLIO Expo incluyó una serie de actividades importantes para el futuro del AOVE.

Numerosas actividades

El evento inaugural contó con la participación activa de representantes institucionales, entre ellos Patrizio Giacomo La Pietra, subsecretario del Masaf; Francesco Paolicelli, consejero de Agricultura de la Región de Puglia, y Pietro Petruzzelli, consejero de Desarrollo Local, Turismo y Marketing Territorial del Ayuntamiento de Bari. La visita del presidente de la Región de Puglia, Antonio Decaro, también confirmó el apoyo de las instituciones a un evento estratégico para la promoción de la cadena de suministro y el territorio.



Palacín

Sistemas de extracción continua

NUEVO DECANTER P6

Fabricado en España



CONTACTO

+34 953 757 112
info@jpalacin.com





Y es que desde la organización resaltaron que EVOLIO Expo confirmó su estatus como evento nacional e internacional, diseñado para representar a toda la cadena del AOVE y dirigirse a un amplio mercado de operadores y compradores. Prueba de ello fue la presencia de la Región de Basilicata, con un colectivo que reunió a algunos de los mejores productores, y la participación de numerosas empresas de fuera de Puglia procedentes de regiones como Toscana, Lazio, Abruzzo y Sicilia, que eligieron la feria para encontrarse con los profesionales del sector y mostrar su excelencia.

Uno de los temas clave de EVOLIO Expo 2026 fue la internacionalización. En este sentido, además de la agenda de reuniones B2B, la feria albergó el “EVOLIO & Export Forum”, organizado por el Italian Export Forum (IEF), dedicado a las oportunidades en los mercados exteriores y al papel de las regiones en el comercio internacional. También se registró un aumento significativo de la asistencia profesional en comparación con la primera edición de 2025, especialmente en las jornadas del jueves y el viernes, dedicadas específicamente a compradores italianos y extranjeros del canal Horeca, la gran distribución y el comercio minorista.

También hubo espacio para innumerables charlas y debates, que centraron la atención en los temas de innovación con “*El aceite es innovación*” y la valorización de los territorios con “*El aceite es turismo-Experiencia del aceite*” y “*El aceite es experiencias-Oleoturismo en Puglia*”. En este contexto, también se hizo hincapié en la salud y la prevención, gracias a “*EVO HEALTH*” y “*El aceite es salud*”, junto con análisis en profundidad sobre el poder nutracéutico del aceite de oliva virgen extra.

Además de las conferencias, la feria promovió la educación y la cultura en torno al aceite de oliva a través de catas, clases magistrales y talleres, también con la contribución de AIS Puglia-Associazione Italiana Sommelier y FIS-Fondazione Italiana Sommelier Puglia, así como *showcookings* y premios como “*Ercole Olivario-Selezione Puglia*”. A su vez, destacó el recorrido sobre la biodiversidad olivarera organi-



EVOLIO Expo incluyó catas guiadas, clases magistrales, sesiones de formación y análisis científicos con expertos.

zado por AMAP; el diálogo con chefs y restauradores en el canal Horeca, en colaboración con AIRO (Asociación Internacional de Restaurantes del Aceite) y con APCI (Asociación Profesional de Cocineros Italianos), y las charlas sobre las oportunidades del PR Puglia FESR-FSE+ 2021-2027.

“Estamos satisfechos con esta segunda edición. El intercambio que hemos vivido estos días supone un gran orgullo para nosotros y confirma que vamos por buen camino”, declaró Gaetano Frulli, presidente de Nuova Fiera del Levante, quien abogó por seguir promocionando el territorio y reconocer

el papel que merece el aceite de oliva virgen extra. “Para lograr este objetivo, debemos continuar exactamente como lo estamos haciendo: con un esfuerzo de colaboración que une a instituciones, productores y comunidades”, añadió.

Por su parte, Ivo Nardella, presidente de Gruppo Tecniche y Senaf, valoró los resultados de la segunda edición de EVOLIO Expo, “no sólo por la gran participación, sino sobre todo porque el evento logró representar con precisión el mundo del aceite de oliva virgen extra, ofreciendo herramientas concretas y contenido valioso para empresas y operadores”. 🫒

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/



El III Festival Córdoba Virgen Extra reúne a productores, chefs, expertos y amantes de la gastronomía



La Plaza de las Tendillas acogió del 13 al 15 de marzo el III Festival del Aceite Córdoba Virgen Extra, una cita gastronómica dedicada al AOVE que contó un año más con el respaldo de la Diputación de Córdoba, a través del Instituto Provincial de Desarrollo Económico (Iprodeco). Durante estos tres días, los visitantes pudieron disfrutar de catas guiadas, actividades divulgativas y demostraciones culinarias. El evento convirtió el centro de la ciudad en un gran escaparate del aceite de oliva virgen extra cordobés y en punto de encuentro para productores, chefs, expertos y amantes de la gastronomía.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

Durante tres jornadas, el festival ofreció al público la oportunidad de descubrir, degustar y conocer en profundidad los AOVEs cordobeses, consolidándose “como una cita destacada para la promoción de este producto emblemático y de la cultura del olivar”, según sus organizadores.

El evento fue visitado tanto por público local y nacional como por numerosos visitantes extranjeros, atraídos por la calidad gastronómica y la tradición olivarera de la provincia.

El mercado instalado en la plaza contó con la participación de más de 40 almazaras, cooperativas y productores, que mostraron la calidad y diversidad de los aceites elaborados en la provincia.

El festival fue inaugurado con la presencia de representantes de las distin-

tas instituciones y entidades vinculadas al sector del aceite de oliva virgen extra. En el acto participaron el delegado territorial de Agricultura de la Junta de Andalucía en Córdoba, Francisco Ramón Acosta Rosa; el delegado de Infraestructuras del Ayuntamiento de Córdoba, Miguel Ruiz Madruga; y la cuarta vicepresidenta de la Diputación de Córdoba, Ana Rosa Ruz.

Asimismo, estuvieron presentes los presidentes de las Denominaciones de Origen Protegidas de la provincia y representantes de asociaciones del sector, entre ellos Francisco de Mora, presidente de la DOP Aceite de Lucena; Rafael Muela, presidente de la DOP Priego de Córdoba; Javier Alcalá, presidente de la DOP Baena; Belén Luque, presidenta de ACORA; y José María Penco, director de la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO).

Durante su intervención en la inauguración de la fiesta, Ana Rosa Ruz abordó “la importancia de la colaboración público-privada para sumar esfuerzos y voluntades que den como resultado este tipo de iniciativas que, sin duda ninguna, tienen una gran repercusión en nuestra provincia”.

“Esta tercera edición, a la que nos acercamos con nuestra marca *Sabor a Córdoba*, pretende reforzar la proyección exterior del AOVE cordobés, incrementando su reconocimiento y prestigio fuera del ámbito provincial y contribuyendo al desarrollo económico y social del sector oleícola”, recalcó.

Ruz insistió en que “el objetivo de esta iniciativa es mostrar Córdoba y su provincia como centro cultural y de excelencia del aceite de oliva virgen extra a través de las diferentes acciones que muestren la riqueza de matices que aportan su diversidad varietal y tradición olivarera”.



Autoridades y representantes del sector durante la inauguración del festival.



El evento contó con la participación de almazaras y DOPs de la provincia, que tuvieron puntos de atención donde mostrar o vender sus aceites recién producidos. Los visitantes pudieron conocer las características de cada variedad y aprender a identificar aromas y matices en las catas.

Catas, *showcookings* y actividades

El programa del festival incluyó catas guiadas, degustaciones, demostraciones en vivo de extracción de aceite, talleres infantiles y actividades divulgativas, acercando al público el proceso de elaboración del aceite de oliva virgen extra y la riqueza del olivar cordobés.

La gastronomía tuvo un papel protagonista con los *showcookings* realizados por chefs de la provincia, entre ellos Kisko Barona, Eva Millán, Matías Vega, José Ambrosio, Alex Logon y Celia Jiménez, que mostraron la versatilidad del AOVE en la cocina con propuestas que combinaron tradición e innovación.

VITROVAL

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





Además, el festival contó en esta edición con la figura del embajador del III Festival Córdoba Virgen Extra, el chef cordobés Periko Ortega, del restaurante ReComiendo, recientemente distinguido con Estrella Michelin 2026, quien ha contribuido a poner en valor el aceite de oliva virgen extra como uno de los grandes pilares de la gastronomía cordobesa.

El festival también albergó actividades lúdicas y educativas como el Juego de la Oca Mediterránea, demostraciones de extracción de aceite y propuestas dirigidas especialmente a escolares y familias.

El evento finalizó con el acto de clausura y la entrega de premios de los concursos “Pinta un Olivo” y de Escaparates, en los que participaron 23 comercios del centro de la ciudad, implicando al tejido comercial en la promoción del aceite de oliva virgen extra. En el concurso de escaparates, el primer premio fue para El Guapo Habla, el segundo premio recayó en Marietta Boutique y el tercer premio fue para El Picoteo del Gallo, establecimientos que destacaron por su creatividad y por integrar el aceite de oliva virgen extra en sus propuestas decorativas.

En el concurso de dibujo “Pinta un Olivo” se establecieron dos categorías por edades. En la categoría A (de 5 a 8 años), el primer premio fue para Liam Josue Casanova Prieto, el segundo premio para Alberto de la Haza Mateo y el tercer premio para Paola Arroyo Casado. Asimismo, en la categoría B (de 9 a 12 años), el primer premio fue para Alba Suanes Priego, el segundo premio para David Leña Navarro y el tercer premio para Albania Segura Hernández.

Desde la organización resaltaron que el éxito de participación y la presencia de visitantes locales, nacionales e internacionales confirman el creciente interés por el aceite de oliva virgen extra cordobés y por la cultura gastronómica ligada al olivar, “consolidando a Córdoba como uno de los territorios de referencia en la producción y promoción del AOVE”.

El III Festival Córdoba Virgen Extra contó con la financiación de la Diputación de Córdoba, a través de Iprodeco, y de la Junta de Andalucía, así como



El programa del festival incluyó catas guiadas, talleres infantiles y actividades divulgativas, entre otras.

con la colaboración del Ayuntamiento de Córdoba. Asimismo, el evento recibió el apoyo de entidades vinculadas al sector agroalimentario y gastronómico como AgroBank y El Corte Inglés, además de organizaciones del sector del

aceite de oliva como las DOPs Baena, Priego de Córdoba y Lucena, AEMO, ACORA y QvExtra! Internacional, que contribuyeron a impulsar esta iniciativa destinada a poner en valor el aceite de oliva virgen extra cordobés. 🫒

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

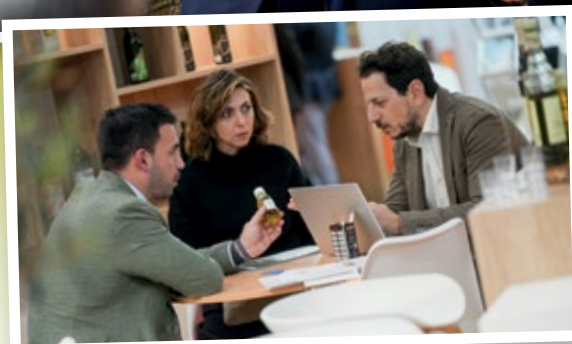
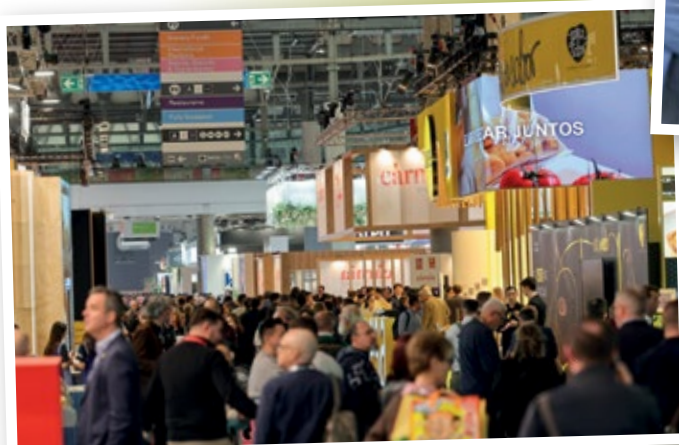
EL MEJOR ASESORAMIENTO TÉCNICO PARA DAR UNA CORRECTA SOLUCIÓN A SUS NECESIDADES
MODERNAS INSTALACIONES. GRAN CAPACIDAD PRODUCTIVA Y LOGÍSTICA

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



Alimentaria celebra su edición más internacional con el AOVE entre sus protagonistas



Alimentaria+Hostelco, la gran plataforma ferial para la industria de la alimentación, las bebidas, el *foodservice* y el equipamiento hostelero, clausuró con “gran éxito de público y negocio una edición marcada por reunir su mayor número de expositores extranjeros y una gran participación de compradores nacionales e internacionales”, según informaron sus organizadores. El evento, que celebró el 50º aniversario de Alimentaria, destacó además por el protagonismo del sector Horeca y el impulso a las innovaciones de productos.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

alimentaria+Hostelco, que se celebró en el recinto Gran Vía de Fira de Barcelona del 23 al 26 de marzo, recibió la visita de 109.600 profesionales, un 25% de ellos internacionales, procedentes de 120 países, fundamentalmente de Estados Unidos, Latinoamérica y Europa. Los compradores y público profesional acudieron atraídos por la gran oferta presentada por más de 3.300 empresas expositoras, de ellas 1.200 de 70 países, en una convocatoria que impulsó la internacionalización, el negocio y la competitividad de sectores estratégicos para la economía.

En este sentido, la presencia de empresas internacionales creció un 30% respecto a la pasada edición, celebrada en 2024, con un aumento del 40% más de superficie expositiva destinada a presencia internacional. Europa, con Polonia como País de Honor, junto con Latinoamérica y Norteamérica, concentraron buena parte de esta representación empresarial.

La oferta del certamen estuvo 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”.

Asimismo, durante los cuatro días del certamen se celebraron 14.500 reuniones de negocios entre las firmas participantes y los más de 2.700 compradores e importadores de 120 países invitados por el salón.

Para Antoni Llorens, presidente de Alimentaria, “el gran éxito de participación de esta edición demuestra la solidez del sector incluso en un contexto internacional tan complejo como el actual. Gracias a sus 50 años de trayectoria, Alimentaria continúa siendo una herramienta de internacionalización imprescindible para nuestra industria”.



La feria fue inaugurada por Su Majestad el Rey Felipe VI.

Cabe destacar que la feria fue inaugurada por Su Majestad el Rey Felipe VI, quien realizó un amplio recorrido por distintos pabellones del salón, donde pudo conocer de primera mano la actividad de empresas y entidades representativas del

sector alimentario. Durante la visita, el Rey mantuvo encuentros con responsables de compañías, organizaciones sectoriales e instituciones públicas, abordando las principales innovaciones, tendencias y retos de la industria. El recorrido incluyó

espacios dedicados a la restauración, al equipamiento hostelero, productos gourmet, panadería y café, alimentación ecológica, industria cárnica y láctea, así como espacios de representación institucional y participación internacional.



RITA BRAZ FRADE
Broker

(+351) 916 526 501
broker@dazeite.pt **www.dazeite.pt**



Presentación del informe de Ecovalia.

Don Felipe también visitó el área The Alimentaria Hub, donde pudo conocer las principales novedades y últimas tendencias de esta edición; y también el espacio La Plaza Eco, donde productores, distribuidores y expertos del sector ecológico nacional dieron a conocer sus productos.

Asimismo, desde la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía resaltaron que esta Comunidad contó con el mayor espacio expositivo en el pabellón "Lands of Spain" de Alimentaria 2026. El stand de la región superó los 1.900 metros cuadrados, que albergó la participación de un total de 166 entidades que asistieron bajo el paraguas de la marca "Gusto del Sur".

Las empresas andaluzas que acudieron a la muestra lo hicieron tanto de forma independiente como agrupadas en torno a Consejos Reguladores de DOPs e IGP, diputaciones provinciales, la Asociación de Queseros Andaluces "Quesandaluz" o el Clúster Agroalimentario de Andalucía "Landaluz". Entre las empresas co-expositoras del stand figuraron firmas de Córdoba, Granada, Huelva, Jaén y Sevilla; y en el caso de las menciones de calidad, los Consejos Reguladores contaron con un espacio propio en el stand de la Junta. En esta zona estuvieron representadas 26 empresas que elaboran productos amparados por las DOPs Baena, Sierra Mágina, Sierra de Segura, Sierra de Cazorla y Aloreña de Málaga; así como las IGP Aceite de Jaén, y Acei-



Estand de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de Andalucía.



El ministro Luis Planas junto a otros cargos del MAPA en su visita a Alimentaria.

tuna Manzanilla y Gordal de Sevilla. A su vez, la Denominación de Origen Protegida Priego de Córdoba contó con un stand propio ubicado en un espacio estratégico del recinto ferial, próximo a The Olive Oil Bar, uno de los principales focos de atracción para compradores y profesionales internacionales. En este espacio, los visitantes pudieron conocer la amplia gama de marcas amparadas, así como los valores diferenciales que definen a los aceites de la DOP: excelencia, origen, trazabilidad y prestigio internacional, según resaltó este

sello de calidad. El stand de la entidad también sirvió como escaparate no solo del producto, sino también del territorio, incorporando la promoción del oleoturismo de la comarca de la mano de la Delegación de Turismo de Priego de Córdoba. Durante la feria, acompañaron a la DOP en su espacio expositivo las marcas amparadas *Legatvm*, *Oliva Sí* y *Cladivm*. Paralelamente, estuvieron presentes en Alimentaria otras firmas de referencia vinculadas al sello como Almazara de Muela o Almazaras de la Subbética.



Premiados en los BIO ECO Awards.

Expansión del sector ecológico

Alimentaria preparó una edición estratégica para el sector ecológico con el espacio “Organic Foods”, donde se desplegaron 1.450 metros cuadrados dedicados íntegramente al universo *bio*, con más de 200 marcas y un pabellón de productores españoles impulsado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA). Y es que este departamento participó en la feria con un espacio institucional de 587 metros cuadrados, donde estuvieron presentes 80 pequeñas empresas del sector ecológico procedentes de toda España. Este espacio, estructurado en cinco stands, tuvo como objetivo dar visibilidad a la producción ecológica nacional, en línea con la campaña “*Aquí somos Eco-lógicos*”.

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, visitó este espacio en Alimentaria, una feria que consideró que es “el mejor reflejo del liderazgo, la innovación y la proyección internacional del sistema agroalimentario español”.

Organic Foods 2026 incorporó la Ruta Eco, que configuró un recorrido selectivo por todos aquellos expositores de Alimentaria+Hostelco con productos ecológicos en su catálogo, facilitando a los profesionales una visión estructurada de novedades, tendencias y oportunidades clave en este sector.

Como novedad del salón, destacó el proyecto La Plaza Eco, un espacio para conferencias, debates y *networking* donde se fomentaron las conexiones estratégicas entre productores, distribuidores, expertos y agentes del mercado. La Plaza Eco acogió, entre otras, la presentación en primera del informe “*Datos de producción y consumo ecológico en España*”, presentado por Ecovalia y del cual se desprende que la alimentación ecológica ha dejado de ser una tendencia minoritaria para convertirse en un hábito cada vez más integrado en la vida cotidiana de los españoles. El estudio sitúa los productos ecológicos en dos tercios de los hogares del país y revela que el auge de la alimentación ecológica responde a una combinación de factores sociales, económicos y culturales. Entre ellos, figura la relación entre el consumo y el poder adquisitivo, el arraigo de una cultura

Todos los aceites
dejan huella,
nosotros la analizamos.



Más de 35 años acompañando
al **sector olivarero**, conectando
con sus necesidades y
aprendiendo de él.





Mercacei, entre los protagonistas de Alimentaria

Fiel a su cita con Alimentaria, Grupo Editorial Mercacei contó con stand propio donde estuvieron presentes sus publicaciones, disponibles también para los visitantes en diversos espacios de la feria como The Olive Oil Bar o el *press pool*.



gastronómica orientada a la calidad, la apuesta por el producto local y un mayor nivel educativo que impulsa la conciencia ambiental. Sobre el perfil del consumidor, apunta que más del 70% del gasto procede de personas mayores de 50 años, principalmente parejas de renta media-alta, con o sin hijos, y hogares de jubilados. En cuanto a la cesta de la compra, el consumidor ecológico prioriza la calidad frente al precio. Además, desvela que la salud sigue siendo el principal motivo de compra, especialmente en hogares con niños pequeños o personas con problemas de salud.

Cielo y Tierra Olive, reconocida en los BIO ECO Awards

Entre las diversas actividades que se llevaron a cabo en el marco de la feria destacaron los premios BIO ECO Awards, organizados por la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) y Alimentaria. En concreto, Furikake, un condimento a base de semillas de sésamo y algas marinas deshidratadas de producción ecológica de la compañía Porto-Muiños, fue reconocido como el producto ecológico español con más potencial para la internacionalización. En esta categoría

Galardonados en los Premios Innoval.



también fue distinguida, en segundo lugar, la empresa Cielo y Tierra Olive, con *Phenomenal Bioshots*, un aceite de oliva virgen extra ecológico, de elevado contenido en polifenoles y presentado en un formato funcional de 20 ml. En tercer lugar, se reconoció al lomo de bellota 100% ibérico ecológico de Embutidos Fermín, procedente de ganadería ecológica certificada.

Asimismo, el pan crujiente orgánico de ABONETT se alzó con el primer premio en la categoría producto ecológico internacional con mayor potencial para el mercado español. La empresa de Hungría destacó con una propuesta de

pan crujiente elaborado con trigo sarraceno, sin gluten y con un alto contenido en fibra. En segundo lugar, se otorgó el premio a la empresa polaca Oleowita Oil, por su propuesta de aceite de semilla de calabaza orgánico y que funciona como un excelente complemento para pan, pasta, sopas y salsas. El tercer finalista fue la industria suiza Holle baby food AG, que presentó una leche de continuación de cabra ecológico para bebés.

A su vez, los BIO ECO Awards incluyeron una categoría para premiar al producto ecológico con mayor potencial en el canal Horeca. En este caso, Bodegas Robles se alzó con el



rural donde está enclavado, fue la segunda finalista en esta categoría; mientras que el tercer puesto recayó en la Miel de Bosque, de la empresa Miel de León, un producto natural de alta calidad, producida en los Montes de León

Impulso del canal Horeca y la innovación

Una de las áreas de mayor éxito de esta edición fue a dedicada al canal Horeca que, en línea con la apuesta estratégica del certamen por el *food-service* y la hostelería, creció este año un 40% reuniendo más de 600 empresas del sector. La gran participación de público junto al programa de actividades y las innovaciones presentadas, reflejan para el presidente de Hostelco, Pere Taberner, “el dinamismo y la capacidad de transformación tanto de la industria alimentaria en su conjunto, como del sector horeca en particular”.

Por su parte, la innovación volvió a ser uno de los grandes ejes de Alimen-



La gerente de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, Teresa Pérez, participó en la Cumbre Agroalimentaria.

primer puesto con su vermut VRMT, una “receta Andalusí” sobre la base de un vino oloroso ecológico y envejecido durante ocho años en barricas. Por su

parte, las mermeladas con sirope de agave de Valle del Taibilla, producto especial para el maridaje y que ayuda a la conservación ambiental de la zona

JAENCOOP
grupo

**DEL ORIGEN
NACE LA EXCELENCIA**



jaencoop.com

AENOR

ACEITE DE OLIVA
VIRGEN EXTRA



Relevancia del AOVE

Cabe destacar que el aceite de oliva virgen extra tuvo una importante cuota de protagonismo en el 50º aniversario de esta cita en áreas consolidadas como The Olive Oil Bar, que cumplió 20 años en esta edición, y en un nuevo espacio denominado *Village AOVes*, dirigido a pequeños y medianos productores y envasadores. Se trata de un formato accesible y especializado que permitió a estas empresas presentar sus productos, participar en actividades de promoción y conectar con compradores en un entorno profesional y altamente cualificado.

La directora de la empresa Food Consulting y coordinadora de The Olive Oil Bar, Marta Angulo, resaltó a *Mercacei* que desde 2006 este espacio lleva ofreciendo a compradores, medios de comunicación y otros agentes del sector una selección muy interesante de los aceites de oliva vírgenes extra presentes en la feria, que suelen representar una parte importante de la oferta de AOVes de calidad Premium de nuestro país. Desde una ubicación destacada en esta edición, junto a The Alimentaria Hub y rodeada de empresas del sector, The Olive Oil Bar recibió numerosos visitantes tanto nacionales como internacionales interesados en conocer de cerca los distintos zumos expuestos para su cata.

“The Olive Oil Bar actúa como espacio aglutinador y foco principal de interés para los operadores interesados en nuestros AOVes. Es el punto de exposición y degustación comparada, facilitador de información y parada obligada para compradores que quieren informarse previamente a sus visitas comerciales”, explicó Angulo.



Asimismo, precisó que un total de 104 referencias participaron en esta edición, de las cuales 52 correspondieron a AOVes de producción convencional, 35 a producción ecológica y nueve fueron especialidades. Además, en esta ocasión la DOP Siurana participó en un módulo especial con ocho de sus aceites. Entre las variedades presentes, Angulo destacó la picual, la arbequina y la hojiblanca, junto a otras como la coratina, la farga, la lecciana o la koroneiki.

taria+Hostelco con The Alimentaria Hub como epicentro del conocimiento, las tendencias y la transformación del sector. Este espacio reunió a más de 200 expertos nacionales e internacionales en foros y seminarios sobre sostenibilidad, digitalización, seguridad alimentaria y nuevos hábitos de consumo.

A su vez, el espacio Innoval albergó más de 300 novedades impulsadas por la transformación de los hábitos de consumo, el interés por opciones más saludables, el compromiso con la sostenibilidad y la búsqueda de experiencias gastronómicas de calidad. Y las mejores novedades fueron reconocidas en los Premios Innoval, en concreto en las categorías de Canal Retail, Horeca, Impulso, Tendencias, Distribuidor y Producto. Algunos de los productos premiados fueron la Pintura de Gamba by Caviaroli, una emulsión gourmet de alta concentración, elaborada con gamba roja del Mediterráneo, con la que la marca pionera en esferificación y encapsulado de aceite

de oliva ofrece un elemento diferenciador a las recetas de los profesionales de la cocina creativa; o Lingote de Mar, de Eurocaviar, por su capacidad de reinterpretar la hueva tradicional con una preparación de mújol envuelto en alga nori y confitado en aceite de oliva.

Además, más de 60 empresas participaron en Food&Hospitality Startups, el espacio para el emprendimiento y lanzamiento de soluciones disruptivas, desde alimentos funcionales y proteínas vegetales hasta aplicaciones de IA para una nutrición personalizada.

Cumbre Agroalimentaria

Por otro lado, Alimentaria acogió la segunda edición de la Cumbre Agroalimentaria, organizada por la Fundación Incyde de la Cámara de España y la Fundación Dieta Mediterránea. El encuentro reunió a líderes empresariales y representantes institucionales, junto a actores sociales y expertos internacionales, para debatir las estrategias que deben guiar al sector

en un mercado global en profunda transformación, poniendo especial foco en los recientes acuerdos de la Unión Europea y Mercosur.

El acto inaugural de esta cumbre contó con la participación del ministro Luis Planas, quien destacó el papel de España como potencia agroalimentaria, subrayando que el país “cuenta con productos seguros, de calidad e innovadores que la hacen imbatible”. Asimismo, apeló a la responsabilidad estratégica del sector en un momento en el que la evolución de los acuerdos comerciales abre nuevas oportunidades.

También intervino el conseller de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de la Generalitat de Cataluña y presidente de la Fundación Dieta Mediterránea, Òscar Ordeig, quien subrayó el reto de “producir más con menos” y reivindicó los valores de la Dieta Mediterránea como uno de los sistemas alimentarios más sostenibles y saludables del mundo, destacando

la importancia de la cooperación para garantizar el futuro del sector.

Por su parte, el presidente de la Fundación INCYDE, José Luis Bonet, puso en valor la colaboración público-privada como motor del sector, destacando que “solo con la suma de capacidades podremos afrontar los desafíos en un entorno marcado por la incertidumbre”.

La Interprofesional del Aceite de Oliva Español también participó en la Cumbre Agroalimentaria, donde Teresa Pérez, gerente de la organización, resaltó que este evento supuso “una oportunidad para transmitir al mundo que España es líder mundial de producción, comercialización y calidad de los aceites de oliva. Para ello, contamos con un ejemplo, el de las DOPs e IGP, con un total de 34 referencias reconocidas por la Comisión Europea y que avalan no sólo la calidad del producto, sino también la zona geográfica de producción”.

La entidad puso a disposición de los cientos de participantes en esta cumbre, entre ellos representantes de los gobiernos de Perú, Paraguay, Colombia, Uruguay, Ecuador y España, una muestra de los AOVEs de estos sellos de calidad, los cuales también se pudieron degustar. Además, se les trasladó qué aportan estas figuras tanto al consumidor como al tejido social y productivo de las zonas donde se desarrollan. En este sentido, Enric Dalmau, presidente de la DOP Les Garrigues y de la Sectorial Nacional del Aceite de Oliva Virgen con Denominación de Origen, resaltó que estos sellos “certifican una calidad, una manera de trabajar, una manera de hacer y una cultura”.

Se trata de un modelo que está en plena expansión, según José Gilabert, presidente de la IGP Aceite de Jaén: “El objetivo en esta nueva fase del Consejo Regulador es precisamente aunar a cada vez más empresas, más cooperativas y más profesionales en torno a una estrategia de calidad y de diferenciación. Y la herramienta IGP-DOP es fundamental”.

Pero más allá de la calidad y el fortalecimiento del tejido social, el sector también fue ejemplo de sostenibilidad. Al respecto, Teresa Pérez trasladó los hitos en este campo del sector: “Hemos tenido la oportunidad de compartir nuestro liderazgo en esta materia y mostrar también cómo este sector aprovecha todo lo que se produce en su entorno para valorizar la actividad”. Un aspecto en el que también incidió Francisco Reyes, presidente de la Diputación Provincial de Jaén: “Una agricultura sostenible da un producto de calidad como son los aceites de las DOPs, donde el agricultor mima y cuida el olivo. La calidad hay que pagarla. Una parte de la población está dispuesta a hacerlo, pero si no nos concienciamos de que este producto es fundamental para la salud, difícilmente seremos capaces de conquistar nuevas cocinas y nuevos paladares”.

Fruto de la colaboración de Alimentaria+Hostelco con la Fundació Banc dels Aliments, un centenar de voluntarios de la ONG recogieron más de 20.000 kilos de alimentos y bebidas donados por las empresas expositoras.

La próxima edición de Alimentaria+Hostelco tendrá lugar del 20 al 23 de marzo de 2028 en el recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona. 🟢

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



Galería de novedades

El AOVE y el síndrome del biberón

Los productores de AOVE mostraron en Alimentaria sus novedades y muchos de ellos coincidieron en el lanzamiento de un formato disruptivo que ya se ha puesto de moda: el biberón.



Gama de chocolates de Campos de Biatia.



El AOVE *La Buena Moza*, de la SCA La Unión de Chilluévar.



Pintura de *Gamba* by Caviaroli que se alzó con dos galardones en los Premios Innoval 2026.



Corona de Baena, el AOVE del restaurante con 2 estrellas Michelin, NOOR, del chef Paco Morales.



Deortegas y su nuevo AOVE *Sexta Esencia*, elaborado a partir de las variedades hojiblanca, picual y cornicabra.



Las galletas *María del Sur*, de Family Biscuits, elaboradas al 100% con virgen extra.



El virgen extra *Fontfleurie*, de Cuadrat Valley, enfocado al canal HORECA.



Cortijo la Torre en formato *bag in box*.



Biberones de *La Española* que se comercializan exclusivamente a nivel internacional.



Insigne AOVE, nueva referencia proveniente de una pequeña finca familiar de 12 hectáreas y ubicada en el municipio de Antequera.



Red Elixir, el shot de virgen extra de Enboca AOVE.

ORIGEN
EXCELENCIA*y*



CAJA RURAL
JAÉN



Galería de novedades



Nueva gama de productos gourmet *Don Remigio*, de Oleícola Jaén.



Lucio Milenium, nuevo AOVE proveniente de olivos centenarios de la variedad lucio.



Edición mini en formato de lujo de *Arbor Sacris*, limitada y numerada.



Formato biberón de *Familia Alsina Casanoves*.



Biberón *Vallejo Easy*, de Aceites Vallejo.



Modernos biberones de la marca *Moxie*, de Pago de Espejo.



Rediseño del packaging de *Omed Picual*.



Biberón *Squeeze* de 500 ml. de Tierras de Tavera.



Estuche *Morning Ritual* de Nobleza del Sur.

Nuevo AOVE *NOS Arbequina Everyday*, de Grup Cooperatiunió.



Aceite corporal de *Sanolive*, elaborado con AOVE con DOP Sierra de Segura, hueso de albaricoque, aceite de almendra y semilla de uva.

Elegante e innovador formato de monodosis de *iOeas Limonene* e *iOeas Lecciana*, de Vianóleo.





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



La segunda edición de SOL Expo en Italia atrae a más de 4.000 visitantes



SOL Expo, la feria dedicada a la cadena de suministro del aceite de oliva y las aceitunas, que se celebró en Veronafiore del 1 al 3 de marzo, atrajo a más de 4.000 visitantes, entre profesionales, empresas, restauradores, consumidores y apasionados del AOVE, duplicando la asistencia respecto a su primera edición en solitario en 2025.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

[Fotos: Veronafiore EnneviFoto]

a SOL Expo asistieron más de 300 operadores internacionales de 38 países, incluidos 80 compradores destacados de 25 países -Estados Unidos, Japón, China, Alemania, Dinamarca, Francia, Bélgica, Hungría, Catar, Israel, Bosnia y Herzegovina, Azerbaiyán, Finlandia, Suiza, Canadá, Países Bajos, Kazajistán, Marruecos, Arabia Saudí, Singapur, Corea del Sur, Croacia, Austria, Serbia y Estonia-, gracias al programa conjunto con ITA-Italian Trade Agency. Con 15 regiones productoras presentes en el recinto ferial y 230 empresas de Italia, Eslovenia, España y Hungría, SOL Expo acogió a las principales asociaciones del sector y albergó

un programa de más de 90 eventos que abordaron temas de actualidad, formación y sabor, en un recorrido que abarcó la industria italiana del aceite de oliva desde el norte hasta las islas.

“Esta segunda edición responde al reto lanzado el año pasado de crear un evento íntegramente dedicado a un producto *Made in Italy* con un amplio margen de promoción y un importante potencial de crecimiento”, declaró el presidente de Veronafiore, Federico Bricolo.

Bricolo subrayó que “nuestras ferias, como SOL Expo, son un punto de encuentro para los negocios, un foro de debate y una oportunidad para el diálogo abierto entre la cadena de suministro, las instituciones, las asociaciones y los consumidores: un facilitador para el sistema

italiano capaz de ofrecer incentivos concretos para el desarrollo del sector”.

Durante su visita a la muestra, el ministro de Agricultura, Soberanía Alimentaria y Forestal de Italia, Francesco Lollobrigida, resaltó que “necesitamos poder explicar el aceite de oliva virgen extra incluso a aquellos en el resto del mundo que no tienen idea de lo que realmente es. Explicarlo significa dejarles probarlo, compartir su historia y valor, para que entiendan por qué el aceite de oliva virgen extra no se puede vender a 2,99 euros o incluso a 5 euros”.

“El valor económico sirve para recompensar la producción inicial: un producto de calidad sólo se logra si quienes lo producen tienen un ingreso justo. El precio correcto también debe reflejar el

respeto por el medio ambiente, las normas laborales, la calidad y el bienestar”, afirmó el ministro italiano, al tiempo que abogó por aumentar y proteger la producción.

Retos del mercado en un mundo cambiante

Entre los temas más destacados del programa resaltó la conferencia dedicada a “*Los retos del mercado del aceite de oliva en un mundo cambiante*”, que contó con la participación de Joseph R. Profaci, director de director ejecutivo de la North American Olive Oil Association (NAOOA), quien apuntó que “estamos en un momento muy difícil para nuestro sector. La Administración estadounidense considera que los aranceles son una parte importante de la economía, por lo que se mantendrán. Como asociación, estamos haciendo todo lo posible para convencer al Gobierno de la necesidad de una exención para un producto tan saludable como el aceite de oliva, cuya producción nacional es insuficiente para cubrir la demanda. Mientras tanto, debemos comprender el impacto que esto tendrá en el sector del aceite de oliva. En 2024 observamos un aumento de precios de aproximadamente el 25%, pero las ventas en el comercio minorista a gran escala se contrajeron sólo un 8%, lo que indica un mercado menos elástico de lo que cabría esperar. Las compras están disminuyendo particularmente entre las familias con ingresos por debajo de la media, mientras que las de las familias más adineradas han aumentado”.

En este contexto, según se puso de manifiesto, la promoción adquiere un papel cada vez más crucial, incluso en el marco del Plan Nacional del Aceite de Oliva. Patrizio Giacomo La Pietra, subsecretario del Ministerio de Agricultura italiano, se refirió específicamente a dicho plan, asegurando que “dentro de los 300 millones de euros que se están debatiendo para el sector del aceite de oliva, hemos incluido 10 millones de euros iniciales específicamente destinados a la promoción, a los que se sumarán 175 millones de euros durante los próximos cinco años en el marco de la OCM, que se canalizarán hacia los objetivos del plan. Además, tras la campaña promocional lanzada para el vino, también llevaremos a cabo un *spot* para el aceite de oliva”.

Por su parte, el director adjunto del Consejo Oleícola Internacional (COI), Abderraouf Laajimi, consideró que “la dinámica de precios está estrechamente ligada a la producción y no se trata de fenómenos especulativos: la volatilidad es una característica estructural de este mercado. Pero debemos comprender y destacar el impacto del cambio climático en la frecuencia e intensidad de esta variación, y trabajar para lograr una producción más estable a nivel internacional”.

Según Matteo Zoppas, presidente de la Agencia ICE, “el aceite de oliva está experimentando un periodo de dinamismo. En el ámbito de las exportaciones, observamos un aumento en los volúmenes y una disminución en los ingresos en términos de valor. Debemos intensificar nuestros esfuerzos de promoción y ayudar a las empresas y los productos a presentarse aún mejor. El objetivo es consoli-

SpectraAlyzer 2.0 Olive

Analizadores de sobremesa “TODO en UNO”

Miden: Aceituna Entera + Orujo/Alperujo +

Aceite de Oliva + Hoja/Suelo de Olivar



Sistema NIR-Almazara de Polytec

Analizador de proceso “TODO en UNO”,

sin tener que coger muestras en porciones.

Miden: Todas las Aceitunas de cada lote,

Orujo/Alperujo 24/7 y AOVE 24/7

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



¿Qué distingue a AxFlow?

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

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

☎ 91 729 18 18 @ axflow@axflow.es

Delegaciones: Andalucía - Castilla La Mancha - Cataluña.



dar nuestro posicionamiento y alejarnos de la categoría de *commodity* para que nuestra oferta sea menos sustituible”.

La calidad prevalece sobre el precio

Durante la segunda jornada del evento también se presentó una encuesta realizada por Nomisma para SOL Expo -que incluyó 2.000 entrevistas-, de la que se desprende que el 42% de los consumidores italianos compra aceite de oliva virgen extra directamente al productor, la almazara o al mercado agrícola, y lo hace por la calidad. Según los resultados de este estudio, el 70% de los entrevistados cree que la calidad es mejor cuando se compra directamente a los productores y está dispuesto a pagar una media de dos euros más por litro para premiar el producto.

“Vemos que, en el relato de los productores, la percepción de la calidad se entrelaza con la dimensión de la confianza y el apoyo a la economía local”, explicó Evita Gandini, directora de Market Insight de Nomisma. Según Gandini, estos elementos son especialmente relevantes para los consumidores mayores de 60 años que viven en el sur o en las islas y que tienen un estilo de vida urbano. No se trata simplemente de una cuestión de precio, sino de una dimensión cultural que aún parece estar poco arraigada en el centro y norte de Italia y entre los jóvenes. Esta distancia geográfica y demográfica también parece influir en la propensión al oleoturismo. “Si bien es cierto que, en general, el 45% de los encuestados está dispuesto a visitar regiones aptas para la producción de AOVE, los encuestados más interesados también provienen del sur y de las islas, tienen entre 45 y 60 años, ya consumen aceite de oliva virgen extra con frecuencia y compran directamente al productor. De ahí surge la necesidad de trabajar en la comunicación de un producto tan apreciado y difundido que se encuentra entre los más representativos de la cocina italiana, pero que al mismo tiempo sigue



El ministro de Agricultura de Italia, Francesco Lollobrigida, durante su visita a la feria.



Patrizio Giacomo La Pietra, subsecretario del Ministerio de Agricultura italiano; y Federico Bricolo, presidente de Veronafi.

siendo desconocido”, señaló Gandini.

Según los resultados de la encuesta, el AOVE italiano es, de hecho, el tercer símbolo más popular de la mesa italiana, tras la pasta y la pizza, votado por uno de cada dos encuestados y presente en el 96% de los carros de la compra. Sin embargo, la encuesta destaca que 6 de cada 10 consumidores desearían más información sobre las propiedades saludables del producto, y al 74% le gustaría saber más sobre la sostenibilidad de la cadena de suministro.

Y no es de extrañar que los restaurantes puedan marcar la diferencia. La encuesta detalla que, para la mitad de los entrevistados, las historias y la información sobre el productor o el proceso influyen en sus decisiones de compra, mientras que el 42% presta atención al

aceite que se sirve en la mesa del restaurante. Aproximadamente, cuatro italianos de cada diez (38%) desearía poder elegir el aceite de la carta, y el 77% espera que un local prestigioso ofrezca aceites de la misma calidad.

Control de las importaciones

Asimismo, en el marco de la feria se celebró el debate “*Del mercado europeo al mediterráneo hasta Mercosur*” -moderado por Alberto Grimelli, periodista de *Teatro Naturale*- en el que participaron los eurodiputados Stefano Cavedagna, de la Comisión de Mercado Interior del Parlamento Europeo; Dario Nardella, de la Comisión de Agricultura del Parlamento Europeo; Patrizio Giacomo La Pietra, subsecretario de Ministerio de Agricultura de Italia; y el director gerente de la Fundación Olivar, Javier Olmedo.

“Si se descubre fraude en Italia, es porque se están realizando controles”, inició el debate La Pietra, quien consideró que “el sistema italiano es uno de los mejores y debe convertirse en un sistema europeo de pleno derecho”.

“Necesitamos una agencia europea, una unión aduanera europea”, coincidió Dario Nardella, quien se mostró de acuerdo “con la extensión del modelo italiano a toda Europa, así como con la interoperabilidad transfronteriza. Hoy en día, ya no es una oportunidad, sino una necesidad. Las barreras existentes entre un Estado y otro agravan la falta de controles”.



Stefano Cavedagna compartió la misma opinión: "Europa, como organismo económico responsable de nuestra protección, debería ser mucho más agresiva en la lucha contra estos riesgos. Somos descendientes de una mentalidad del norte de Europa que no aprecia la calidad económica ni la salubridad de los productos mediterráneos. Italia debe liderar una pequeña revolución en la defensa de nuestros productos, incluso frente a quienes buscan perturbar el mercado".

"Creo que el modelo de control italiano también encontraría apoyo en España", afirmó Javier Olmedo, al tiempo que precisó que "casi todas las cooperativas e industrias que trabajan seriamente desearían que se ampliara. En algunas campañas necesitamos aceite importado, pero debe ser un aceite de calidad y sometido a todos los controles necesarios. Intentemos extender el sistema italiano a toda Europa y a todas las fronteras, para proteger realmente

este producto de calidad que tenemos en Italia, pero también en España".

Además, entre las peticiones que se expusieron se encuentra la de formar un frente unido entre los países mediterráneos ante la nueva PAC: "Debemos trabajar en equipo y convertir el aceite en uno de los pilares de la estrategia de promoción agroalimentaria", concluyó Nardella, quien consideró que "debemos proponer un Plan Europeo del Aceite de Oliva y una Organización Común de Mercado (OCM) para el aceite de oliva virgen extra tan sólida como la del vino. Este producto ya no puede ser el hermano pequeño del vino".

Según datos de la Encuesta de Consumidores de Italia realizada por Nomisma para SOL Expo 2026, uno de cada tres consumidores italianos ni siquiera se plantearía comprar un aceite de oliva virgen extra de calidad de fuera de la UE, mientras que uno de cada cuatro afirmó estar interesado en comprarlo, incluso a un precio inferior. Mientras

que la mitad de los entrevistados estaban dispuestos a gastar más de 10 euros por litro en AOVE italiano, nueve de cada diez no alcanzarían esta cantidad para un aceite no comunitario, con un 73% bajando el listón a 7 euros. La disposición a gastar aumenta solo ligeramente para los aceites de la UE, con un 45% dispuesto a gastar entre 5 y 7 euros por litro y un 44% en el rango de 8 a 10 euros. En el otro extremo de la escala, los precios más altos son para el AOVE con DOP-IGP italiano, con más de un tercio (35%) de los consumidores que cree que es razonable pagar más de 14 euros por litro, seguido por un 36% en la horquilla de 10 a 14 euros.

Aceite de oliva sostenible

Entre los temas que abordó SOL Expo también destacó la sostenibilidad que, tal y como se expuso, puede ser un activo estratégico para el mercado del aceite de oliva *Made in Italy*, pero es necesario encontrar las herramientas



LLENADORAS VOLUMÉTRICAS Y MÁSCAS



EQUIPOS ROTATIVOS Y LINEALES

- Llenadoras para aceite comestible con sistemas volumétricos, caudalímetros máscas o por nivel. Con cierre automático para tapón a presión o rosca pilfer – proof.
- Equipos especiales para miniaturas

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

LLENADORAS SEMI-AUTOMÁTICAS



Industria Ausere S.L.

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

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

ausere@ausere.es
www.ausere.es



de formación e información adecuadas para conectar a un consumidor con una propensión natural a la compra sostenible de un producto intrínsecamente ecológico. Así se constató en la conferencia “¿Cuánto deseo de sostenibilidad?: De la realidad científica a la narrativa del aceite de oliva virgen extra”, donde Ettore Capri, de la Università Cattolica di Piacenza, afirmó que “los consumidores tienen conocimientos limitados; se necesita formación para ayudarles a comprender las diferencias. El cultivo sostenible permite que la variedad se exprese plenamente, incluso desde una perspectiva organoléptica. Desde un punto de vista químico, los productos sostenibles tienen mejores propiedades, pero esta calidad debe demostrarse y también se necesitan directrices sobre el proceso de cultivo”. Por su parte, Mariella Cerullo, directora de relaciones institucionales de Oleificio Zucchi, empresa italiana que ha desarrollado e implementado un estándar de producción sostenible, coincidió en que “el consumidor no es una entidad abstracta; confía en lo que sabe y en lo que es inequívoco, claro y transparente. Además, siempre transmite la narrativa: si lo que se anuncia es una promoción constante, el precio será el único factor determinante de la elección. Por ello, debemos empezar con normas claras y educación. Los consumidores italianos ya están muy interesados en el tema y la certificación es la garantía que sustenta su confianza. Y el Estado debe actuar como garante. En este sentido, hemos desarrollado y presentado a las instituciones directrices para un estándar público”.

Y es que, según la encuesta de consumidores realizada por Nomisma para SOL Expo, el 74% de los italianos solicita más información sobre la sostenibilidad del aceite de oliva y la cadena de suministro, según destacó Barbara Ferro, directora general de Veronafiere. Ocho de cada diez consumidores afirma estar más inclinado a comprar tras una comunicación centrada en la sostenibilidad del producto. “Esto confirma que la sostenibilidad implica adoptar estilos de vida, comportamientos de consumo y prácticas que permitan preservar nuestro patrimonio para las generacio-



La feria atrajo a profesionales, empresas, restauradores, consumidores y apasionados del AOVE.

nes futuras. Por lo tanto, hablamos de resiliencia y durabilidad, y el olivo es el símbolo de esta durabilidad. Los olivos han presenciado y sobrevivido al cambio climático”, precisó.

El director ejecutivo adjunto del COI, Abderraouf Laajimi, también enfatizó que “la sostenibilidad es fundamental para el sector oleícola: se trata de un cultivo resiliente, eficiente en el uso del agua, capaz de adaptarse a diferentes contextos y de contribuir al secuestro de carbono. Una hectárea puede ab-

sorber 4,5 toneladas de CO₂ al año, lo que significa que un solo árbol puede absorber la huella de carbono de una persona. Desde el COI hemos lanzado una iniciativa para desarrollar un mercado voluntario de créditos de carbono, proporcionando una herramienta gratuita para que los productores la utilicen y les permita obtener ingresos a partir de los créditos de carbono. Actualmente, estamos desarrollando el *software* y ya está en marcha un proyecto piloto con la participación de 28 países”. 🌱



GP

González y París

La experiencia marca la diferencia



Olio Capitale cumple expectativas: crecimiento de expositores y consolidación de visitantes



Un total de 233 expositores de 14 regiones italianas y uno de Croacia, compradores de 13 países de todo el mundo, 25 restaurantes que ofrecieron platos con el aceite de oliva como protagonista y 10 bares que elaboraron para la ocasión diversos cócteles con AOVE. Estas fueron algunas de las cifras de Olio Capitale 2026, el Salón de los Aceites de Oliva Vírgenes Extra Típicos y de Calidad, que se celebró del 13 al 15 de marzo en Trieste, en Generali Convention Center de Porto Vecchio (ahora Porto Vivo).

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

Se trata de la 18ª edición de la única feria de aceite de oliva virgen extra donde la producción italiana está ampliamente representada y que supuso un punto de encuentro para cientos de profesionales del sector, así como una oportunidad para que el público asistente conociese a los productores, las características de sus aceites y su procedencia, además de participar en catas y otras iniciativas. Y es que este año la feria estuvo repleta de novedades, curiosidades, asistentes e importantes innovaciones.

“Olio Capitale cumplió las expectativas con un aumento de expositores y un incremento de visitantes, pasando de 14.200 a casi 15.000, lo que demuestra su vocación internacional. Somos conscientes de que este evento ha contribuido significativamente a dar a conocer el

aceite de oliva virgen extra de calidad y sus beneficios para la salud”, resaltó al concluir el evento Massimiliano Ciarrrocchi, vicepresidente de la Cámara de Comercio de Venezia Giulia.

La feria está organizada por la Cámara de Comercio de Venezia Giulia, a través de su empresa Aries, y coorganizada por Comune di Trieste, con la colaboración de la Associazione Nazionale delle Città dell'Olio e Isnart, mediante el proyecto especial Mirabilia, y con el apoyo de Sono Friuli Venezia Giulia y Unioncamere.

Por su parte, el presidente de Associazione Nazionale delle Città dell'Olio, Michele Sonnessa, destacó que “nos reunimos en Trieste con las numerosas ciudades italianas productoras de aceite -99 organizaciones, empresas, alcaldes y administradores- para compartir los eventos, las iniciativas y la extraordinaria labor que realizan, de norte a sur,

para promover este excepcional producto, el aceite de oliva virgen extra de calidad, y para realzar el extraordinario paisaje y patrimonio ambiental que representan nuestros olivos”.

En concreto, las ciudades de Basilicata, Lazio, Puglia y Cerdeña centraron una serie de encuentros programados durante la feria en el Área Città dell'Olio con el fin de difundir la cultura del AOVE. Así, se organizaron más de 20 charlas para promover los aceites de la región y la belleza paisajística, histórica, cultural y arquitectónica de las comunidades del aceite.

Sonnessa resaltó que “la participación de Città dell'Olio en Olio Capitale confirma el compromiso de nuestra asociación con la promoción de la excelencia del aceite de oliva virgen extra y la difusión de su cultura”. Entre otras iniciativas que promovió esta entidad en



Inauguración de Olio Capitale.

la feria se refirió a la firma del convenio con la Universidad de Tuscia, “que representa un paso estratégico en la construcción de una oferta oleoturística

integrada. Gracias a esta colaboración, podremos desarrollar proyectos de investigación y formación, apoyar la valorización de los territorios y reforzar el

vínculo entre la universidad, los productores y los operadores del sector”.

Asimismo, Città dell’Olio presentó la marca *Le Comunità dell’Olio*, que representa la unión de las comunidades del aceite, “símbolo de calidad, identidad territorial y promoción de la excelencia italiana”.

Nuevas generaciones

Este año, el evento puso el foco en el tema de las nuevas generaciones, con los jóvenes -productores y consumidores de AOVE- como protagonistas. El objetivo fue destacar el papel fundamental de las nuevas generaciones de emprendedores para transmitir el conocimiento y la tradición del cultivo del olivo en Italia, los cuales estuvieron presentes en numerosos stands, lo que resultó “un acierto”, según los organizadores de Olio Capitale.

En la conferencia dedicada a los jóvenes, Federica Cisilino, investigadora

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





del CREA (Consejo para la Investigación Agrícola y el Análisis de la Economía Agraria), apuntó que los datos del Instituto Nacional de Estadística (Istat) muestran que los jóvenes en la agricultura, aunque son una minoría, representan un segmento dinámico de la agricultura italiana. Según precisó, los jóvenes empresarios agrícolas (menores de 40 años) constituyen menos del 10% de las explotaciones, pero generan un valor superior a su peso estructural, con empresas que, en promedio, son más innovadoras, orientadas a la calidad y más abiertas a la formación, las tecnologías digitales y las prácticas sostenibles. Asimismo, Cisilino detalló el tamaño de las explotaciones dirigidas por jóvenes es, de media, mayor que el de las demás, con una superficie agrícola utilizada (SAU) media de 19 hectáreas. En las explotaciones agrícolas dirigidas por jóvenes se observa un nivel de digitalización más del doble que en las de los mayores de 40 años, así como una mayor propensión a la inversión en innovación, a las cuestiones medioambientales, a las estrategias de mercado y a la diversificación productiva. En línea con el panorama general de los jóvenes agricultores -explicó la investigadora-, también en las explotaciones olivícolas los propietarios menores de 40 años muestran una mayor propensión a invertir en calidad, en la elaboración, una gran atención hacia lo ecológico y las actividades relacionadas (turismo rural, venta directa, energías renovables), asumiendo un papel clave en los procesos de modernización y en la transición hacia modelos productivos más sostenibles y competitivos.

Como jóvenes dedicados a la olivicultura, compartieron sus historias Tony Mancazzo, de la almazara que lleva su nombre en Bitonto; Leonardo y Raffaele Fois, de la empresa Fois Ilario de Ilbono; Giulia De Luca, de la almazara Matalucci Ortenzia de Pineto; y Mara Ventre, de la almazara Ventre de Vibo Valentia; así como el chef Alessio Tagliaferri.

Por otro lado, durante el evento se anunció que el Concurso Olio Capitale será el primero en incluir una sección especial denominada O-liver®, que



El evento albergó numerosas actividades en torno al aceite de oliva virgen extra.

otorgará a los participantes, según requisitos específicos, un sello especial de la Fundación Italiana del Hígado, que certifica las propiedades beneficiosas de un aceite de oliva virgen extra determinado para la salud del hígado. El anuncio se realizó en la ceremonia de entrega de premios de la 20ª edición de este concurso, que ganaron AOVES de Puglia, Toscana y Campania. El sello se introducirá a partir de la edición de 2027.

Inteligencia Artificial en agricultura

En el marco de Olio Capitale también se presentó el proyecto AI-GRAPPE, financiado por el Programa Italia-Eslovenia 2021-2027, del que la Cámara de Comercio de Venezia Giulia es socio colaborador. Se trata de una aplicación tecnológica que permite llevar a cabo una agricultura más sostenible, en particular en lo que se refiere al cultivo del olivo y la vid.

El sistema desarrollado por el proyecto AI-GRAPPE, capitalizando los resultados de proyectos anteriores, utiliza tecnologías avanzadas en la gestión de enfermedades en los sectores vitivinícola y olivarero. Para gestionar eficazmente estas enfermedades, AI-GRAPPE implementa modelos de toma de decisiones basados en Inteligencia Artificial.

El proyecto cuenta con la participación de organismos de investigación, instituciones y empresas de Friuli-Venecia Giulia, Véneto y Eslovenia, con el objetivo de desarrollar herramientas digitales y modelos de predicción que ayuden a los olivicultores a gestionar mejor sus cultivos, hacer frente a los efectos del cambio climático y mejorar la calidad y el rendimiento de la producción.

En general, en la zona transfronteriza entre Italia y Eslovenia, según los impulsores de la iniciativa, el olivar es un sector en crecimiento, con miles de explotaciones involucradas y un interés creciente por soluciones de agricultura de precisión, sensorística y análisis de datos para hacer que las producciones sean más sostenibles y competitivas.

AOVE en los menús y Cockt-Oil

Por otro lado, del 7 al 15 de marzo, en los menús de un total de 25 restaurantes de Trieste que se sumaron a la iniciativa se incluyó el plato "Olio Capitale 2026", que se pudo degustar utilizando la selección de aceites de oliva vírgenes extra de la *Carta degli Oli* y emprender así un viaje sensorial para descubrir las regiones olivícolas italianas.

Además, 10 locales de Trieste ofrecieron deliciosos y originales cócteles con aceite de oliva virgen extra de productores de Città dell'Olio. 🍷



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.



Tecnología, innovación e internacionalización: Enoliexpo concluye con éxito y con la vista puesta en la edición de 2028



La 7ª edición de Enoliexpo, la feria internacional dedicada a las tecnologías para los sectores oleícola, vitivinícola y cervecero, celebrada del 19 al 21 de marzo en la Fiera del Levante de Bari (Italia), concluyó con “gran satisfacción” para sus organizadores. Se trata de una cita que ha reforzado su papel en el panorama nacional e internacional, consolidándose como punto de referencia para la innovación y el intercambio entre los operadores del sector.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

Desde la organización de Enoliexpo resaltaron que las cifras de la edición de 2026 reflejaron un crecimiento significativo: un total de 285 marcas presentes, distribuidas en una superficie de exposición de 20.000 metros cuadrados entre el Nuevo Pabellón y la Zona Exterior.

Cabe destacar la distribución geográfica de las empresas italianas, con el centro y el sur de Italia representando el 63 % de los expositores y el norte de Italia mostrando un crecimiento constante hasta el 37%. También fue importante la participación internacional, con una cuota del 18% de marcas extranjeras presentes y la participación

de operadores procedentes del norte de África, Grecia, Turquía y la zona de los Balcanes, a pesar del complejo escenario geopolítico.

Durante los tres días del evento, unos 10.000 profesionales visitaron la feria y pudieron apreciar las numerosas soluciones tecnológicas presentadas: desde maquinaria para el cultivo de olivares y viñedos, sistemas de digitalización en el campo, innovaciones en los procesos de transformación en almazara y bodega, hasta tecnologías para el envasado, el embotellado, el etiquetado y el embalaje. En el caso concreto del sector del olivar y del aceite de oliva, Enoliexpo acogió a las principales empresas italianas e internacionales de maquinaria oleícola, centrándose en la molturación

y el batido con el objetivo de mejorar la calidad, el perfil sensorial y el rendimiento del aceite de oliva. También se dedicó un amplio espacio a mostrar soluciones innovadoras para hacer frente al cambio climático, las enfermedades de las plantas y los nuevos retos productivos, junto con maquinaria de nueva generación para reducir los costes y los tiempos de trabajo.

El evento, a su vez, contó con la presencia del sector cervecero a través de Beertech, una sección dedicada a la tecnología de la cerveza artesanal.

Asimismo, se prestó especial atención a la formación y el desarrollo profesional. En este sentido, se celebraron más de 30 eventos, entre congresos, talleres y encuentros técnicos, que ani-



Los profesionales que visitaron la feria pudieron conocer las numerosas soluciones tecnológicas presentadas.

maron las dos salas de conferencias y el stand de la Región de Puglia, y que contaron con la participación de expertos de reconocido prestigio, investigadores y profesores universitarios, así como con la implicación de las asociaciones sectoriales. Los temas centrales fueron la innovación en el campo, la eficiencia de los procesos productivos y las perspectivas de desarrollo de las cadenas de producción.

“El balance final es, por tanto, sumamente positivo. Enoliexpo se confirma como una feria altamente especializada, dinámica y en constante evolución, capaz de responder a las necesidades de un mercado cada vez más competitivo y orientado a la innovación”, resaltaron desde la organización.

Tras estos resultados, Enoliexpo retoma su formato bienal y espera dar la bienvenida a expositores y visitantes en marzo de 2028 para una nueva edición “aún más rica en contenido, tecnología y oportunidades”. 🍀

DISEÑADO PARA LA PERFECCIÓN

El único filtro del mercado creado exclusivamente para AOVE.



FILTROS Y PROCESOS
ESTERYFIL S.L.

Autolimpiable y Sostenible



Totalmente Automático



BM SERIES.

El futuro de su AOVE empieza aquí

www.esteryfil.com



Fertilización del olivar: hacia un cultivo más competitivo, eficiente y sostenible

Por Juan Carlos Hidalgo
Técnico Especialista
Titular del IFAPA



La fertilización es uno de los pilares fundamentales en la producción agraria para aumentar o mantener la cantidad y calidad de las producciones de los cultivos, así como para corregir estados nutricionales que pueden estar limitando las mismas, asegurando al mismo tiempo la sostenibilidad tanto del cultivo como medioambiental. El olivar no es una excepción y los aportes fertilizantes están generalizados tanto en condiciones de secano como de riego, si bien en ocasiones las cantidades, composiciones y momentos de aplicación están sujetos a criterios arbitrarios, lo que provoca que se realicen aportaciones excesivas de algunos elementos que pueden generar costes innecesarios, desequilibrios nutricionales y riesgos medioambientales, reduciendo la competitividad del cultivo.

Una estrategia de fertilización eficiente debe basarse en diagnósticos precisos del estado nutritivo de los árboles, la fertilidad del suelo y la calidad y composición química del agua en el olivar de regadío, ajustando los aportes de elementos esenciales a las necesidades reales del olivo. En las últimas décadas, la investigación y desarrollo llevada a cabo desde el ámbito público y privado ha permitido una modernización de la fertilización del olivar, aumentando la eficiencia en el uso de los fertilizantes.

El cálculo de las necesidades nutritivas desarrollado desde IFAPA permite el cálculo de necesidades para los principales macronutrientes en función de la capacidad productiva de la plantación. Por su parte, el desarrollo de fertilizantes de liberación controlada, biofertilizantes y compost de subproductos de la almazara permiten una aplicación de abonado al suelo más eficaz, además de contribuir a la mejora de la estructura del suelo, incrementando la materia orgánica y la fijación de carbono.

La aplicación foliar de nutrientes sigue siendo una importante alternativa en la fertilización del olivar, garantizando que elementos esenciales lleguen a la planta de forma rápida y eficiente, especialmente en años secos o en suelos calizos, muy extendidos en las grandes zonas oliveras.

Pero es sin duda el desarrollo del olivar de regadío el que ha transformado radicalmente la gestión de la fertilización. La fertirrigación permite suministrar los nutrientes de forma continua y ajustada al ciclo fenológico, optimizando la absorción y minimizando pérdidas y la consiguiente contaminación potencial de aguas. Una correcta fertirrigación puede optimizar la rentabilidad y la sostenibilidad de plantaciones con un potencial productivo medio-alto, con un mínimo impacto ambiental.

En los últimos años, las políticas agrarias europeas impulsan la fertilización sostenible, para cumplir los objetivos del

Pacto Verde fijados para 2030. Para ello, a través de estrategias como “De la granja a la mesa” se incluyen, entre otras, reducciones del 20% en el uso de fertilizantes para reducir a la mitad las pérdidas de nutrientes, promoviendo la adopción de técnicas más sostenibles con el medio ambiente sin comprometer la productividad. En el ámbito nacional, el RD 1051/2022 establece normas para la nutrición sostenible en los suelos agrarios, incluyendo los tratamientos fertilizantes en el cuaderno de explotación, basados en un plan de abonado en función de la capacidad productiva de la plantación; y favoreciendo el uso de fertilizantes más respetuosos con el medio ambiente, la integración de biofertilizantes y la mejora de prácticas de manejo del suelo.

Finalmente, la tecnología y la agricultura digital se han consolidado como herramientas clave. Sensores, drones con cámaras multispectrales que pueden permitir un seguimiento nutricional de los árboles, gemelos digitales, Inteligencia Artificial, etc., han irrumpido con fuerza y van a facilitar la adopción de decisiones precisas sobre la aplicación de fertilizantes en el olivar. Integrar estas prácticas no sólo va a mejorar la eficiencia de cada explotación, sino que aportará beneficios a todo el sector, fortaleciendo la competitividad, la calidad del aceite y la sostenibilidad del cultivo en un mercado global cada vez más exigente. 🌱



Knowledge grows

YaraAmplix™

La gama
que aúna los
Bioestimulantes
de Yara para
ampliar el
potencial natural
de tu olivar.



Los bioestimulantes tienen un impacto positivo en la naturaleza y en el clima, contribuyendo a cultivar un futuro agroalimentario positivo para el medio ambiente.



¡Escanea el QR
y descubre más
sobre esta gama!





La rentabilidad del olivar empieza bajo tus pies: la importancia del balance de nutrientes



El olivar funciona como un sistema vivo que recicla continuamente sus propios nutrientes. De ahí que la pregunta clave no sea únicamente cuánto fertilizante aplicamos, sino hasta qué punto somos capaces de aprovechar y mantener en circulación los nutrientes que el propio olivar genera. Gestionar bien este ciclo natural puede marcar la diferencia entre un sistema dependiente de insumos externos y otro más eficiente, sostenible y resiliente.

Por Evangelina Pareja Sánchez, José Liétor Gallego, Pablo Domouso de Agar, Jaime Lechuga Puñal, María Victoria Ochoa Esteban, Beatriz Ruiz Carrasco y Roberto García Ruiz

Grupo de Agroecología Aplicada de la Universidad de Jaén
Instituto Universitario de Investigación en Olivar y Aceites de Oliva (INUO)
www.agroecolivelab.com

Cada año se aplican en el olivar andaluz varios cientos de miles de toneladas de fertilizantes. Sin embargo, una parte importante de los nutrientes que necesita el árbol ya está dentro del propio sistema y circula continuamente en él: regresa al suelo a través de las hojas senescentes que caen, los restos de poda y la renovación de raíces, son tomados por la cubierta vegetal y regresa al suelo durante la descomposición de sus restos.

Comprender estos flujos no es sólo una cuestión científica: de ello depende cuánto fertilizante necesita realmente un olivar y cuánto dinero puede ahorrar el agricultor sin comprometer la producción.

El manejo no sólo influye en cuánto se fertiliza, sino también en cuántos nutrientes se conservan en el olivar

En el marco del proyecto NUTRIOLIVAR, financiado con fondos FEDER, hemos analizado cómo circulan el nitrógeno (N), el fósforo (P) y el potasio (K) en olivares comerciales andaluces con distintas tipologías de manejo: convencional, en transición y compatibles con modelos agroecológicos,

este último basado en la aplicación combinada de prácticas agronómicas orientadas a mejorar la sostenibilidad medioambiental del sistema. El objetivo no era únicamente cuantificar las entradas y salidas, sino comprender el sistema en su conjunto y analizar qué ocurre cuando se incorpora una variable con frecuencia olvidada: la pérdida de nutrientes por erosión.

Recirculación de nutrientes: más allá del abonado

Cuando se analiza el porcentaje de nutrientes que el árbol devuelve al sistema tras ser absorbidos, los datos son reveladores. En olivares convencionales,

ABÓÑESE A LA CALIDAD

AOVE

Sinónimo de máxima calidad, esto se debe a que no tiene ningún tipo de defecto organoléptico. 100% zumo de aceitunas sin aditivos ni conservantes, ha de tener una acidez menor de 0,8%. Se caracteriza por un sabor afrutado y notorio, un color verde intenso y un aroma potenciado al máximo.



EuroChem Agro Iberia S.L.
www.eurochemiberia.com

NITROFOSKA SUPER OLIVO

Sinónimo de máxima calidad en abonado para el olivar.

Fabricado con materias primas de primera calidad, 100% Sulfato de potasio y magnesio, sin cloro y sin urea.

Se caracteriza por mejorar la producción y rendimiento en el olivar a lo largo de los años.

Nitrofoska®
INVIERTE EN A.O.V.E



EUROCHEM



[Si el análisis se limita a comparar fertilización y cosecha, muchos olivares presentan balances aparentemente equilibrados; sin embargo, cuando se incorpora la pérdida de suelo asociada a la erosión, el panorama cambia sustancialmente]

aproximadamente el 88% del N que toman los árboles vuelve al suelo en forma de restos vegetales. El P, sin embargo, presenta un reciclaje más moderado -en torno al 56%- , mientras que el K apenas alcanza el 48%, lo que implica que algo más de la mitad del K extraído termina saliendo de la finca con la aceituna.

Al introducir cubiertas vegetales y aplicar más enmiendas orgánicas al suelo, el olivar mejora su capacidad para cerrar el ciclo de los nutrientes, es decir, los nutrientes se aprovechan mejor dentro de la propia finca y se pierde menos fertilidad. Según los datos de NUTRIOLIVAR, en olivares en transición, el reciclaje de N se sitúa en un 81%, mientras que el P ronda el 56% y

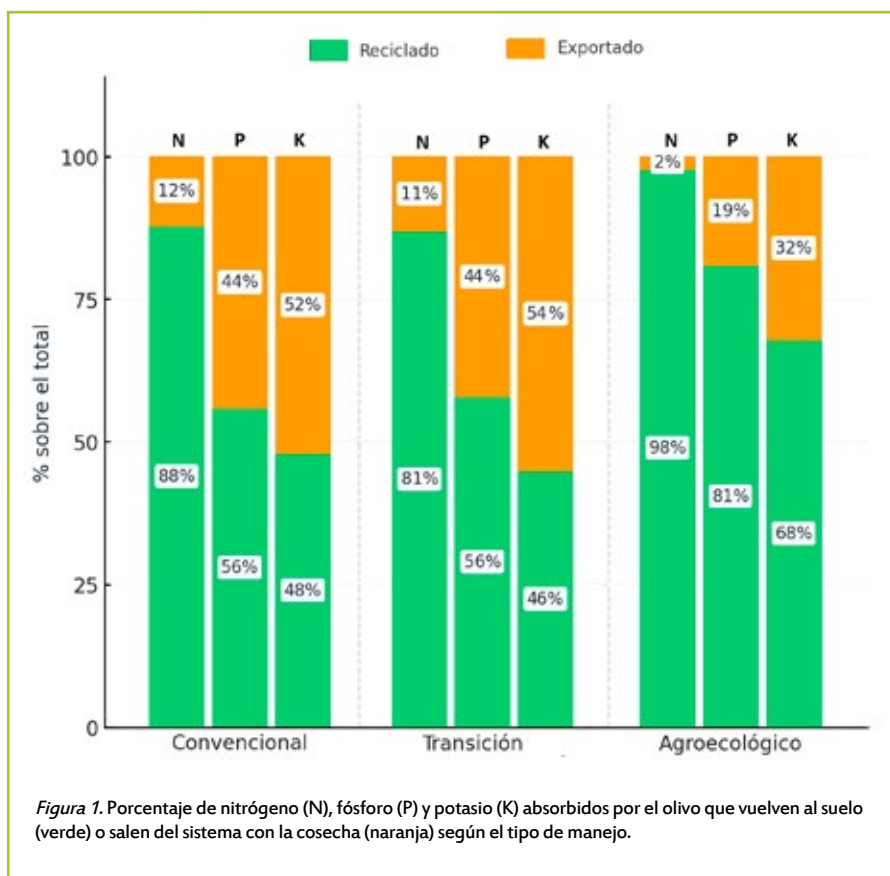


Figura 1. Porcentaje de nitrógeno (N), fósforo (P) y potasio (K) absorbidos por el olivo que vuelven al suelo (verde) o salen del sistema con la cosecha (naranja) según el tipo de manejo.

el K permanece cerca del 46%. Es en el manejo agroecológico donde el sistema alcanza su mayor eficiencia: el 98% del N tomado regresa al suelo, el 81% del P se reincorpora al sistema y el reciclaje de K alcanza el 68%. Es decir, a medida que el manejo se vuelve más agroecológico, aumenta el reciclaje de nutrientes.

El K es el nutriente más sensible a la exportación con la cosecha y, por tanto, uno de los principales factores de pérdida de fertilidad del sistema (Figura 1)

Estas cifras muestran que el manejo no sólo influye en cuánto se fertiliza, sino también en cuántos nutrientes se conservan en el olivar. Con una buena gestión



del suelo y de la biomasa, el olivar puede funcionar casi como un sistema cerrado.

El origen de los nutrientes importa

El análisis del origen de los nutrientes confirma esa misma tendencia. En oli-

vares convencionales y en transición, entre el 74 y el 88% del N que entra en las fincas procede directamente de fertilización mineral externa. En cambio, en olivares agroecológicos, una parte sustancial del N proviene del propio

funcionamiento del sistema, ya sea por fijación biológica o reciclaje interno.

En el caso del P y el K, las diferencias también son significativas. En los sistemas convencionales, el P y el K proceden en gran parte de fertilizantes minerales. En cambio, en los sistemas agroecológicos gana protagonismo el reciclaje interno. El sistema deja de depender tanto de insumos externos y se apoya más en los procesos naturales del suelo.

La erosión cambia la ecuación

Si el análisis se limita a comparar fertilización y cosecha, muchos olivares presentan balances aparentemente equilibrados, con pequeños superávits de P o K. Sin embargo, cuando se incorpora la pérdida de suelo asociada a la erosión, el panorama cambia sustancialmente.

El P, debido a su menor movilidad y su fijación en suelos calizos, suele mostrar variaciones moderadas. El K, en cambio, es el nutriente más vulnerable. Al encontrarse en mayor concentración en la capa

DROOPY®

EL SECRETO DE
LA COSECHA PERFECTA



Consigue **mayor beneficio** en tu olivar facilitando el **derribo de aceituna** y reduciendo los **tiempos de recolección**.



Además, **minimiza los daños al olivo** durante la recolección, **sin provocar defoliación**.



www.lainco.com





En un contexto de incremento del coste de los fertilizantes y de mayores exigencias ambientales, mejorar la eficiencia en el uso de nutrientes se convierte en una cuestión estratégica

superficial del suelo, puede perderse en grandes cantidades cuando se arrastra la fracción más fértil durante los procesos erosivos. En parcelas con pendiente y con una cobertura del suelo insuficiente, el balance de K puede pasar de valores ligeramente positivos a pérdidas superiores a 200-300 kg. de K por hectárea y año (Figura 2). En situaciones extremas, la diferencia entre considerar o no las pérdidas por erosión puede superar los 700 kg. de K por hectárea y año. Esto pone de manifiesto la importancia de proteger la capa superficial del suelo, donde se concentra buena parte de la fertilidad.

Esto significa que un olivar puede parecer correctamente fertilizado desde el punto de vista agronómico y, al mismo tiempo, estar perdiendo fertilidad real año tras año. Por esta razón proponemos distinguir dos diagnósticos distintos del estado nutricional del olivar: un balance intrínseco, que tiene en cuenta fertilización y cosecha; y un balance efectivo, que incorpora además las pérdidas por erosión y refleja la sostenibilidad real del sistema.

Fertilizar con cabeza, no por costumbre

Los modelos desarrollados en NUTRIOLIVAR permiten estimar con bastante precisión la demanda anual de P y K a partir de variables sencillas como la producción de fruto y el tamaño de la copa. Esto demuestra que es posible ajustar las dosis de fertilización a la realidad productiva de cada finca, rompiendo la lógica de las dosis estándar: cada olivar tiene su propio equilibrio, condicionado por el manejo, la pendiente, la estructura del suelo y la producción anual.

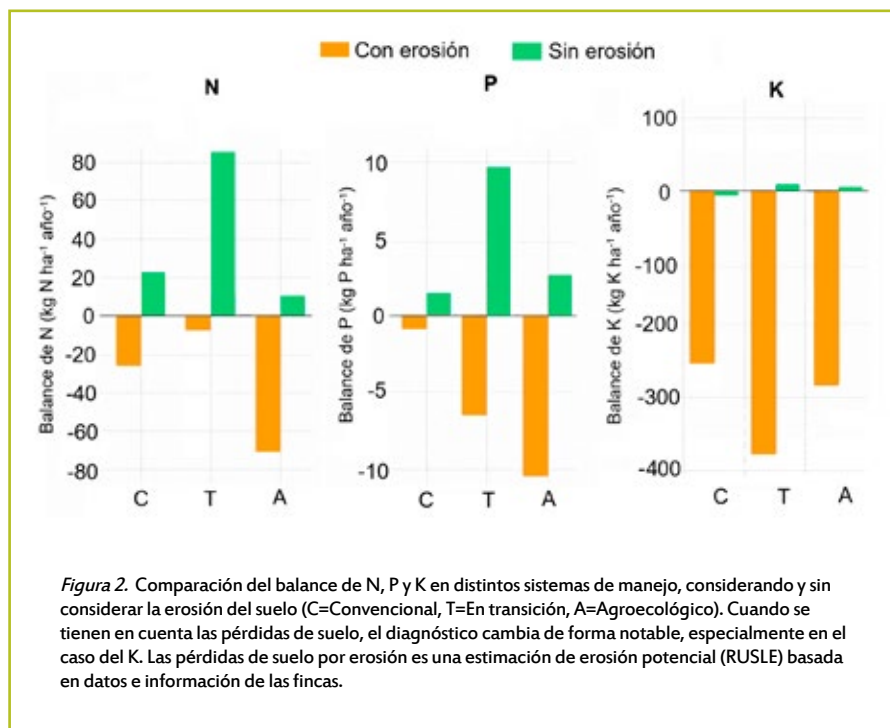


Figura 2. Comparación del balance de N, P y K en distintos sistemas de manejo, considerando y sin considerar la erosión del suelo (C=Convencional, T=En transición, A=Agroecológico). Cuando se tienen en cuenta las pérdidas de suelo, el diagnóstico cambia de forma notable, especialmente en el caso del K. Las pérdidas de suelo por erosión es una estimación de erosión potencial (RUSLE) basada en datos e información de las fincas.



En un contexto de incremento del coste de los fertilizantes y de mayores exigencias ambientales, mejorar la eficiencia en el uso de nutrientes se convierte en una cuestión estratégica. Conservar el suelo, mantener cubiertas vegetales y devolver los residuos al sistema permite cerrar ciclos y reducir la dependencia de

insumos externos. Además de mejorar la sostenibilidad ambiental, estas prácticas contribuyen a estabilizar la fertilidad a medio y largo plazo y a proteger la rentabilidad de la explotación.

El mensaje del proyecto NUTRIOLIVAR es claro: el olivar puede funcionar de manera más eficiente, pero para ello



Una calculadora práctica y sencilla para estimar el balance de nutrientes

Como resultado directo del proyecto hemos desarrollado una calculadora específica para el olivar que permite estimar de forma sencilla los balances de N, P y K en cada finca. La herramienta identifica las principales entradas de nutrientes (fertilización mineral y orgánica, aportes atmosféricos y riego) y las salidas asociadas a la cosecha y a las pérdidas potenciales. Además, permite incorporar el efecto de la erosión del suelo, ofreciendo una visión más realista del estado de fertilidad.

Intuitiva, gratuita -está disponible en español e inglés- y fácil de usar, se trata de una herramienta práctica de apoyo a la toma de decisiones en el manejo del abonado, diseñada para avanzar hacia un olivar más eficiente, rentable y sostenible. 🌱

es imprescindible medir correctamente lo que entra en el sistema, lo que sale con la cosecha y lo que se pierde por

procesos como la erosión. En el olivar del futuro no se tratará de fertilizar más, sino de fertilizar mejor.

Bioiberica
We are all one

enzyneer®



● Salud Vegetal

Cultivando nuestra experiencia en el olivo



Plagas y enfermedades del olivar

Por Lorenzo León¹, Juan Cano²
y Araceli Sánchez-Ortiz²

¹ IFAPA Centro Alameda del Obispo (Córdoba)

² IFAPA Centro Venta del Llano (Mengíbar, Jaén)



El olivo (*Olea europaea* L.) en España está expuesto a una amplia diversidad de plagas y enfermedades, aunque sólo una fracción de ellas ocasiona pérdidas económicas de relevancia. Entre las plagas principales destacan la mosca del olivo (*Bactrocera oleae*) y la polilla del olivo (*Prays oleae*), responsables de los mayores daños en los frutos y de la consecuente reducción de la calidad del aceite, tanto en términos de rendimiento como de características organolépticas. Otras plagas como la euzófera (*Euzophera pinguis*), diversas especies de cochinitas (*Saissetia oleae*, *Parlatoria oleae*), los perforadores de la madera (*Phloeotribus scarabaeoides*, *Hylesinus oleiperda*) o los ácaros eriófidos (*Aceria oleae*) presentan una incidencia localizada y suelen estar asociadas a factores ambientales, desequilibrios fisiológicos de los árboles o prácticas de manejo inadecuadas. Las irregularidades climáticas, el uso continuado de herbicidas, las podas excesivas o la simplificación estructural del agroecosistema, particularmente la reducción de la biodiversidad funcional, pueden favorecer la aparición o expansión de estas plagas. Las estrategias de manejo preventivo son esenciales para mantener las poblaciones de plagas por debajo del umbral económico de daño. Entre las más relevantes se incluyen la correcta eliminación de restos de poda, la adecuada gestión del riego y la fertilización; así como el fomento de la fauna auxiliar mediante cubiertas vegetales o setos que incrementen la biodiversidad y la presencia de enemigos naturales.

En relación con las enfermedades, la verticilosis del olivo, causada por *Verticillium dahliae*, se considera la más destructiva, especialmente bajo condiciones favorables de humedad y temperatura. Otras enfermedades fúngicas de importancia son el repilo (*Spilocaea oleagina*) y la antracnosis (*Colletotrichum* spp.), ambas responsables de pérdidas significativas en producción y calidad del aceite. Entre las bacteriosis, la tuberculosis del olivo, causada por *Pseudomonas savastanoi* pv. *savastanoi*, puede alcanzar una elevada incidencia en variedades susceptibles o tras daños mecánicos y heladas. En los últimos años, la detección de *Xylella fastidiosa* en España ha suscitado una notable preocupación debido a su amplio rango de hospedantes y su potencial impacto económico y ecológico. No obstante, se han establecido marcos regulatorios estrictos, tanto a nivel europeo como nacional, que contemplan zonas demarcadas, medidas de vigilancia, control y erradicación. Hasta la fecha los daños en olivar han sido muy esporádicos y limitados.

En España coexisten tres sistemas de producción: el convencional, el manejo integrado de plagas y la producción ecológica. Aunque el primero continúa siendo mayoritario, las superficies bajo control integrado y ecológico muestran un crecimiento sostenido, en consonancia con las estrategias del *Green Deal* y *Farm to Fork* de la Unión Europea. Actualmente, el olivar constituye el principal cultivo ecológico del país, representando aproximadamente un tercio de la super-

ficie total de cultivos permanentes certificados. El manejo integrado se consolida como la estrategia más sostenible a medio y largo plazo, al integrar técnicas de monitoreo, control biológico, prácticas culturales y un uso racional y selectivo de productos fitosanitarios, siempre bajo criterios de umbrales económicos. En este contexto, el empleo de sistemas de información, redes de alerta fitosanitaria y herramientas basadas en datos masivos (*Big Data*) y teledetección mejora la capacidad de diagnóstico y la toma de decisiones agronómicas.

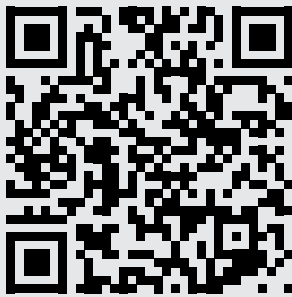
Por otro lado, la resistencia genética representa un componente clave para el control sostenible de plagas y enfermedades. Hasta la fecha, este criterio ha sido escasamente incorporado en la selección varietal, aunque en zonas con alta incidencia de *Verticillium dahliae* se ha promovido el uso de variedades con niveles elevados de tolerancia o resistencia, como frantoio, empeltre y Changlot Real. En ese sentido, los programas de mejora genética serán fundamentales para el desarrollo de nuevas variedades más adaptadas y resistentes a las plagas y enfermedades existentes o que puedan emerger en el futuro.

En conjunto, el futuro de la sanidad del olivar en España dependerá de la combinación equilibrada de medidas preventivas, manejo agronómico racional, conservación de la biodiversidad funcional y aprovechamiento de la resistencia genética, asegurando una producción más sostenible, resiliente y alineada con los principios de la protección integrada y la sostenibilidad agroambiental. 🍃

Miringo® Prays

**PROTECCIÓN EFICAZ
FRENTE A PRAYS
DEL OLIVO**

Precisión y seguridad
en el momento clave



Escanea el QR y descubre
cada solución



Register® Duo

**DOBLE ACCIÓN PARA
UN OLIVAR LIBRE
DE MALAS HIERBAS**

Control eficaz y prolongado



Register® WG

**NUEVA SOLUCIÓN HERBICIDA
PARA CULTIVOS EXIGENTES**

Frutales de hueso y pepita,
frutal de cáscara y caqui





Control biológico en el olivar: microorganismos beneficiosos como herramienta de futuro



Tratamientos de compuestos biológicos para el control de hongos causantes de chancros en la variedad de mesa gordal sevillana.

En un mundo con una climatología cada vez más impredecible, el olivar no puede permanecer ajeno a su futuro. La intensificación agrícola y la inestabilidad climática están agravando la presión de plagas y enfermedades, abriendo paso a una pregunta urgente: ¿cómo proteger este cultivo milenario?

Por Nuria Montes Osuna¹, Carmen Gómez Lama Cabanás², Jesús Mercado Blanco³ y Juan Moral¹

El cultivo del olivar forma parte del patrimonio intangible de la Cuenca Mediterránea, configurando un paisaje único y atribuible a esta región, con 10,6 millones de hectáreas cultivadas, según datos registrados en 2024 (*Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, FAO*). Asimismo, este cultivo constituye uno de los pilares básicos de la economía agraria de países como España, Italia, Grecia y Portugal, amén de un elemento profundamente arraigado en la cultura, la gastronomía y la identidad de millones de familias rurales. España lidera la producción mundial de aceite de oliva, con estimaciones para la campaña 2025/26 que sitúan la

producción en torno a 1,4 millones de toneladas (*Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2025*).

Sin embargo, esta posición de liderazgo se asienta sobre un ecosistema productivo cada vez más vulnerable a estreses bióticos y abióticos, influido por los sistemas de alta densidad (*Cardoni & Mercado-Blanco, 2023*). Adicionalmente, el uso intensivo de fitosanitarios y el laboreo profundo alteran las comunidades microbianas del suelo, reducen la materia orgánica y aumentan la erosión. Por otro lado, el cambio climático, con olas de calor recurrentes e irregularidad de las precipitaciones, que desencadenan periodos de sequías más largos e inten-

sos, está debilitando la salud fisiológica de los olivos, reduciendo su capacidad fotosintética, comprometiendo el cuajado de la aceituna y mermando tanto el rendimiento como la calidad del aceite.

En este contexto de intensificación agrícola y creciente inestabilidad climática, aún existe una considerable incertidumbre sobre cómo estos factores interactúan y modulan la dinámica de las principales plagas y enfermedades del olivar, si bien todo apunta a un posible agravamiento de su incidencia y severidad (*Tabla 1*), tal y como sugieren algunos casos recientes observados en sistemas intensivos. Entre ellos, destaca la reemergencia de la lepra (*Phlyctema*

¹ Departamento de Agronomía, ETSIAM, Universidad de Córdoba

² Departamento de Protección Vegetal, Instituto de Agricultura Sostenible (CSIC)

³ Departamento de Microbiología del Suelo y la Planta, Estación Experimental del Zaidín (CSIC)

La bioestimulación combinada que te ofrece mejores cosechas y máxima rentabilidad en tu olivar



SUPERBIA AZO-N

Bioestimulante ecológico activador del crecimiento vegetal y del rendimiento productivo con prebióticos y probióticos para la fijación de nitrógeno



**EL COMPLEMENTO
INMEJORABLE DEL
ABONADO NITROGENADO**

1-2 kg/ha

SUPERAMINOPOT

Bioestimulante potásico de alta eficiencia, potenciador de todos los procesos fisiológicos de las plantas



**MAYOR RENDIMIENTO
DEL CULTIVO Y
CALIDAD DE LOS FRUTOS**

3-5 kg/ha

*Estas dosis son orientativas y deben de ser ajustadas en función de la fertilidad del suelo.



[[Existe un marcado desequilibrio entre la naturaleza de los principales problemas fitosanitarios del cultivo, dominados por enfermedades fúngicas, y la oferta actual de agentes de biocontrol]]

vagabunda) y de la tuberculosis (*Pseudomonas savastanoi* pv. *savastanoi*) en cultivos en seto (Figura 1).

Más allá de estos fenómenos de reemergencia, el panorama sanitario del olivar incluye otras enfermedades de incidencia consolidada cuyo impacto económico sigue siendo determinante. Entre ellas, la verticilosis del olivo, causada por el hongo del suelo *Verticillium dahliae* es considerada hasta la fecha una de las enfermedades más graves y difíciles de controlar. Su relevancia no se limita al cultivo tradicional, sino que también sigue siendo un problema de gestión compleja en el olivar de alta y súper alta densidad, favorecido por el riego excesivo en este tipo de sistemas (Montes-Osuna & Mercado-Blanco, 2020).

Precisamente, este modelo de cultivo actual, presente en numerosas áreas, ha favorecido el aumento de las enfermedades aéreas debido, entre otros factores, a una mayor duración de la humedad en la copa del árbol y a la presencia de heridas causadas por las cosechadoras al contactar la copa. A ello se suma que la variedad arbequina, dominante en estos sistemas, presenta una elevada susceptibilidad a importantes hongos transmitidos por el aire, como *Colletotrichum* spp. o *Spilocaea oleagina*, agentes causales de la antracnosis y del repilo, respectivamente (Tabla 1). Las plagas de insectos fitófagos, como la mosca (*Bactrocera oleae*) o la polilla (*Prays oleae*) del olivo, completan el cuadro de las amenazas bióticas más relevantes (Tabla 1).



Figura 1. (A) Chancros característicos de lepra del olivo (*Phlyctema vagabunda*); (B) Olivo en seto afectado por tuberculosis (*Pseudomonas savastanoi* pv. *savastanoi*) con abundantes agallas en ramas y brotes.

	Plaga o enfermedad	Efecto de los cambios agronómicos y climáticos	Agente causal
Bacterias	Tuberculosis del olivo	++	<i>Pseudomonas savastanoi</i> pv. <i>savastanoi</i>
	Síndrome de decaimiento rápido del olivo	+	<i>Xylella fastidiosa</i>
Hongos	Repilo plumizo	+	<i>Pseudocercospora cladosporioides</i>
	Antracnosis del olivo	=	<i>Colletotrichum</i> spp.
	Podredumbre del fruto de olivo	=	<i>Botryosphaeriaceae</i>
	Repilo	=/+	<i>Spilocaea oleagina</i>
	Lepra del olivo	++	<i>Phlyctema vagabunda</i>
	Verticilosis	-/=	<i>Verticillium dahliae</i>
Insectos	Cochinilla negra	=	<i>Saissetia oleae</i>
	Mosca del olivo	=	<i>Bactrocera oleae</i>
	Polilla del olivo	+	<i>Prays oleae</i>
	Algodoncillo	++	<i>Euphyllura olivina</i>
Nemátodos	Nemátodos formadores de agallas	=/+	<i>Meloidogyne incognita</i> , <i>M. javanica</i>

Tabla 1. Principales plagas y enfermedades del olivo. Relación de agentes bióticos más relevantes que afectan a su cultivo. Los símbolos indican el nivel de importancia: (++) incremento, (+) incremento moderado, (=) incidencia estable y (-) disminución de la incidencia.

El olivo como holobionte: fuente natural de agentes de control biológico y de bioestimulantes

Ante este escenario, la búsqueda de alternativas sostenibles al control químico ha impulsado el interés por comprender el olivo no como un organismo aislado, sino como un holobionte: un sistema integrado por la planta y la comunidad de microorganismos (bacterias, hongos y arqueas) asociados a ella que la habitan y con los que mantiene relaciones dinámicas (Cardoni & Mercado-Blanco, 2023).

Estos microorganismos producen compuestos antimicrobianos, compiten con los patógenos por el nicho ecoló-

gico, inducen respuestas de defensa en la planta y optimizan la absorción de nutrientes y agua, contribuyendo activamente a la resiliencia del árbol. Una perspectiva que resulta especialmente relevante porque el microbioma del olivo actúa en sí mismo como un reservorio natural de microorganismos que pueden ser clasificados en dos categorías en base a su modo de acción, en ocasiones interrelacionados: los agentes de control biológico (ACB) y los bioestimulantes microbianos o bacterias promotoras del crecimiento vegetal (PGPR, *Plant Growth Promoting Rhizobacteria*) (Figura 2).

En la actualidad, un número creciente de estos microorganismos ha dado el

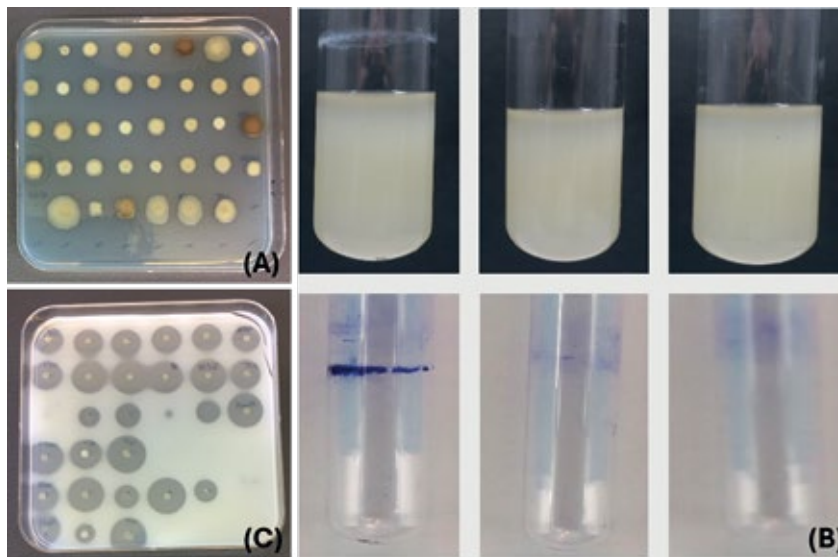


Figura 2. Screening de agentes de control biológico (ACB). (A) tolerancia al cobre; (B) capacidad de formación de biofilm; y (C) actividad fitasa. Estos ensayos se complementan con otras pruebas, como producción de sideróforos, solubilización de fosfato o actividades enzimáticas.

[Aunque muchos microorganismos pueden actuar como bioestimulantes, quizás los hongos micorrícicos arbusculares (AMF) sean los aliados más antiguos y mejor conocidos del olivo]

ringiensis. Esta proporción refleja una clara orientación dominante hacia el control de insectos fitófagos, como la mosca del olivo.

Frente a este predominio bacteriano, los productos basados en hongos resultan claramente minoritarios -tres en total-. *Beauveria bassiana* actúa como entomopatógeno frente a la mosca, y

salto del laboratorio al mercado. En el caso del olivar, de los 27 productos de biocontrol identificados hasta la fecha,

23 corresponden a bacterias ($\approx 85\%$ del total), fundamentalmente diversas cepas y formulaciones de *Bacillus thu-*

FORTEC®-FR

Gama organomineral premium

AUMENTAMOS PRODUCCIONES*

Comparativa entre fertilizante químico y nuestro organomineral

* Datos CTAEX, Centro Tecnológico Nacional Agroalimentario de Extremadura
Ver artículo



El mejor fertilizante para olivo

fertilización total con tecnología orgánica

ReadytoGo® FRpower® MultiFem®

Somos Especialistas en Fertilización para Olivos

fertilizantes
inprog
www.inprog.es



www.abonoparaolivos.es



La comercialización de ACBs no está exenta de polémica, pero no por su uso en sí, sino por el conflicto regulatorio y comercial que conlleva; el marco regulatorio de los bioestimulantes, aunque diferente, no está exento de complejidad.

únicamente dos formulados a base de *Trichoderma* spp., dirigidos al control de *V. dahliae*. Este hecho pone de manifiesto que, en la práctica, pocos productos pueden considerarse dirigidos al control de enfermedades, quedando prácticamente sin cobertura biológica enfermedades clave del olivo como la antracnosis (*Colletotrichum* spp.) o el repilo (*Spilocaea oleagina*). Unos datos que evidencian un marcado desequilibrio entre la naturaleza de los principales problemas fitosanitarios del cultivo, dominados por enfermedades fúngicas, y la oferta actual de agentes de biocontrol, que sigue estando fuertemente sesgada hacia el control de plagas insectiles (Tabla 2).

Pero, ¿cómo actúan exactamente estos aliados microbianos? Los ACB disponen de varios mecanismos de acción que pueden actuar de forma independiente o en combinación. Algunos, como las bacterias *Bacillus amyloliquefaciens* y *Bacillus subtilis*, producen sustancias que atacan directamente las membranas del patógeno y reducen su capacidad de sobrevivir en el suelo. Los hongos del género *Trichoderma* van un paso más allá y, además de producir estos compuestos inhibidores, son capaces de parasitar físicamente las estructuras del patógeno, destruyéndolas mediante enzimas especializadas.

Otros, como aislados no patógenos del hongo *Fusarium oxysporum*, compiten por espacio y recursos en los mismos lugares en los que se establecería

Nombre comercial	Fabricante	Formulado
SERENADE ASO	BAYER (AG)	<i>Bacillus subtilis</i> (CEPA QST 713) 1,34% [SC] P/V
FLORBAC	VALENT BIOSCIENCE CO	<i>Bacillus thuringiensis aizawai</i> (CEPA ABTS-1857) 54% [WG] P/P
XENTARI GD	VALENT BIOSCIENCE CO	<i>Bacillus thuringiensis aizawai</i> (CEPA ABTS-1857) 54% [WG] P/P
TUREX	CERTIS USA	<i>Bacillus thuringiensis aizawai</i> (CEPA GC-91) 50% [WP] P/P
TUREX 50 WG	CERTIS USA	<i>Bacillus thuringiensis aizawai</i> 50% [WG] P/P
DIPEL DF	VALENT BIOSCIENCE CO	<i>Bacillus thuringiensis kurstaki</i> (CEPA ABTS-351) 54% (540 g/kg) [WG] P/P
ESMALK	VALENT BIOSCIENCE CO	<i>Bacillus thuringiensis kurstaki</i> (CEPA ABTS-351) 54% [WG] P/P
BIOBIT 32	VALENT BIOSCIENCE CO	<i>Bacillus thuringiensis kurstaki</i> (CEPA ABTS-351) 54% [WG] P/P
BIOMAX	VALENT BIOSCIENCE CO	<i>Bacillus thuringiensis kurstaki</i> (CEPA ABTS-351) 54% [WG] P/P
BACTUR 2X	VALENT BIOSCIENCE CO	<i>Bacillus thuringiensis kurstaki</i> (CEPA ABTS-351) 64% [WP] P/P
BAZTHU-32	VALENT BIOSCIENCE CO	<i>Bacillus thuringiensis kurstaki</i> (CEPA ABTS-351) 64% [WP] P/P
GEODA	VALENT BIOSCIENCE CO	<i>Bacillus thuringiensis kurstaki</i> (CEPA ABTS-351) 64% [WP] P/P
LEPINOX WG	CBC (EUROPE) S.R.L.	<i>Bacillus thuringiensis kurstaki</i> (CEPA EG 2348) 37,5% [WG] P/P
RAPAX AS	CBC (EUROPE) S.R.L.	<i>Bacillus thuringiensis kurstaki</i> (CEPA EG 2348) 22,6% [SC] P/V
BIOSCROP BT 16	BIOGROOT	<i>Bacillus thuringiensis kurstaki</i> (CEPA PB 54) 8% [WP] P/P
LEPIBACK	PROBELTE	<i>Bacillus thuringiensis kurstaki</i> (CEPA PB 54) 8% [WP] P/P
BELTHIRUL 16 SC	PROBELTE	<i>Bacillus thuringiensis kurstaki</i> (CEPA PB 54) 9,74% [SC] P/V
BELTHIRUL-F	PROBELTE	<i>Bacillus thuringiensis kurstaki</i> (CEPA PB 54) 17,6% [SC] P/V
BELTHIRUL	PROBELTE	<i>Bacillus thuringiensis kurstaki</i> (CEPA PB 54) 32% [WP] P/P
BIOSCROP BT 32	PROBELTE	<i>Bacillus thuringiensis kurstaki</i> (CEPA PB 54) 32% [WP] P/P
EPSILON	BIOGROOT	<i>Bacillus thuringiensis kurstaki</i> (CEPA PB 54) 32% [WP] P/P
DELFIN	CERTIS USA	<i>Bacillus thuringiensis kurstaki</i> (CEPA SA-11) 85% [WG] P/P
COSTAR	CERTIS USA	<i>Bacillus thuringiensis kurstaki</i> (CEPA SA-12) 18% [WG] P/P
CORDALENE	CBC (EUROPE) S.R.L.	<i>Bacillus thuringiensis kurstaki</i> (EG 2348) (24x106 U.I./G) 18,3% [SC] P/V
NATURALIS	CBC (EUROPE) S.R.L.	<i>Beauveria bassiana</i> (CEPA ATCC 74040) 2.3% [OD] P/V
BLINDAR	GOWAN CROP	<i>Trichoderma asperellum</i> (CEPA ICC012) 2% + <i>Trichoderma gamsii</i> (CEPA ICC080) 2% [WP] P/P
BIOTEN	GOWAN CROP	<i>Trichoderma asperellum</i> (CEPA ICC012) 2% + <i>Trichoderma gamsii</i> (CEPA ICC080) 2% [WP] P/P

Tabla 2. Registro de productos fitosanitarios de origen microbiológico autorizados por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en olivar (2026).

el patógeno, de forma que este no encuentra sitio para establecerse o debe competir por el espacio (Montes-Osuna & Mercado-Blanco, 2020).

Entre los ACB más estudiados y aún no comercializados se encuentra la cepa *Pseudomonas simiae* PICF7, habitante nativo de las raíces del olivo. Esta bacteria es capaz de activar las defensas naturales del árbol cuan-

do coloniza su sistema radicular, algo así como una “vacuna vegetal” que lo pone en alerta incluso antes de que se sienta realmente amenazado por un patógeno. Además, se ha demostrado que esta cepa no necesita penetrar en el interior de las raíces del olivo para ser eficaz, ya que puede actuar desde la superficie radicular (Montes-Osuna et al., 2021), lo que simplifica su aplica-

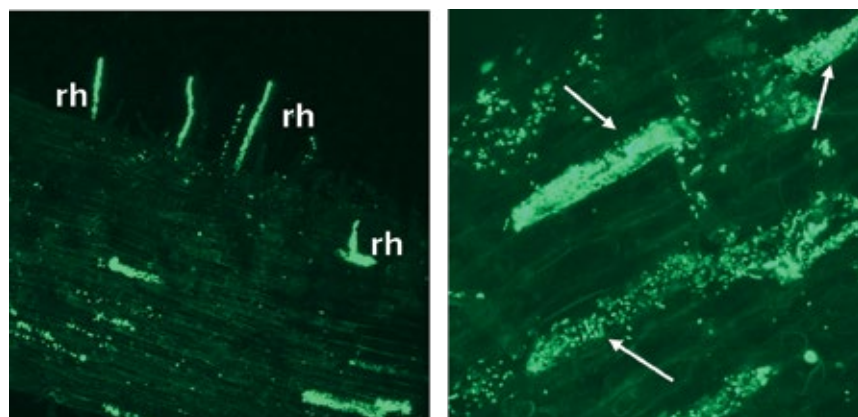


Figura 3. *Pseudomonas simiae* PICF7 en raíces de olivo observada mediante microscopía confocal. A la izqda., colonización interna de pelos radicales (rh); a la dcha., colonización superficial con bacterias adheridas a la raíz en verde fluorescente (Montes-Osuna et al., 2021).

2020). En este caso, el objetivo de un bioestimulante no es otro que fortalecer o favorecer un estado óptimo de desarrollo de la planta.

Aunque muchos de los microorganismos mencionados anteriormente pueden actuar como bioestimulantes, quizás los hongos micorrícicos arbusculares (AMF) sean los aliados más antiguos y mejor conocidos del olivo. Estos hongos desarrollan una íntima asociación con las raíces del olivo, en la que ambos -olivo y hongo- salen beneficiados. El hongo extiende sus filamentos por el suelo como una red de captación que amplía enormemente la superficie de absorción de la raíz, facilitando el acceso al fósforo y al agua en momentos de escasez. A cambio, el árbol les proporciona los azúcares que necesitan para vivir. El resultado es un olivo más eficiente, con mayor tolerancia a la sequía y a la salinidad.

Por contra, el uso intensivo de agroquímicos, el laboreo excesivo o la sali-

ción y favorece su uso en condiciones reales de cultivo (Figura 3).

Los PGPR, en cambio, actúan sobre la propia planta, optimizando su funcionamiento fisiológico. Por ejemplo, algunos microorganismos fijan el nitrógeno del aire o liberan el fósforo atrapado en

el suelo en formas no asimilables, poniendo estos nutrientes a disposición del árbol. También actúan modulando la respuesta estomática, incrementando la eficiencia fotosintética y reduciendo el impacto del estrés hídrico y salino (Montes-Osuna & Mercado-Blanco,



Ctra. A-7284, km. 2,5.
(29200) - Antequera (Málaga)

info@fertiormont.com

952 111 366



En Fertiormont trabajamos desde hace más de 30 años en la elaboración de fertilizantes naturales y ecológicos con materia orgánica de alta calidad, fundamental para la salud del suelo, optimización de recursos hídricos y respetuosos con el entorno.





nización del suelo se traducen en un olivar que enferma con mayor facilidad y se recupera con menor eficiencia, pero también que empobrece el repertorio de agentes naturales de bioprotección disponibles en el propio sistema, lo que impacta directamente en el desarrollo y aplicación de ACB. Un microorganismo introducido en el suelo no actúa en el vacío, sino que debe integrarse en una red ecológica ya establecida y competir con la microbiota nativa (Cardoni & Mercado-Blanco, 2023).

Por eso, los ACB seleccionados a partir del propio microbioma del olivar ofrecen mayores garantías de persistencia y eficacia que los bioinoculantes de origen ajeno al sistema (Montes-Osuna et al., 2021). Esta adecuación al medio explica también por qué muchos ACBs que funcionan brillantemente en laboratorio ofrecen resultados inconsistentes en campo, y pone de manifiesto la complejidad de trasladar nuevas formulaciones al mercado.

Marco regulatorio y comercialización: el largo camino del laboratorio al campo

La comercialización de ACBs no está exenta de polémica, pero no por su uso en sí, sino por el conflicto regulatorio y comercial que conlleva. Desde 2017, los agricultores europeos han perdido aproximadamente un tercio de los plaguicidas químicos convencionales que utilizaban habitualmente. A ello se suma la implementación de la estrategia "Farm to Fork" (De la granja a la mesa)



Figura 4. Desarrollo de un agente de control biológico o bioestimulante desde su aislamiento en el microbioma hasta su validación en campo y posterior registro.

por parte de la Unión Europea, que refuerza esta tendencia al fijar objetivos ambiciosos de reducción del uso de fitosanitarios químicos e impulsar al sector hacia soluciones más sostenibles. Lo cierto es que el camino desde la identificación de un microorganismo promotor hasta su comercialización efectiva (Figura 4) es largo, costoso e incierto.

En la Unión Europea, los ACBs de base microbiana se registran como productos fitosanitarios conforme al Reglamento (CE) 1107/2009, que exige demostrar su eficacia y seguridad antes de su autorización. Esta situación no es exclusiva de Europa: en septiembre

de 2022, la UE publicó cuatro reglamentos que actualizan los criterios de evaluación de microorganismos en productos fitosanitarios con el objetivo de simplificar su acceso al mercado, pero la brecha con otros grandes mercados como EEUU o Brasil -donde el proceso de autorización dura entre dos y tres años frente a los siete y diez de la UE- sigue siendo notable, según señala la Asociación Internacional de la Industria del Biocontrol (IBMA, *International Biocontrol Manufacturers Association*).

El marco regulatorio de los bioestimulantes, aunque diferente, no está exento de complejidad. El Reglamento (UE) 2019/1009 ha supuesto un avance importante al otorgarles, por primera vez, una categoría legal propia, diferenciada de los fitosanitarios y los fertilizantes convencionales, y al introducir el marcado CE como mecanismo de armonización entre los países.

A esta complejidad regulatoria se suman los retos propios de la naturaleza biológica de estos agentes: la vida útil limitada de los formulados, su sensibilidad a las condiciones de almacenamiento y transporte, y la variabilidad de su eficacia según el contexto edafoclimático y el microbioma del suelo receptor. Todo ello explica que, a pesar de la abundante evidencia científica sobre la eficacia de microorganismos como *Trichoderma* spp., *Bacillus* spp. o cepas de *Pseudomonas*, el número de productos comerciales registrados específicamente para el olivar siga siendo limitado y que su adopción por parte de los agricultores sea desigual. 🌱

Referencias bibliográficas

- Cardoni, M., & Mercado-Blanco, J. (2023). Confronting stresses affecting olive cultivation from the holobiont perspective. *Frontiers in Plant Science*, 14, 1261754. <https://doi.org/10.3389/fpls.2023.1261754>
- Chhetri, J., Sierra-García, I. N., Pinto, G., Tedim, J., Ferreira, M. J., & Cunha, Á. (2025). Improving olive farming with microbial biostimulants: Benefits, challenges and opportunities. *World Journal of Microbiology and Biotechnology*, 41(12), 459. <https://doi.org/10.1007/s11274-025-04699-8>
- Montes-Osuna, N., Gómez-Lama Cabanás, C., Valverde-Corredor, A., Berendsen, R. L., Prieto, P., & Mercado-Blanco, J. (2021). Assessing the involvement of selected phenotypes of *Pseudomonas simiae* PICF7 in olive root colonization and biological control of *Verticillium dahliae*. *Plants*, 10(2), 412. <https://doi.org/10.3390/plants10020412>
- Montes-Osuna, N., & Mercado-Blanco, J. (2020). Verticillium wilt of olive and its control: What did we learn during the last decade? *Plants*, 9(6), 735. <https://doi.org/10.3390/plants9060735>



Bioestimulantes SIPCAM

Los entrenadores personales de tus cultivos



TUS CULTIVOS SIEMPRE EN PLENA FORMA



- Entrena a tus cultivos para resistir más.
- Alcanza el máximo rendimiento en tus cosechas.
- Máxima prevención de enfermedades y situaciones de estrés.
- Salud y resistencia para tus frutos.
- Nutrición sostenible para una mejor salud vegetal.

sipcam.com/es

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



SIPCAM
IBERIA



Descifrado el genoma del hongo responsable del emplomado del olivo



Signos de emplomado, esporulación de *Pseudocercospora cladosporioides*, en el envés de una hoja de olivo.

El emplomado del olivo, causado por el hongo *Pseudocercospora cladosporioides*, es una enfermedad reemergente en el olivar mediterráneo. Aunque durante años ha pasado desapercibida frente a otras más conocidas como el repilo (*Spilocaea oleagina*) o la antracnosis (*Colletotrichum* spp.), su incidencia ha aumentado notablemente en España.

Por Cristina Estudillo^{1,2}, Carmen Tercero Alcázar¹, Luis Orduña³, Miguel Jiménez Morcuende³, Concepción Muñoz Díez¹, José V. Die² y Juan Moral¹

Los síntomas característicos del emplomado del olivo incluyen manchas cloróticas en el haz de las hojas y un color plumizo en el envés, debido a la fructificación del patógeno, lo que da nombre a la enfermedad (Figura 1). El emplomado, en última instancia, provoca defoliaciones prematuras que reducen la capacidad fotosintética del árbol y, en consecuencia, afectan negativamente a la producción, causando pérdidas millonarias (Figura 2).

Diversos factores contribuyen al aumento de la incidencia en muchas zonas olivareras de nuestro país. Por un lado, la introducción de variedades susceptibles, tales como frantoio; por otro, las restricciones en el uso de productos fitosanitarios, especialmente de compuestos cúpricos (Reglamento de Ejecución (UE) 2018/1981).

Sin embargo, el conocimiento sobre este patógeno ha sido históricamente limitado. Su comportamiento biológico, caracterizado por una fase asintomática

prolongada y un crecimiento extremadamente lento en condiciones de laboratorio, ha dificultado su estudio en profundidad durante años. Estas limitaciones han supuesto un obstáculo importante para avanzar en la comprensión de su biología, epidemiología y de sus mecanismos de infección.

Un hito científico: la secuenciación de su genoma

En este contexto, el equipo de la Universidad de Córdoba ha logrado un hito clave: la secuenciación completa del genoma de *Pseudocercospora cladosporioides*, proporcionando por primera vez el “manual de instrucciones” de este hongo.

Uno de los principales retos fue obtener ADN de calidad. Para ello, se procedió a mejorar y optimizar los protocolos de aislamiento y cultivo del hongo desarrollados por el grupo de Patología Agroforestal. Estas mejoras nos permitieron extraer ADN y ARN de alta calidad, requisito para aplicar tec-

nologías de secuenciación de última generación (Figura 3).

La combinación de tecnologías de secuenciación de lecturas largas (Oxford Nanopore Technologies) y cortas (Illumina) permitió ensamblar un genoma de aproximadamente 53 millones de pares de bases, en el que se identificaron más de 14.000 genes. Este recurso genómico constituye una base fundamental para futuros estudios sobre la interacción planta-patógeno.

Claves genéticas del patógeno

El análisis del genoma ha permitido identificar, *in silico*, diversos mecanismos que explican la capacidad infectiva del hongo. Uno de los hallazgos más relevantes es la identificación de 491 genes relacionados con enzimas CAZymes, implicadas en la degradación de la pared celular vegetal. Estas enzimas permiten degradar esta primera barrera protectora, característica de las células vegetales y compuesta principalmente por celulosa

¹ Departamento de Agronomía de la Universidad de Córdoba

² Departamento de Genética de la Universidad de Córdoba

³ ValGenetics, Valencia



**Anticipar,
controlar y proteger.**
Estrategia completa
contra el algodoncillo
en olivar.

Con la comida no se juega

- // **Decis:** Control desde el inicio del ciclo.
- // **Sivanto Prime:** Control sistémico y traslaminar de larvas y adultos.
- // **Flipper:** Tratamiento de choque en el inicio de la aparición de ninfas.

Decis
EXPERT

SIVANTO
prime

FLIPPER





[[La secuenciación completa de *Pseudocercospora cladosporioides* abre nuevas vías para comprender la enfermedad y avanzar hacia estrategias de manejo más eficaces y sostenibles]]

y hemicelulosa. Además, se han identificado más de 400 proteínas efectoras, moléculas clave que el hongo emplea para modular e interferir en las defensas del hospedador. Estas proteínas pueden suprimir las respuestas inmunitarias del olivo o bien facilitar la infección.

Otro aspecto destacado es la presencia de 27 clústeres génicos implicados en la producción de metabolitos secundarios. Estos compuestos pueden actuar como toxinas o alterar procesos fisiológicos del árbol, lo que favorece el desarrollo de la enfermedad.

Un patógeno altamente especializado

El análisis comparativo con otras especies del género *Pseudocercospora* ha permitido situar a *P. cladosporioides* en un linaje filogenético evolutivamente diferenciado. Además, se han identificado más de 500 grupos de genes exclusivos de esta especie, lo que indica una clara adaptación evolutiva al olivo. Esta especialización podría explicar tanto su eficacia como su patogenicidad, así como las dificultades asociadas a su control en campo.

Aplicaciones para el manejo del olivar

La disponibilidad de este genoma constituye una herramienta clave para el futuro del control del emplomado. En primer lugar, permitirá identificar los genes del olivo asociados a la resistencia al patógeno, lo que acelerará el desarrollo de nuevas variedades más resistentes.



Figura 1. Síntomas y signos característicos del emplomado del olivo. En el haz de las hojas aparecen manchas cloróticas y, en el envés, un característico color plumizo debido a las fructificaciones del hongo.



Figura 2. Defoliación severa causada por *Pseudocercospora cladosporioides* en la variedad susceptible hojiblanca.

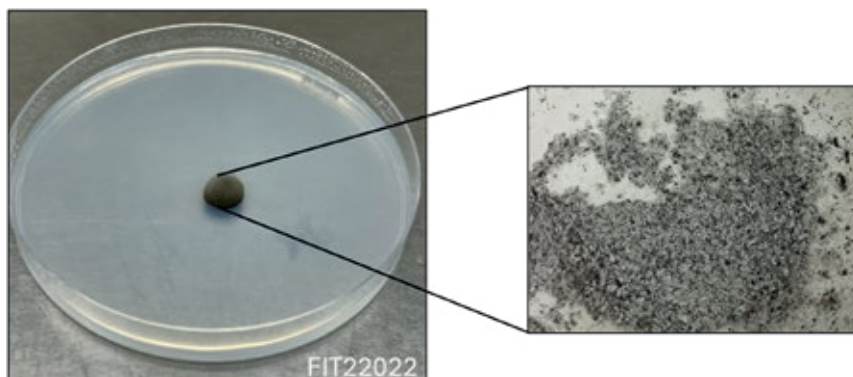


Figura 3. Colonia de *Pseudocercospora cladosporioides* y micelio fúngico para extracción de ADN y ARN.

En segundo lugar, abre la posibilidad de desarrollar sistemas de diagnóstico precoz basados en herramientas moleculares, capaces de detectar el patógeno antes de la aparición de síntomas visibles. Por último, el conocimiento detallado de los mecanismos de infección permitirá diseñar estrategias de control más

específicas y sostenibles, reduciendo la dependencia de tratamientos químicos.

Estrategias actuales de manejo

Desde el punto de vista práctico, el control del emplomado presenta similitudes importantes con el del repilo. Tradicionalmente, ambos patógenos se han manejado



Sobredosisificación de fungicida cúprico para el control de emplomado en la variedad susceptible frantoio.

mediante estrategias comunes, basadas principalmente en tratamientos fungicidas, especialmente con compuestos cúpricos.

De hecho, en muchos olivares, el control del emplomado se ha realizado de forma indirecta mediante los programas establecidos para el repilo, con resultados generalmente satisfactorios. Sin embargo, existen diferencias relevantes entre ambos patógenos que deben ser consideradas. La población de *P. cladosporioides* es, en general, más susceptible a los tratamientos cúpricos que el repilo. No obstante, el uso continuado de cobre plantea el riesgo de selección de pobla-

ciones resistentes, un fenómeno ya descrito en la tuberculosis del olivo causada por *Pseudomonas savastanoi* pv. *savastanoi*. Las restricciones regulatorias sobre el uso del cobre obligan a optimizar su uso y a buscar alternativas. En este contexto, cobra especial importancia el desarrollo de estrategias integradas que incorporen diversas herramientas de control.

Hacia una olivicultura más sostenible

En un escenario marcado por el cambio climático y la creciente limitación del uso de productos fitosanitarios, comprender en profundidad la biología de los patógenos resulta clave para garantizar la sostenibilidad del olivar. En este sentido, la secuenciación del genoma de *P. cladosporioides* representa un gran avance. Este logro no sólo permite comprender mejor los mecanismos de acción del hongo, sino que también sienta las bases para desa-

El genoma identifica más de 400 proteínas efectoras que permiten al patógeno evadir las defensas del olivo

rollar estrategias de manejo más eficaces y respetuosas con el medio ambiente.

La identificación de genes implicados en el proceso de infección abre la puerta al desarrollo de nuevas estrategias tales como selección de variedades resistentes; uso de productos más específicos basados en dianas moleculares; y mejora de los modelos epidemiológicos para optimizar los tratamientos.

Además, el diagnóstico precoz permitirá intervenir antes de que los síntomas de la enfermedad se manifiesten, lo que aumentará la eficacia de las medidas de control. 🍓

Referencia

Estudillo, C., Tercero-Alcázar, C., Orduña, L., et al. (2026). The Genome of *Pseudocercospora cladosporioides*: A Step Toward Understanding Olive Cercosporiosis. *Plant Pathology*, 75: e70130.

ALTO RENDIMIENTO

Maximiza tu eficiencia con Solano Horizonte

+ Ajustes sencillos, resultados rápidos

Priorizamos la facilidad y rapidez en la configuración de tu máquina

+ Imparable

Equipos fabricados con materiales robustos y de primera calidad, preparados para soportar el desgaste y uso intensivos

+ Ahorro de tiempo y combustible

Reduce el número de pasadas necesarias, incrementando la eficiencia en cada jornada de trabajo



Equipos diseñados para ofrecer el máximo rendimiento en cada tarea, **ahorrando tiempo y recursos**



SOLANO
HORIZONTE®

www.solano-horizonte.com

**INDUSTRIAS
DE LA ROSA**

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

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



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

industriasdelarosa@industriasdelarosa.com



WWW.INDUSTRIASDELAROSA.COM



La campaña de promoción *"Aceite de Oliva Virgen Extra. El Complemento Perfecto"* conquista 342.000 nuevos hogares

Aceites de Oliva de España participó en la 39ª edición del Salón de Gourmets, que se celebró del 13 al 16 de abril en IFEMA Madrid, con un espacio que refuerza su posicionamiento como uno de los grandes embajadores de la marca España en el mundo. El stand, inspirado en el icónico bolso diseñado por Palomo Spain, integra gastronomía, moda y cultura para acercar el aceite de oliva virgen extra, a nuevos públicos, especialmente a los más jóvenes. Este espacio se convirtió, además, en punto de encuentro entre tradición e innovación para seguir impulsando el valor del producto.

El stand de *Aceites de Oliva de España* en el Salón de Gourmets 2026 estuvo inspirado en la campaña protagonizada por Aitana, por lo que tomó como referencia el icónico bolso con la botella de AOVE diseñado por Palomo Spain, convertido ya en un símbolo de la nueva relación que este alimento está estableciendo con el consumidor más joven.

Este espacio fue el lugar elegido para hacer balance de la campaña, desarrollada a lo largo de la segunda mitad de 2025, a través de los datos recopilados por la empresa especializada en el análisis de mercados, Worldpanel by Numerator, a partir de una muestra de 12.500 hogares que representan a más de los 19 millones existentes en nuestro país. Los resultados han sido muy positivos,



El diseñador Palomo Spain.



llegando a alcanzar a casi el 87% de los hogares. Y lo más importante, sus efectos se han dejado notar en el consumo de este alimento, según asegura Mariana Vieira Fonseca, New Business Insights Manager/Spain Worldpanel by Numerator. “En términos de negocio, la campaña ha tenido un impacto muy positivo en el mercado del AOVE, generando un incremento de 21,8 millones de euros en ventas, representando un 2,9% de facturación del mercado”, detalla.

Destaca también la capacidad de la campaña de promoción de atraer consumidores que no lo consumían o lo hacían de forma esporádica: “El análisis del comportamiento del consumidor muestra que este crecimiento ha sido impulsado en un 23% por compradores que se incorporan al mercado de AOVE, más de 340.000 nuevos hogares, así como por un 18% de compradores ocasionales que han incrementado sus compras. Estos datos evidencian la capacidad de la campaña no solo para atraer nuevos consumidores, sino también para dinamizar la demanda entre perfiles con menor nivel de consumo”, precisa. Finalmente, Mariana Vieira Fonseca resalta que “*Aceite de Oliva Virgen Extra. El complemento perfecto*” ha logrado un alto nivel de alcance, conectando de forma efectiva con el target prioritario de hogares entre 25 y 45 años.

Cabe recordar que esta campaña nació con el objetivo declarado de rejuvenecer el perfil de consumidores del aceite de oliva virgen extra, según recuerda Pedro Barato, presidente de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español. “Nuestros mejores consumidores en España son los mayores de

65 años. Los más fieles. Sin embargo, no conseguimos contactar igual con los más jóvenes. Por eso, decidimos dar un golpe de timón en la forma de acercarnos a esos consumidores. A la vista de los datos, hemos sabido acercarnos a nuevos públicos, especialmente a jóvenes de entre 25 y 35 años sin perder el vínculo con quienes ya valoraban y consumían AOVE, consolidando así un crecimiento sólido y sostenido”.

Barato subraya especialmente la contribución del diseñador cordobés Alejandro Gómez Palomo al éxito de la campaña: “Creo lo que podemos calificar como una auténtica pieza de museo, que nos ha ayudado a resaltar la grandeza del mejor aceite de oliva virgen extra del mundo”.

El bolso creado para la campaña —que integra una botella de AOVE— se ha convertido en un objeto viral y en un símbolo de cómo un producto gastronómico puede formar parte de la conversación estética contemporánea. Tras su aparición en manos de la cantante Aitana, el diseño ha alcanzado gran notoriedad y se presentó como uno de los principales atractivos del stand de la organización en el Salón de Gourmets. Durante la jornada inaugural, el propio diseñador estuvo presente para





Mariana Vieira Fonseca, New Business Insights Manager/Spain Worldpanel by Numerator.

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

compartir el proceso creativo y el diálogo entre moda y gastronomía.

Un stand experiencial y una campaña que conecta con nuevos públicos

Precisamente, Alejandro Gómez Palomo fue uno de los grandes animadores

del stand de *Aceites de Oliva de España* en el Salón Gourmets 2026. En el primer día de feria cató alguna de la treintena de variedades presentes en la impresionante mesa de cata.

A su vez, pudo comprobar el nivel de diseño exhibido por las cerca de 600 botellas de aceite de oliva virgen

extra presentes en la Oleoteca. Además, interactuó con el público, atraído también por la posibilidad de hacerse con uno de últimos bolsos creados para la campaña; en concreto, tres de los 40 fabricados, reforzando el carácter experiencial del stand y su capacidad de generar conversación. 🫒



Estand de la Interprofesional en el Salón Gourmets 2026.



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

Carlos Jiménez, Director de Operaciones, Acesur



"Los resultados conseguidos con la tecnología OptiCept son magníficos, está permitiendo obtener excelentes resultados en la mejora de la calidad y los rendimientos"

Miguel Higuera, Maestro de almazara, Aceites Canoliva



"Tras observar el impacto del sistema OPTICEPT® la temporada pasada, vimos una mayor extracción de aceite de oliva de calidad"

Rafael Doncel, Gerente, Nuestra Señora de la Salud

A white lightning bolt graphic on the left side of the page, extending from the top to the bottom.

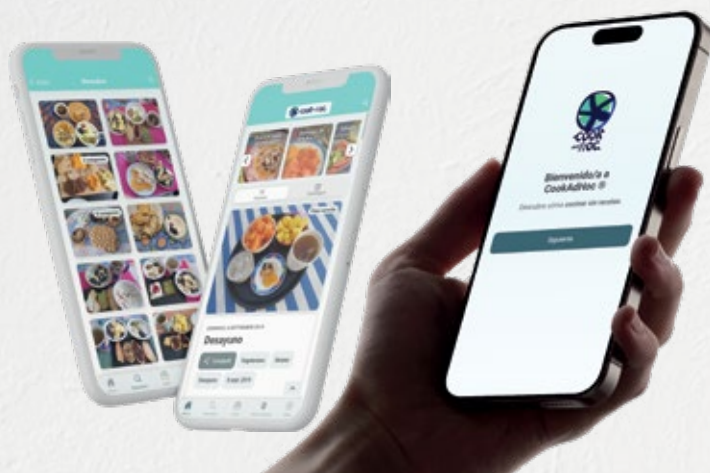
PULSOS ELÉCTRICOS:

Mejore los Agotamientos y Calidad

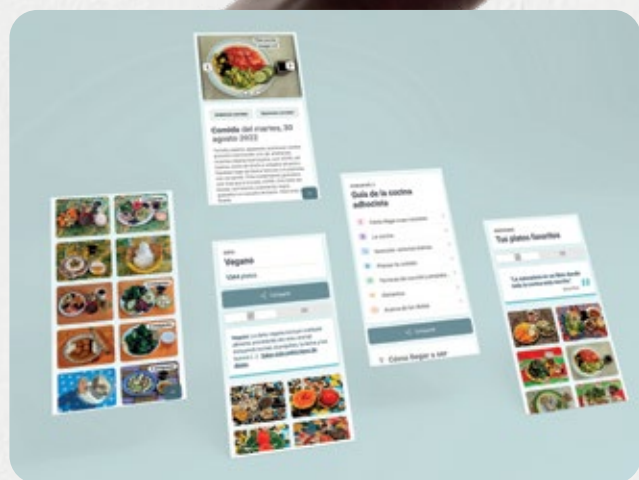
¿Listo para notar la diferencia? Escanea el código QR y completa el formulario.

¡Agenda hoy mismo tu evaluación en sitio gratuita!





Cookadhoc.com, **cocina sin recetas** **y hedonismo al** **alcance de todos**



¿Qué y cómo comemos hoy? En el caso de la *food artist* Alicia Ríos, a la hora de elegir lo que va a comer interviene ante todo el factor hedonístico, que incluye el bienestar: disfrutar con la comida sana. Su último proyecto, la app *cookadhoc.com: cocina sin recetas*, refleja su *Diario de comida y cocina*, un registro acumulativo de todo lo que ha desayunado, comido y cenado desde su inicio en 2018. Una alimentación saludable y libre inspirada en la Dieta Mediterránea en la que el aceite de oliva virgen extra desempeña un papel protagonista.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

Creada y diseñada por Fran Caballero, Alicia Ríos y Miguel Ángel Pérez Martínez, la aplicación *cookadhoc: comida sin recetas*

es un proyecto de investigación sin precedentes disponible para su descarga en App Store y Google Play. Con carácter interdisciplinar, la *app* permite consultar información e interactuar con sus contenidos de diversas maneras y con distintas finalidades, así como desmenuzar unos hábitos conductuales que la propia Alicia Ríos describe como *adhocistas*: aprovisionamiento, cocina, alimentación y salud en función de las necesidades del aquí y ahora, en permanente diálogo con los usuarios.

A partir de su aprendizaje y dilatada experiencia, y siempre con un carácter didáctico alejado del dogmatismo, el archivo digital de todas sus comidas abarca un amplio ámbito tanto geográ-



fico y estacional como climático y cultural. La raíz vivencial desde la que la autora se provee de materiales, cocina y socializa es sobre todo la Dieta Mediterránea, de la que el virgen extra es un pilar fundamental.

La *app* presenta el registro acumulativo de los ingredientes, condimentos, recipientes y técnicas de cocción

utilizados en cada desayuno, comida y cena de Alicia Ríos en diversos contextos geográficos, climáticos y culturales. Desde su origen en 2018 hasta la actualidad, en ella encontramos más de 8.800 entradas temáticas que en su mayoría contextualizan la utilización del aceite de oliva virgen extra como ingrediente principal.

AUREA Dop. Para los grandes aceites de oliva virgen extra



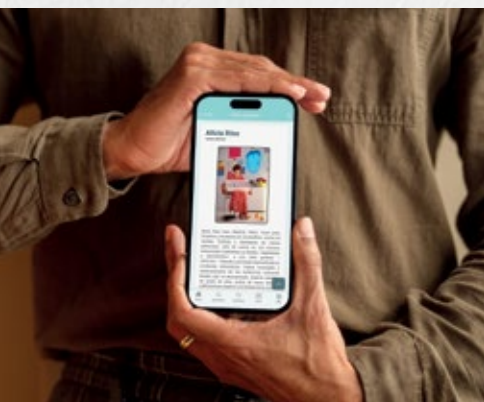
La proporción áurea, base de la colección **AUREA DOP**,
es el alma de muchas de las formas más armoniosas de la naturaleza.
Rigor estilístico y esencia de las formas caracterizan a **AUREA DOP**,
donde la búsqueda meticulosa de la proporción áurea desemboca en una botella de carácter y gran estilo.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

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

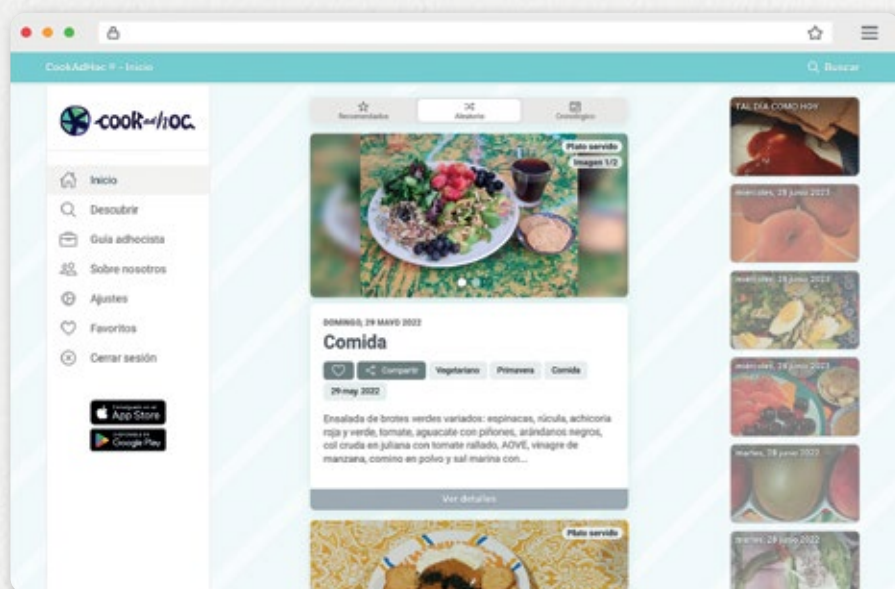


VETRERIA ETRUSCA S.p.A. Montelupo Fiorentino (Firenze - Italia) Tel. (+39) 0571 7551
www.vetrieriaetrusca.it info@vetrieriaetrusca.it





Cookadhoc, el diario de cocina digital de Alicia Ríos, anima al usuario a liberarse de la tiranía de las recetas y aprender a cocinar con instinto y creatividad inspirándose en la Dieta Mediterránea



que conducen a cocinar con creatividad. Como cocinera, Ríos actúa a modo de maestra de ceremonias: su diario es el relato de una danza ritual de los ingredientes donde cada menú es una función teatral y cada alimento, ingrediente y condimento es protagonista. Sus fotografías presentan estéticamente los alimentos en los platos, en superposición y sin mezclarlos. Así, cada plato se convierte en una paleta de opciones sensoriales con un enorme potencial de combinaciones. Los alimentos cocinados que quedan en la fuente o en la olla trascienden su condición de sobras y pasan a denominarse “repertorio”, volviendo a la nevera para disfrutar de una segunda vida. Todo es reciclable y hay que aspirar al desperdicio cero. En la cocina *adhocista* no hay sobras, sino repertorios de recursos comestibles; las sobras de comidas e ingredientes no se descartan, sino que se convierten en una inspiración para crear nuevas combinaciones de menús en los días posteriores. Un concepto, el de “repertorio”, que se amplía con varias secciones: “saboreteca”, “aromatoteca”, “cromatoteca”, “texturoteca”...

La respuesta a la pregunta *¿Qué quiero y puedo comer hoy?* -a la que pretende responder *cookadhoc.com*- viene dada por la sinergia entre los recursos disponibles o repertorio, la seguridad depositada en la intuición, la maestría derivada de la experiencia y el placer de actuar con libertad, aunque ciñéndose al imperativo de la realidad. Esta es la esencia del *adhocismo* vital.

Alicia Ríos lo tiene claro: no es necesario depender de recetas para cocinar

Cada una de las tres comidas del día está ilustrada con fotografías y acompañada de un texto que pretende activar la curiosidad por aprender y adquirir habilidades para cocinar con creatividad. Un exhaustivo conjunto de datos empíricos que ha sido analizado y sistematizado por un ingeniero de software y su equipo en función de variables relativas a la conducta alimentaria y las técnicas culinarias.

Cookadhoc.com: comida sin recetas se dirige a un amplio espectro de opciones dietéticas -omnívoras, 2.375 platos; vegetarianas, 4.072 platos; y veganas, 2.438 platos- desde una metodología científica interdisciplinaria y holística reinterpretada por el profesor y geólogo de campo Miguel Ángel Pérez, quien investiga y ejemplifica con datos específicos la interacción entre la geología como ciencia y la cocina como hecho cultural fundacional, estableciendo así las ba-

ses de una geología culinaria y arrojan luz sobre la evolución e interacción -en tiempos geológicos y en tiempos históricos- de la presencia de alimentos, recipientes e instrumentos en diferentes lugares mencionados en el diario de comidas de Alicia Ríos. *Cookadhoc.com*, que ha contado con el ingeniero de software Fran Caballero como diseñador y programador de la *app*, ofrece estos relevantes datos distribuidos en distintos apartados que se ofrecen exhaustivamente ilustrados con mapas, datos y simbología geológica fruto de la dialéctica establecida entre Alicia Ríos y Miguel Ángel Pérez.

La esencia del *adhocismo* vital

Escritora y experta en el arte culinario, psicóloga del olfato y del gusto, Alicia Ríos identifica la personalidad de los alimentos y entabla con ellos diálogos

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

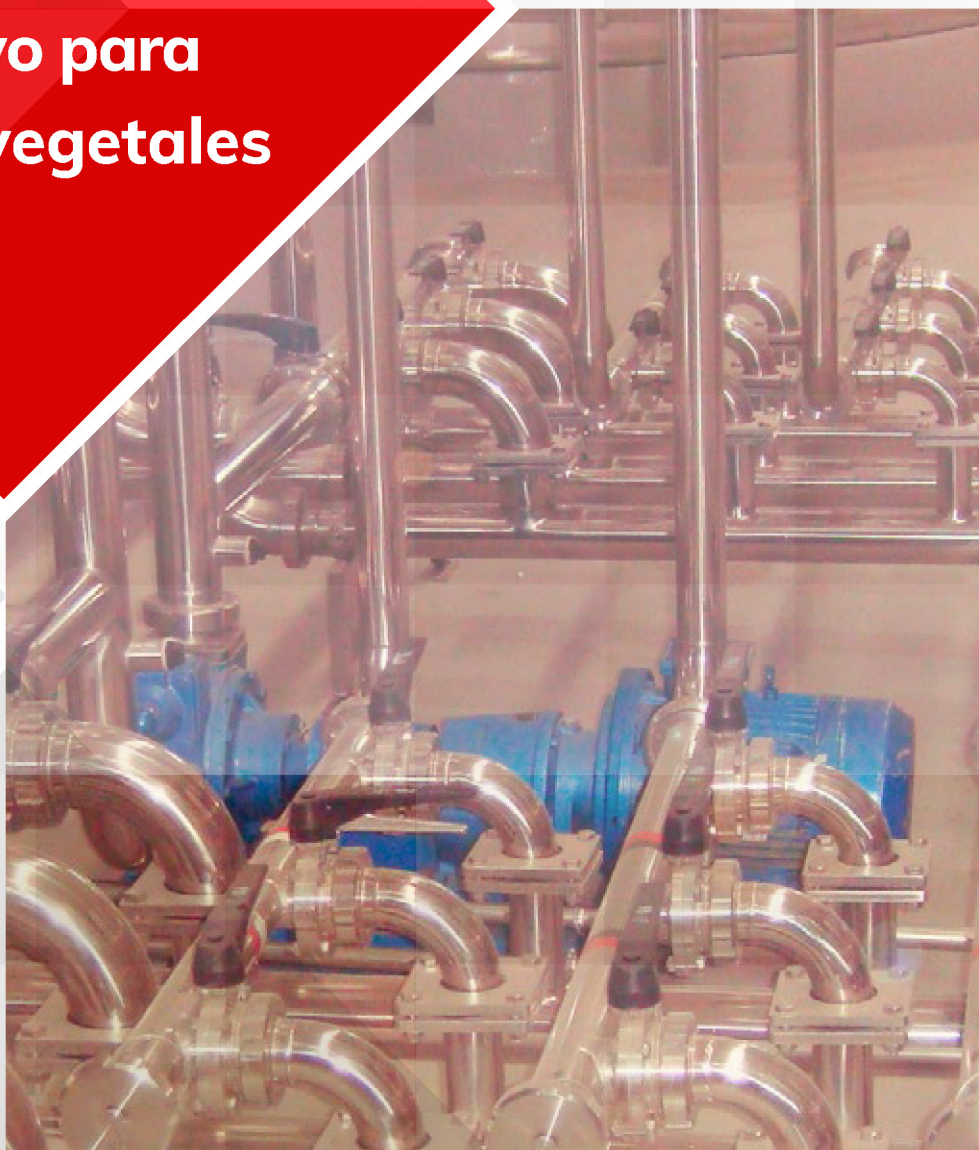


bombas

TRIEF

desde 1967

DESDE 1967



DISEÑO Y FABRICACIÓN DE BOMBAS



ventas@bombastrief.es
bombastrief.es



(+34) 944 416 238



Lutxana Asua Errepidea, 26
48950 Erandio, Bizkaia



La *app* presenta el registro acumulativo de los ingredientes, condimentos, recipientes y técnicas de cocción utilizados en cada desayuno, comida y cena de Alicia Ríos en diversos contextos geográficos, climáticos y culturales

son nuestros imprescindibles aliados para iniciar la exitosa carrera de fondo que nos va a conducir, sin tregua y sin pausa, al estrellato reconocido del cocinero *adhocista*.

Dieta Mediterránea y AOVE como hilo conductor

Y es que *cookadhoc.com* es una exhibición de los principios aplicados del hedonismo como dieta vitalista derivada de la Dieta Mediterránea tradicional. Su metodología recurre a un enfoque que combina la ciencia con una filosofía humanista y pragmática con el fin de facilitar a cualquier tipo de usuario unas claves de

de manera satisfactoria para uno mismo o para los demás. En realidad, no hacen falta recetas para cocinar bien. En su opinión, las fórmulas preestablecidas limitan la creatividad y condicionan el aprendizaje y el despliegue de las habili-

dades culinarias, de ahí que renuncie al uso de las recetas como única guía para determinar con exactitud la estructura y condimentos obligatorios de un plato.

Para Ríos, la capacidad de observación, la concentración, la constancia y un cierto atrevimiento, condimentados por la imaginación y el ingenio,



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

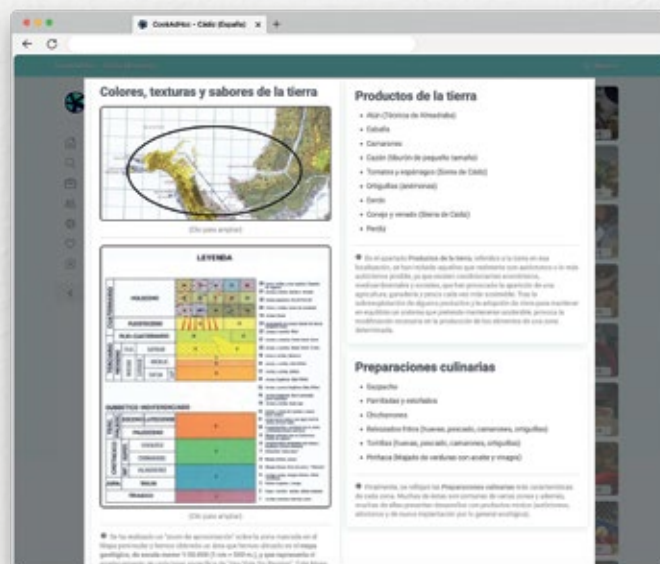
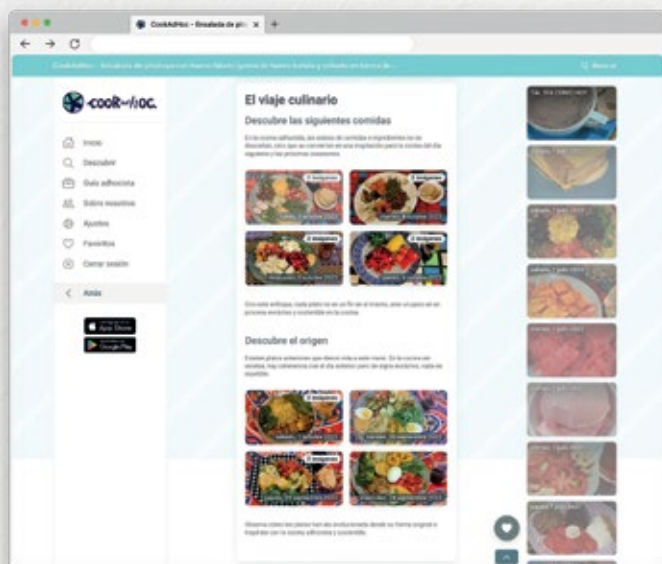
LAGAR DO SOBRADO



MOLINO DEL GENIL

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

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



conducta al alcance de sus necesidades y habilidades culinarias. Así, la *app* activa la creatividad latente de una manera diferencial en cada uno de los potenciales usuarios, con el hilo conductor de la Dieta Mediterránea y el aceite de oliva virgen extra como su principal vector -3.572 platos en la aplicación utilizan AOVE-, ambos vinculados a una cultura cuya esencia es el disfrute compartido como arte de vivir. La autora pretende mostrar la versatilidad infinita del aceite de oliva en relación con sus experiencias culinarias y su propia epopeya vital. La *app* permite descubrir cómo Alicia utiliza el AOVE en los diferentes horarios del día, mostrando para cada uno de ellos el porcentaje de platos en los que se ha empleado aceite de oliva o AOVE -el 89,31% de los almuerzos de Alicia Ríos lo incluyen, variando según las diferentes estaciones del año y la técnica de cocción empleada-. “El sabor del aceite de oliva nos hace libres, nos vuelve *adhocistas* y nos convierte en cocineros sin recetas”, afirma convencida.

La innovadora guía de la cocina *adhocista* de *cookadhoc.com* facilita una búsqueda por palabra clave enriquecida -o bien crear tu propio listado de platos-, así como un sistema de recomendaciones personalizadas; al tiempo que ofrece información sobre nutrición,

planificación de menús, elaboración de alimentos y técnicas de cocción. Los usuarios pueden descubrir comidas y (no) recetas compatibles con sus gustos personales, tipos de dieta y, por supuesto, con los ingredientes disponibles en su despensa y nevera. La navegación es muy intuitiva y fácil, invitando a los usuarios a explorar el viaje culinario de las comidas y descubrir el origen y la evolución de cada plato. Sin olvidar las frases y citas de la autora que, desde la perspectiva de una pionera gastronómica, proporcionan a los usuarios inspiración diaria y motivos de reflexión acerca

Cookadhoc.com es una exhibición de los principios aplicados del hedonismo como dieta vitalista derivada de la Dieta Mediterránea tradicional, con el AOVE como principal vector

del hecho de cocinar y cómo este perfecciona y determina el estilo de vida.

Alicia Ríos contextualiza los productos de temporada y apuesta por el comercio de proximidad, fomentando el consumo de aquellos que proceden directamente del agricultor, del pescador y del ganadero, con preferencia sobre los productos elaborados industrialmente. En un mundo globalizado como en el que vivimos, distancia y estacionalidad son factores importantes, pero no pueden ni deben convertirse en criterios dogmáticos. En lo referente a los productos procesados y ultraprocesados, su presencia en el repertorio de la cocina y los ingredientes habituales registrados en el diario de Alicia Ríos es prácticamente nula al resultar irrelevantes como punto de partida, ya que no contribuyen en nada al bienestar



Alicia Ríos, una vida sin recetas

Psicóloga y filósofa del olfato y el gusto, experta en la cultura del olivar, catadora profesional de aceites de oliva y jefa de cocina, Alicia Ríos Ivars (Madrid, 1943) es además una artista reconocida a nivel internacional en el ámbito del arte comestible, *eat art* y *food art*. Junto al colectivo ALI & CIA, del que es directora y cofundadora, ha creado, dirigido y producido infinidad de *performances* y acciones incitando a la catarsis de los miembros de las comunidades con las que ha interactuado, logrando desbloquear su *vis creativa* de la comestibilidad de la existencia.

Autora de numerosos libros y publicaciones sobre gastronomía e historia de la cocina y la cultura del olivar, el aceite de oliva y el AOVE, y promotora de su uso y consumo para instituciones nacionales e internacionales, Alicia Ríos ha utilizado el virgen extra a lo largo de su carrera artística como hilo conductor de su inspiración. Además de la producción literaria, Ríos ha participado en diferentes paneles de cata e impartido multitud de ponencias, talleres y cursos en España y fuera de nuestro país exponiendo las inigualables propiedades del aceite de oliva y el AOVE, incluso como medio para expresarse en el mundo artístico. Recientemente, el jurado del XXIII Premio AEMO a la Difusión de la Cultura del Olivo 2025 otorgó un reconocimiento especial a Alicia Ríos "por una vida dedicada a la difusión de la cultura del olivo, la aceituna y el aceite de oliva".

Viajera incansable y sistematizadora de las tradiciones culinarias locales que va descubriendo, en la actualidad trabaja en la creación continua de su diario *adhocista* de comida y cocina *cookadhoc.com*, así como en el libro *Una vida sin recetas*, de próxima aparición, que consta de dos volúmenes: *Biografía imposible* y *Método para cocinar la existencia*.



Alicia Ríos durante una docencia oleícola impartida en St. Antony' College (Oxford) en 2002.



ni a la práctica desacomplejada y activa de la cocina *adhocista*.

La *app* valora el estilismo y la estética que acompañan siempre a toda práctica o ética culinaria, y muestra cómo uno puede convertirse en un artista a través de la comida. *Cookadhoc.com* propone una vía alternativa que resalta, cuando se practica con continuidad, el hábito de cocinar; instaurando

una beneficiosa -y terapéutica- tendencia al equilibrio, al orden y al respeto de los alimentos, así como al cuidado del organismo y de la naturaleza. El *adhocismo* de *cookadhoc.com*, entre otras cosas, permite ahorrar tiempo y desgaste emocional, desarrolla la autonomía personal y minimiza el esfuerzo empleado para la resolución de problemas. En palabras de sus artífices, "esta

aplicación permite dar ese imprescindible empujón al que han reaccionado siempre las revoluciones culinarias y culturales cuando se ha presentado la necesidad de cambios, en momentos de incertidumbre como el actual. En definitiva, *cookadhoc.com* puede ayudar a los más despistados a lograr un buen equilibrio existencial y culinario, es un método para cocinar la existencia".



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



LAVADORA Y LIMPIADORA
COMPT LL90 PLUS

LIMPIADORA LPV PLUS

LAVADORA LD PLUS

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

ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification



PREMIO A LA
INDUSTRIA 1999



SEGUNDO PREMIO
INNOVACIÓN TECNOLÓGICA
1991

TELÉFONO
953 630 116



AGRINACO

MAQUINARIA OLEÍCOLA

LUCAS LÓPEZ MORENO, S.L.

ALTA INGENIERÍA PARA ALMAZARAS

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

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



visite nuestra web donde le mostramos nuestras máquinas en 3D

www.agrinaco.es

Predicción de demanda de agua de riego a medio plazo en comunidades de regantes



En el contexto actual, marcado por la búsqueda de una gestión eficiente de los recursos que respete el medio ambiente y ofrezca estrategias para hacer frente a épocas de escasez de agua o sequía, la tecnología es una aliada esencial para la comunidad agrícola. El desarrollo de nuevas herramientas y la digitalización del regadío permiten a los regantes tener el control sobre el uso de recursos como el agua y la energía, ahorrando costes y utilizando sólo el agua necesaria en cada momento. Un paso más en esta digitalización que permita una gestión más precisa del agua y la energía es el que ha dado un equipo de la Unidad de Excelencia María de Maeztu-Departamento de Agronomía de la Universidad de Córdoba (DAUCO) al desarrollar un modelo que usa la Inteligencia Artificial para predecir el agua que gastará la comunidad de regantes a una semana vista.

Por Rafael González Perea, Emilio Camacho Poyato y Juan Antonio Rodríguez Díaz

Grupo de Investigación AGR 228 Hidráulica y Riegos. Dpto. de Agronomía, Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y Montes. Universidad de Córdoba. Campus de Rabanales. Edificio Leonardo da Vinci.

Los sistemas de riego a presión se han convertido en una de las mejores herramientas para usar el agua de forma más eficiente en la agricultura, un sector que consume cerca del 70% del agua dulce del planeta. Una buena gestión del riego no sólo ayuda a ahorrar agua, sino también energía y costes de producción, contribuyendo a una agricultura más sostenible y a un mejor funcionamiento de las comunidades de regantes.

Uno de los grandes retos actuales es predecir cuánta agua necesitarán los cultivos y cómo la usarán los agricultores. Contar con esta información permite planificar mejor la distribución del agua y evitar desperdicios, ajustando

el suministro a las necesidades reales de cada zona y cultivo. Sin embargo, esta tarea es compleja, ya que depende de muchos factores: el clima, el tipo de suelo, las prácticas agrícolas e incluso el comportamiento humano.

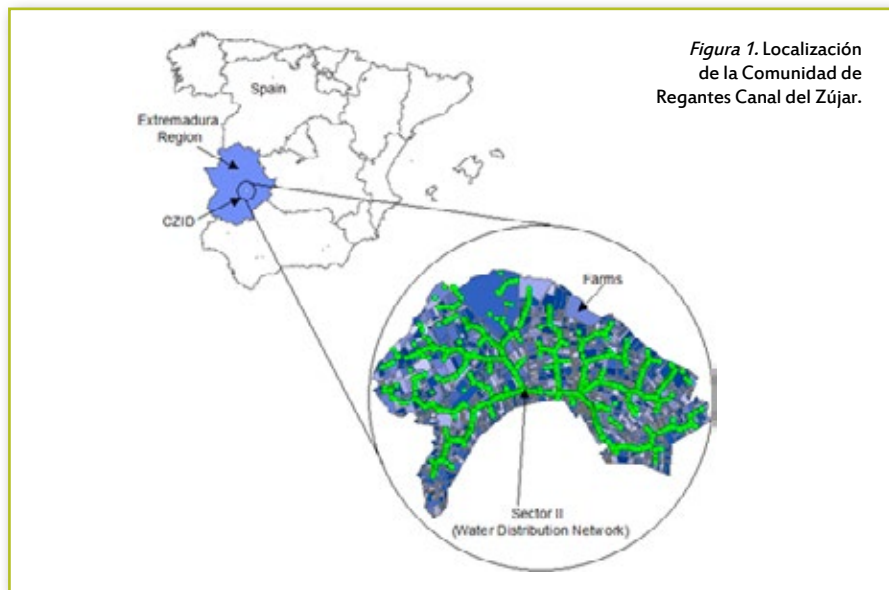
Para afrontar este desafío, en los últimos años se están aplicando técnicas de Inteligencia Artificial capaces de mejorar las predicciones. Entre ellas, destacan los Transformers, un tipo de red neuronal desarrollada por Google en 2017, que ha revolucionado el análisis de datos y la predicción de series temporales. Gracias a esta tecnología, el Grupo de Investigación de Hidráulica y Riegos de la Universidad de Córdoba ha desarrollado un modelo capaz de anticipar la demanda de agua de riego

con gran precisión, abriendo el camino hacia una gestión más inteligente y sostenible del recurso más valioso: el agua.

Área de estudio

El área de estudio del modelo de predicción desarrollado se centra en la Comunidad de Regantes Canal del Zújar (CZID) (*Figura 1*), localizado en la región de Extremadura, al suroeste de España. Los datos diarios de demanda real de agua de riego a nivel de hidrante que se utilizaron para el entrenamiento y testeo del modelo predictivo desarrollado abarcan desde las campañas de riego de 2015 a 2022.

La Comunidad de Regantes Canal del Zújar está compuesta por 10 sec-



tores independientes, cubriendo un área total de 21.141 ha. La estación meteorológica más cercana es "Don Benito-EFA", con coordenadas UTM: 252468, 431917 en la zona 30. La temperatura media en esta área varía

desde 7,1 °C en enero hasta 25 °C en julio, mientras que la temperatura máxima promedio oscila entre 13,2 °C y 35,1 °C. La precipitación anual promedio es de 390 mm y la evapotranspiración máxima ocurre en julio,

El modelo de predicción de la demanda de agua desarrollado por el Departamento de Agronomía de la UCO es el primero en ofrecer pronósticos con una semana de antelación y un error inferior al 20%

con un promedio diario de 7 mm, sumando una evapotranspiración anual de 1.296 mm.

Para este trabajo, se seleccionó el Sector II de dicha comunidad de regantes, que abarca un área de 2.691 ha. de riego y está compuesto por 191 hidrantes. Los cultivos principales en este sector son tomate, maíz y arroz, representando el 90% del área total re-

TECNOLOGÍA Y AUTOMATIZACIÓN PARA TU ALMAZARA 4.0



SOLUCIONES INTEGRALES PARA EL SECTOR OLÉICOLA



Instalaciones eléctricas



Automatización y control



Fabricación de cuadros eléctricos



Digitalización y gestión de datos



Energías renovables



www.ingeniaproces.es



francisco.altarejos@ingeniaproces.es



953 961 380
662 269 104

En un escenario marcado por la escasez de agua y los altos precios de la energía, esta innovación representa un avance importante hacia una gestión más inteligente, eficiente y resiliente del agua en la agricultura moderna



gada. El sistema de riego utilizado es por goteo para los cultivos de tomate y maíz, mientras que el arroz se riega por inundación. Cada hidrante está equipado con un medidor de flujo que registra automáticamente el volumen de agua aplicado cada hora.

El conjunto de datos completo, que contiene la demanda real diaria de agua de riego, incluye un total de 1.849 medidas correspondientes a todas las campañas de riego estudiadas. Este conjunto de datos se dividió aleatoriamente en dos subconjuntos: un conjunto de entrenamiento que abarca el 80% del total de las medidas y un conjunto de prueba que cubre el 20% restante.

Modelo desarrollado

Este trabajo se centra en el desarrollo de un modelo de predicción de demanda de agua de riego a medio plazo (una sema-

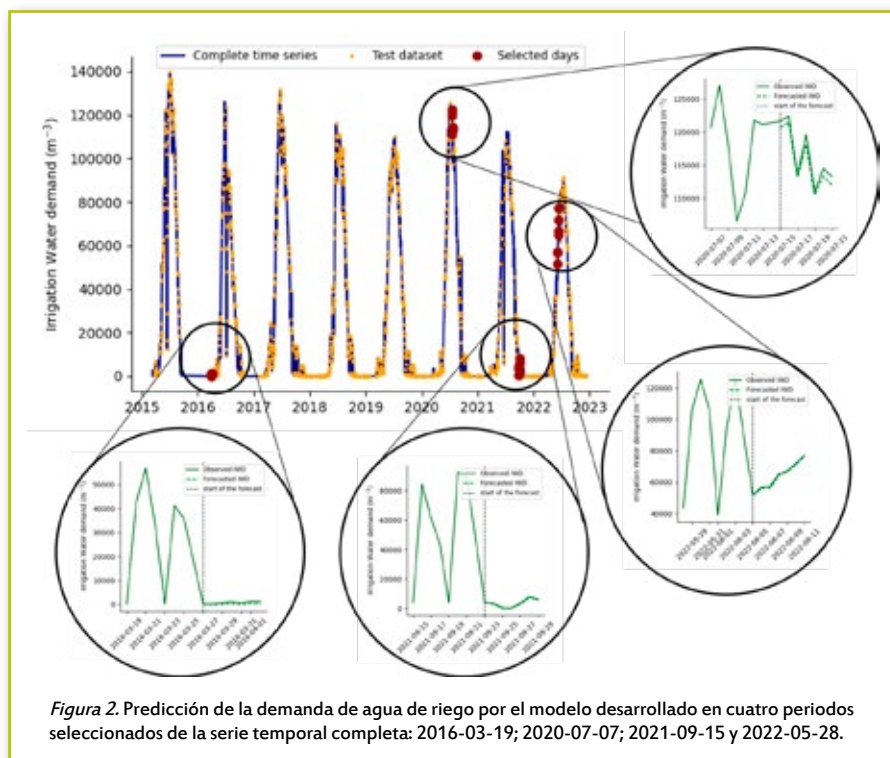


Figura 2. Predicción de la demanda de agua de riego por el modelo desarrollado en cuatro periodos seleccionados de la serie temporal completa: 2016-03-19; 2020-07-07; 2021-09-15 y 2022-05-28.

na) y fue validado en la Comunidad de Regantes Canal del Zújar, en Don Benito (Badajoz), utilizando una combinación de TNNs adaptada a este problema, lógica difusa y algoritmos genéticos.

El modelo desarrollado se formuló como un problema de predicción de series temporales de múltiples pasos, utilizando una arquitectura encoder-decoder común en tareas de procesamiento de lenguaje natural (NLP) y en problemas de predicción de series temporales. En esta estructura, el encoder transforma la serie temporal de entrada en un vector de contexto de longitud fija que contiene toda la información relevante. El decoder utiliza este vector de contexto para generar la serie temporal de salida, mejorando el proceso de entrenamiento al tener también su propia serie temporal de entrada.

La arquitectura TNN utilizada sigue una estructura recursiva encoder-decoder con mecanismos de atención múltiple (*multi-head attention*), que decide, entre los datos de entrada, qué información es más relevante en cada momento para realizar la inferencia. El modelo desarrollado contiene varias capas de encoder y decoder apiladas, donde el número de capas encoder

(Nenc) y decoder (Ndec) se optimiza mediante algoritmos genéticos (GA). Cada capa de encoder y decoder es idéntica entre sí e incluye subcapas de autoatención y alimentación directa, seguidas de una subcapa de adición y normalización (Add&Norm).

La optimización de los hiperparámetros del modelo de predicción desarrollado, como son el número de capas de encoder y decoder, se realizó utilizando algoritmos genéticos. El entrenamiento del modelo se llevó a cabo mediante una técnica conocida como *“teacher forcing”*, que mejora la precisión de la inferencia al introducir las entradas reales en lugar de las predicciones del modelo en cada paso del tiempo durante el entrenamiento. Este modelo de predicción de demanda real de agua de riego en comunidades de regantes fue desarrollado en Python, y validado en la zona de estudio anteriormente descrita.

La evaluación del modelo se basó en su capacidad para predecir la demanda real de agua de riego con precisión para cada uno de los siete días de predicción. Se midió el error estándar promedio (SEP) de la predicción y la representatividad del modelo (R^2).

**M5002 estándar:
el tractor que
mejor entiende
tu olivar**



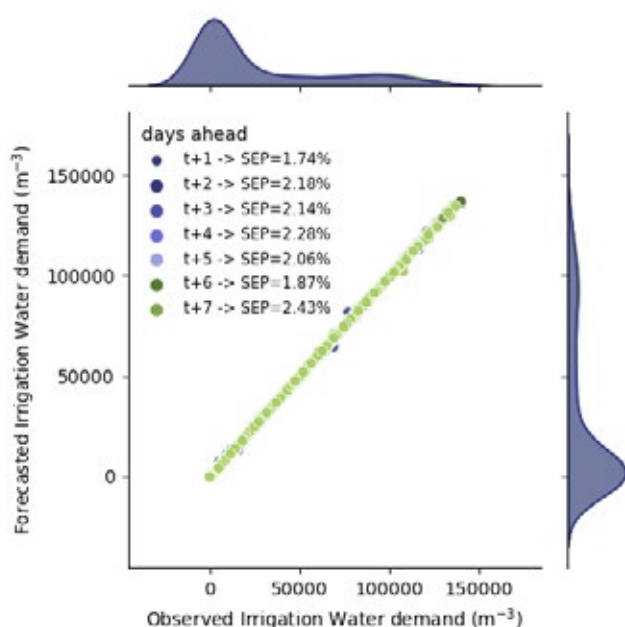


Figura 3. Diagrama de dispersión entre la demanda de agua de riego observada (real) y predicha, distribución de densidades y valores SEP (error estándar de predicción) para la estimación a 7 días (t+1, ..., t+7) por el modelo predictivo.



En este trabajo se presenta una metodología innovadora que permite predecir, con una semana de antelación, la demanda de agua en una comunidad de regantes real. El modelo fue validado en la Comunidad de Regantes Canal del Zújar y se basa en una arquitectura de tipo Transformer, optimizada mediante algoritmos genéticos. Esta combinación permitió mejorar la representatividad y precisión del mejor modelo previo en un 6,1% y un 89,8%, respectivamente. La correcta optimización de los hiperparámetros fue clave para lograr una generalización adecuada del modelo, demostrando que la elección de la arquitectura influye directamente en la precisión.

Con 1,75 millones de parámetros, apenas un 16,7% más denso que modelos anteriores, el sistema alcanzó una predicción del 99,9% de los escenarios, con un error medio del 2,10%. Este nivel de fiabilidad convierte al modelo en una herramienta útil para los gestores del agua, ya que permite prever con siete días de antelación la demanda diaria de riego.

Gracias a ello, se facilita la planificación de recursos hídricos y energéticos, reduciendo costes y mejorando la sostenibilidad. En un escenario marcado por la escasez de agua y los altos precios de la energía, esta innovación representa un avance importante hacia una gestión más inteligente, eficiente y resiliente del agua en la agricultura moderna. 🌱

Resultados del modelo desarrollado

El modelo se optimizó utilizando un enfoque basado en un algoritmo genético, donde cada individuo representaba un modelo de predicción potencial. La optimización buscaba maximizar el coeficiente de determinación (R^2) y minimizar el error estándar de predicción (SEP), equilibrando precisión y representatividad. El proceso de optimización involucró múltiples generaciones de modelos, seleccionando y cruzando los mejores individuos para mejorar continuamente los resultados.

El modelo óptimo seleccionado tuvo 1,75 millones de parámetros, ligeramente más denso que el modelo previo (16,7% más), pero con una representatividad y precisión significativamente mejoradas. Este modelo fue capaz de predecir la serie temporal de demanda real de agua de riego diaria con alta adaptabilidad y generalización (Figura 2) -valores de R^2 cercanos a 1 y errores alrededor del 2% (Figura 3)- a pesar de la complejidad inherente en las decisiones diarias de los agricultores y su agregación a nivel de distrito.

Este modelo de predicción híbrido demostró una notable mejora en la pre-

cisión de su inferencia en comparación con modelos anteriores. Dicha mejora se logró a través de una configuración óptima de los hiperparámetros, como el número de capas del codificador y decodificador, y la longitud del vector de codificación. Además, la selección automática y precisa de las variables de entrada, que incluyó factores climáticos clave, permitió al modelo capturar efectos complejos como la sensación térmica de los regantes. Este enfoque demostró ser crucial para mejorar la exactitud de las predicciones, destacando la importancia de una buena elección de variables en la predicción de las demandas reales diarias de agua de riego.

Conclusiones

El desarrollo de herramientas capaces de anticipar la demanda de agua de riego, sin limitar la libertad del agricultor, se antoja fundamental en un contexto de escasez hídrica y dependencia energética. La Inteligencia Artificial, y en particular el aprendizaje profundo, ofrece un gran potencial para mejorar la gestión del agua mediante modelos que aprenden del comportamiento real de las comunidades de regantes.



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.

**5 años con acreditación en vigor
para MOSH-MOAH en España.**



**La calidad y el rigor es lo
único que no negociamos.**



El maravilloso mundo de los AOVEs Premium

Descubrimos en Granada Molino & Cata, la oleoteca especializada en la venta y promoción de AOVEs Premium de la que todo el mundo habla. A un paso de la catedral de la ciudad de la Alhambra, el sueño hecho realidad de la catadora Mercedes Uceda y el especialista en el ámbito digital Jerónimo Palacios nace con vocación de mostrar al público el maravilloso mundo de los AOVEs de alta gama y disfrutar de lo mediterráneo, potenciando la historia, imagen y esfuerzo de todas las marcas que forman parte de su variada oferta.



[Texto: Alfredo Briega Martín]

El pasado 12 de octubre de 2025 abrió sus puertas en el corazón del centro histórico de Granada Molino & Cata, una oleoteca diferente. Detrás del proyecto se encuentra la pareja formada por Mercedes Uceda, catadora profesional y profesora del título de Experto en Cata de la Universidad de Jaén y la Universidad Internacional de Andalucía; y Jerónimo Palacios, MBA por ESIC y *senior advisor* de empresas cotizadas en bolsa como SINGULAR. Antes de la inauguración de este establecimiento consagrado al virgen extra Premium se lanzó un *e-commerce* que gozó de una excelente acogida, lo que animó a sus artífices a iniciar la búsqueda del espacio físico.

Palacios recuerda que “a principios de 2025, Mercedes regresó de catar en el concurso de Los Ángeles y retoma-

mos la idea de abrir una tienda. Era algo que ya habíamos comentado en alguna ocasión, ya que observamos que Granada no disponía de locales especializados en aceite de oliva virgen extra y, tratándose de una de las ciudades turísticas más importantes del mundo, con muchísimos visitantes ávidos de conocer nuestra cultura y gastronomía, pensamos que la tienda era una oportunidad de negocio para probar qué tal funcionaba de cara al público. Realizamos un estudio de mercado y elegimos una localización que se hallaba en la frontera entre la zona más turística y aquellas en las que el granadino realiza las compras para así dar servicio a ambos públicos. Todo fue muy rápido”.

No obstante, Mercedes y Jerónimo tenían claro que “queríamos huir de la típica tienda *atrapaturistas*. Mantenemos los mismos precios PVR reco-

mendados de los productores, lo cual requiere de un cuidadoso análisis de márgenes de producto”.

La tienda dispone de un *showroom* de unos 130 m² con espacios de degustación, una sala de cata profesional con capacidad para 20 personas y otro espacio dedicado a eventos, *pop-up store*, venta privada y experiencias Premium de alrededor de 100 m² con acceso independiente.

Diseño nórdico con inspiración mediterránea

La ambientación huye del mundo del olivar para centrarse en un diseño nórdico con sabor mediterráneo que inspire calma y remita “a los espacios que encontraríamos en un cortijo andaluz, a nuestras raíces”, afirman sus propietarios. Para ello contaron con el estudio de arquitectura AIR de Jaén, cuyos propie-



Mercedes Uceda y
Jerónimo Palacios,
fundadores y propietarios
de Molino & Cata.

Con un criterio de selección basado en la calidad, la filosofía de Molino & Cata es que el producto ha de ser excelente como punto de partida

Los empleados de Molino & Cata -un equipo de tres personas que se encarga de gestionar y coordinar las ventas, la atención al cliente, los pedidos y labores de gerencia- reciben una extensa formación en cata y acerca del aceite de oliva virgen extra y el sector oleícola, además de instruirse en prácticas comerciales para educar al consumidor. Todos ellos hablan inglés además de español.

“La mayor decepción ha sido descubrir el poco conocimiento del consumidor sobre el mundo del AOVE”, sostienen Mercedes y Jerónimo. “El hecho de que

tarios -Rodrigo García y Alicia Merino- se implicaron a fondo en el diseño de un espacio singular que concediera protagonismo al AOVE a la vez que permitiera un disfrute tranquilo del visitante. La ejecución fue realizada por la empresa

granadina ARTECSO, que proporcionó asesoramiento práctico en el diseño interior durante la obra. “Estamos muy agradecidos a ambos por la ejecución rápida, efectiva y cariñosa que le han dado a este proyecto”, apunta Jerónimo.

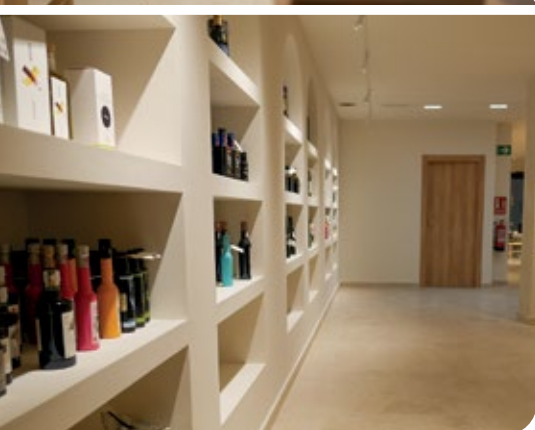
Soluciones de maquinaria a medida para líneas de llenado, taponado, etiquetado, encajado y enfardado.

Tecnología propia y equipos multiformato

Adaptados a cualquier producción y formato.

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





hayamos conseguido decenas de millones de impresiones con nuestras publicaciones en redes sociales -divertidas a la par que didácticas- demuestra que hay un gran trabajo educativo por delante que realizar. Esto nos ha obligado a redefinir la estrategia y partir desde varios pasos más atrás de lo que en un primer momento nos habíamos planteado”.

“Por otro lado -continúa Jerónimo-, esta situación presenta una oportunidad muy interesante en torno a la profesionalización de la distribución y comercialización de AOVE. Existe una ventana de oportunidad en el sector retail especializado en AOVE y ya hemos mantenido los primeros contactos tanto con agencias especializadas en el sector como con fondos de *venture capital* que están interesados en entrar en el sector de la mano de profesionales. La realidad del sector es que la mayor parte de la comercialización de aceites Premium o de alta gama aún se realiza vía granel. Nosotros hemos identificado casi 3.000 marcas distintas solamente en España. Hay un volumen de venta muy bajo y, en nuestra opinión, la estrategia de ataque recurriendo a los bajos

precios es incorrecta, ya que en este segmento el consumidor no es sensible al precio como ocurre en el *commodity* o de grandes formatos”.

Una amplia selección basada en la máxima calidad

El criterio de selección de los AOVEs que conforman la variada oferta de Molino & Cata se basa en la calidad. Como indica Jerónimo Palacios, “nuestra filosofía es que el producto ha de ser excelente como punto de partida. Hay productores que muestran interés por estar en nuestro catálogo y otros con los que contactamos nosotros directamente. Intentamos tener una selección variada de producto, balanceando variedades y aceites singulares. Contamos con AOVEs de distintas Denominaciones de Origen, zumos ecológicos y los biodinámicos de *Castillo de Canena* y *Finca la Torre*”.

En Molino & Cata muestran un especial cariño por los aceites locales y de autor. “Siempre intentamos tener varias marcas en rotación de ambos tipos -reconoce Jerónimo-. El comprador que viene a Granada demanda productos locales y el *connoisseur* del mundo del aceite busca AOVEs singulares que no puede encontrar fácilmente en el mercado”.

Al margen de los AOVEs andaluces, que son mayoría, la oleoteca cuenta con



“La realidad del sector es que la mayor parte de la comercialización de aceites Premium o de alta gama aún se realiza vía granel”, afirma Jerónimo Palacios

vírgenes extra de toda España y más adelante tiene previsto incorporar zumos de otros países como Italia, Portugal o Grecia. *Almaoliva* y *Rincón de la Subbética* -ambos de Almazaras de la Subbética-, *Andrés Aguilar*, *Axioma*, *Castillo de Canena*, *Elogio*, *Eoloe*, *Goldlis*, *Habitat*, *Oro Bailén*, *Finca Badenes*, *Finca la Torre*, *Jabalruz*, *Noviembre*, *O-Med*, *Oiltopia*, *Oro del Desierto*, *Oro en Rama*, *Quaryat*, *Salysalz* y *UNO* forman parte del catálogo permanente; mientras que otras marcas como *Puerta de las Villas*, *Vizconde de Almansa*, *Oleícola Jaén*, *Supremo*, *Olalla*, *Dominus*, *Oleum Hispania*, *Pago de Peñarrubia* o *Cladivm* también han figurado en las estanterías de Molino & Cata. Como explica Jerónimo Palacios, “intentamos equilibrar la demanda de marcas, que en general es baja, con una oferta de productos rica en aromas y sabores”.

El catálogo de productos se completa con las patatas fritas *San Nicasio*, el vinagre de membrillo *Parqueoliva*, las aceitunas de Almazaras de la Subbética o los jabones artesanales de aceite de oliva de la marca portuguesa *de'ki*; además de publicaciones imprescindibles acerca del mundo del AOVE como la *Guía EVOOLEUM*.

TU ACEITE INOLVIDABLE DESDE EL ENVASE

ENVASES
AYRTAC 



VISÍTANOS EN

CONTÁCTANOS

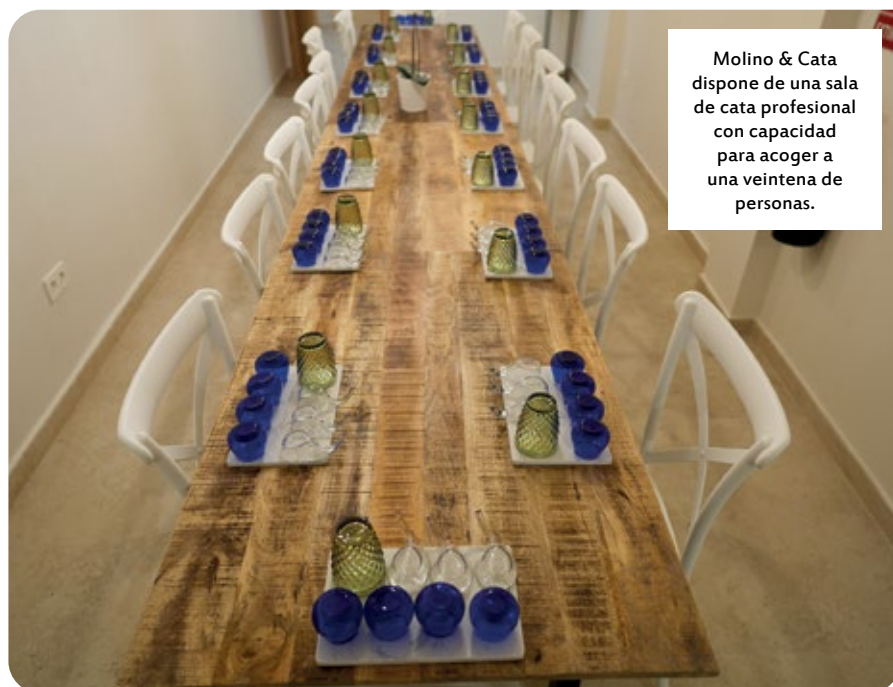


envasesybotellasyrtac





El proyecto contempla la apertura de al menos 20 puntos de retail en Europa durante los próximos cinco años



Molino & Cata dispone de una sala de cata profesional con capacidad para acoger a una veintena de personas.



Locales y turistas

Entre los clientes B2C de Molino & Carta encontramos dos perfiles diferenciados: locales y turistas. Los primeros demandan productos para su consumo diario, mientras que los segundos se muestran interesados en descubrir y profundizar en el mundo del virgen extra.

En general, el nivel de conocimiento de los clientes es muy bajo, “casi de nicho. Nuestra expectativa cuando comenzamos este proyecto era contar con marcas que entrarían en el segmento FMCG (*Fast-Moving Consumer Goods*), que tendrían un margen más bajo y más rotación, pero erramos completamente. El consumidor en general desconoce marcas, sobre todo el segmento Premium del aceite de oliva virgen extra”, asegura Jerónimo.

El segundo grupo de clientes es el profesional. “Nos hemos encontrado con

una demanda no cubierta de importadores, mayoristas y profesionales que nos solicitan asesoramiento en la selección de productos. Ahora mismo trabajamos con varios importadores en América y el sudeste asiático que nos solicitan catas y recomendaciones de compra de productos. Algo que aparentemente es muy habitual en el mundo del vino, pero que no existe en el sector del AOVE y que estamos desarrollando en Molino & Cata”.

En cuanto al *e-commerce* molinoycata.com, el objetivo es alcanzar los 10.000 pedidos y el medio millón de ventas a particulares en este año 2026, con un ticket medio de aproximadamente 50 euros -actualmente es de 46,59 euros-; además de intentar abordar otro millón mediante la venta profesional y llegar a los 300 clientes del servicio de suscrip-

ción “El Club del AOVE”. Durante su primer año de vida, la plataforma *on line* ha rozado los 2.000 pedidos servidos a clientes particulares.

Actualmente, Molino & Cata cuenta con casi 100.000 seguidores en redes sociales y genera unos 10 millones de impresiones mensuales en Facebook, Instagram, Tiktok y YouTube. Sus contenidos están orientados a los formatos educativos que cubren el *gap* (brecha) de conocimiento existente en el consumidor.

Grupos diarios de cata y mucho más

La oleoteca ofrece grupos diarios de cata, en español e inglés. El pasado mes de febrero Molino & Cata superó por primera vez los 100 pax de experiencias de cata y el objetivo en 2026 es alcanzar 1.000 pax mensuales del producto de experiencias de cata de AOVE, del que un 75% se realizan en inglés. La empresa ha cerrado acuerdos con las 20 primeras DMC (*Destination Management Company* o Compañía de Gestión de Destinos) en volumen en España para la inclusión de las experiencias en sus catálogos; además de la cadena Barceló -a través



Mercedes Uceda, co-proprietaria de Molino & Cata, impartiendo una sesión de cata en la oleoteca.



de su portal *Experiences*-, *Getyourguide* y *MyTop-Tour*, encontrándose en negociaciones con otras tres plataformas de experiencias. “Nuestra valoración actual por parte de los clientes en la tienda y plataformas de experiencias es de cinco sobre cinco”, apunta orgulloso el co-fundador de la oleoteca.

Asimismo, “estamos diseñando una atractiva oferta de eventos y formaciones orientadas al público para mejorar

el conocimiento sobre el mundo del AOVE, y en el plano profesional hemos comenzado a ofrecer tanto formación de cata como orientada a comunicación, marketing y ventas para las marcas con las que trabajamos”, añade.

Apertura de nuevos establecimientos

El audaz proyecto de Molino & Cata contempla validar su primera tienda re-

tail con la posible apertura de un segundo establecimiento en otro destino con fuerte presencia de turismo extranjero y, “si conseguimos sistematizar el proceso, tenemos que decidir si queremos expandir vía red de franquicias, entrada de capital riesgo o un modelo mixto”, explica Jerónimo Palacios.

“Si tuviéramos que expresarlo en términos ambiciosos -continúa-, estamos enfocados a abrir al menos 20 puntos de retail en Europa durante los próximos cinco años con el objetivo de alcanzar un volumen de 50 millones de euros de ventas anuales. Queremos poner una botella de AOVE en cada casa, oficina y restaurante para cumplir nuestra misión de devolver el valor que genera al agricultor, al productor y al territorio. No obstante, hoy por hoy queremos centrarnos en nuestra pequeña tienda en Granada, que esperamos que llegue muy lejos por sí misma”. 🍷

www.molinoycata.com

Trabaja
con conexión
al SIEX o
sin ella.

AGROCUADERNO

100%

Fácil
Seguro
Eficiente

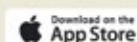


Transforma el cambio en evolución.

El Cuaderno de Campo Digital
de los Agricultores.



AGROCUADERNO





Estrategias para garantizar la rentabilidad y el relevo generacional del olivar tradicional en la provincia de Jaén



El presente estudio analiza la situación de vulnerabilidad del olivar tradicional en Jaén, amenazado por la fragmentación de la tierra, los altos costes y la falta de relevo generacional. Mediante el uso de la herramienta *OliCost*, los autores demuestran que la ineficiencia operativa y la dependencia de la mano de obra familiar no remunerada ocultan una baja rentabilidad económica. Para revertir esta tendencia, se proponen soluciones basadas en la cooperación y gestión compartida, tales como el arrendamiento zonal y la profesionalización de las labores agrícolas. El texto concluye que la supervivencia de este paisaje cultural depende de un cambio de mentalidad y de políticas que incentiven la unión de pequeñas parcelas en unidades productivas más competitivas. Esta transformación busca asegurar que el cultivo del olivo sea una actividad atractiva y viable para las nuevas generaciones de agricultores.

Por Antonio Ruz Carmona¹, Manuel Parras Rosa² y Sergio Colombo³

El olivar tradicional de la provincia de Jaén -pieza clave de su economía y referente mundial en producción de aceites de oliva- se encuentra en un punto crítico. La estructura minifundista, la fragmentación extrema de parcelas, el envejecimiento de los agricultores y el incremento de los costes de producción amenazan gravemente su continuidad. Este artículo sintetiza los resultados de una tesis doctoral⁴ que estudia los factores que influyen en los costes de producción del olivar de Jaén. Un análisis técnico basado en tiempos reales de operación que revela los factores que más lastran la rentabilidad y

OliCost no sólo calcula costes, sino que señala en qué eslabones del proceso se concentran las mayores ineficiencias

propone estrategias de cooperación como vía imprescindible para la sostenibilidad y el relevo generacional.

Durante décadas, el olivar tradicional ha funcionado como una especie de “seguro” para muchas familias: pequeñas explotaciones, a menudo heredadas, donde el

trabajo de la mano de obra familiar permitía mantener el cultivo con desembolsos monetarios relativamente bajos. El resultado es un mosaico de miles de parcelas, con olivos de marcos amplios, escasa mecanización en muchos casos y una gran diversidad de situaciones, según pendiente, acceso al agua y tamaño de las fincas. Este modelo ha garantizado fijación de población rural, mantenimiento del paisaje y conservación de una cultura ligada al olivo; pero, al mismo tiempo, ha generado una estructura productiva extremadamente frágil ante el aumento de competitividad de explotaciones modernas y tecnificadas, la volatilidad de precios y el envejecimiento de la población agraria.

¹ Cooperativa Agraria San Roque, Arjonilla (antonioruz@sca-sanroque.com)

² Universidad de Jaén (mparras@ujaen.es)

³ IFAPA Centro Camino de Purchil, Granada (sergio.colombo@juntadeandalucia.es)

⁴ Tesis doctoral de Antonio Ruz Carmona, de la Universidad de Jaén, titulada “Estudio de los factores que influyen en los costes de producción del olivar tradicional y estrategias para el aumento de su rentabilidad”.

Los resultados otorgan un papel central a las cooperativas, no sólo como entidades que molturan aceituna y comercializan aceite, sino como verdaderas plataformas de gestión y reorganización del territorio

La trampa del minifundismo y la fragmentación

Los datos estructurales dibujan claramente el problema: en la provincia de Jaén, el 71% de las explotaciones tienen menos de 5 hectáreas y el 72% de las parcelas, menos de 1 ha. Esto significa, en la práctica, que un pequeño agricultor suele gestionar un conjunto de pequeñas parcelas dispersas, a las que debe acceder con su tractor o todoterreno, realizando en cada labor de cultivo múltiples desplazamientos al día, repeticiones de preparativos y de maniobras en las lindes. Estas operaciones consumen tiempo, combustible y esfuerzo, lo que se traduce en costes ocultos que sólo salen a la luz cuando se analizan de forma rigurosa.

Un ejemplo ilustrativo: gestionar una parcela de apenas 0,25 ha. -común en zonas de minifundio- respecto a una parcela de tamaño óptimo de 3 ha. implica un incremento del 22% en los costes de producción, un 38% más de tiempo de mano de obra y un 46% más de consumo de combustible y emisiones de CO₂, sin que haya ninguna mejora equivalente en producción. Esa desproporción refleja cómo la estructura física de la explotación puede condenar a la ineficiencia, aunque el agricultor sea técnicamente competente y trabajador.

La vecería y la montaña rusa de costes

A la fragmentación se le suma una característica natural del olivo: su tendencia a la vecería, es decir, la alternancia de años de alta y baja producción. En un año de cosecha corta, el agricultor debe seguir realizando prácticamente las mismas labores (abonado, tratamientos, poda, control de hierbas, etc.), pero reparte esos costes sobre una cantidad de aceituna mucho menor, lo que dispara el coste por kilo. El análisis cuantitativo revela que una caída del 50% en la cosecha puede provocar un aumento del 75-80% en el coste unitario por kilogramo, mientras que un incremento del 50% en la producción sólo reduce el coste por kilo entre un 25-30%.

Este comportamiento no lineal provoca que los años malos sean mucho más dañinos que los años buenos. Para un joven que se plantea quedarse en el olivar, esta montaña rusa supone un fuerte desincentivo: lograr una rentabilidad no sólo depende de la estructura de su finca, sino también de la biología del cultivo, amplificando los riesgos, sobre todo en las parcelas de secano. Si a eso se añade el aumento del precio de los insumos y de la energía, la sensación de "trabajar mucho para ganar poco" se convierte en una barrera real para el relevo generacional.



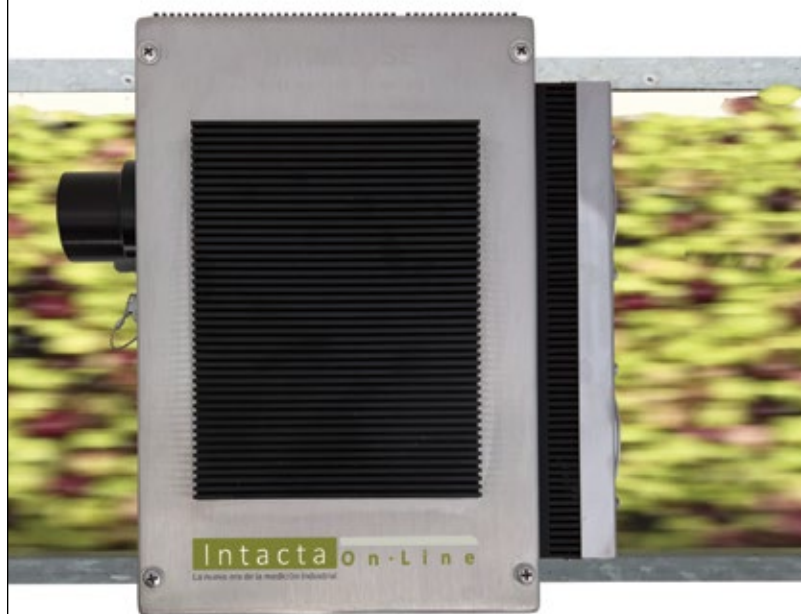
Intacta On-Line
La nueva era de la medición industrial

MEDICIÓN EN CONTINUO

Aceituna entera sobre Cinta Transportadora

GRASA, HUMEDAD Y ACIDEZ

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



Soluciones Integrales de Laboratorio S.L.

P. Ind La Llave, C/ Cereal, 34-36 Nave 1
19170 El Casar (Guadalajara)

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



La mano de obra familiar: una rentabilidad que no es real

Durante mucho tiempo, la economía del olivar tradicional se ha sostenido sobre una ficción contable: el trabajo familiar no se valora como un coste real. Cuando un matrimonio o pareja, o un padre/madre con hijos/as, dedica jornadas enteras a la explotación sin imputarse un salario equivalente al de un trabajador eventual, las cuentas de la finca pueden percibirse como favorables, pero no describen una actividad rentable en términos empresariales.

Si se remunera la mano de obra familiar a precios de mercado, el coste medio provincial se sitúa en torno a 4,98 euros/kg. de aceite; cuando ese trabajo no se contabiliza, el coste aparente baja a 2,98 euros/kg. Es decir, buena parte de la supuesta rentabilidad descansa en trabajar gratis o por debajo de lo que se pagaría a un asalariado. Este mecanismo puede funcionar en una generación con fuerte arraigo al campo y sin alternativas laborales, pero se vuelve insostenible cuando los hijos/as comparan ese "autoempleo" con otras opciones de trabajo y calidad de vida, a menudo fuera del municipio rural de origen.

Desde una perspectiva de relevo generacional, esta circunstancia es crucial: ningún joven se sentirá atraído por asumir una explotación que sólo es viable si él mismo acepta no cobrar por su trabajo. El resultado es un goteo de abandono, ventas fragmentadas, tierras infrautilizadas y un envejecimiento cada vez mayor de los titulares, que aplazan decisiones porque no atisban un horizonte claro.

OliCost: observar el olivar con las gafas del tiempo

Para entender con precisión dónde se dispara el coste, se propone una nueva metodología de cálculo de costes que centra el análisis en el tiempo de operación de cada tarea y en su relación con los recursos utilizados. La idea de partida es sencilla, pero poderosa: cada labor del olivar (desde pasar el atomizador hasta recoger la aceituna) se traduce en horas de trabajo por hectárea y año. Esas horas, multiplicadas por el coste de la mano de obra, la maquinaria, el com-



Quando se combinan escala, tecnología y gestión profesional, el olivar puede ofrecer una rentabilidad capaz de atraer a nuevas generaciones

bustible y los insumos, dan como resultado el coste real de la operación.

La metodología propuesta permite separar varios niveles de tiempo:

- Tiempo teórico de operación (TT): es el tiempo mínimo que llevaría una tarea en una parcela con estructura y forma suficiente para alcanzar la máxima eficiencia del trabajo. Sería, por ejemplo, pasar el abonador sin interrupciones en una finca perfectamente diseñada.

- Tiempo inicial de operación (TI): incorpora todos los tiempos necesarios para la preparación de la maquinaria, como revisar el tractor, enganchar el apero, cargar la cuba o llenar la abonadora. Estos tiempos son independientes del tamaño de la explotación, repercutiendo mayores gastos en las pequeñas parcelas.
- Tiempo práctico de operación (TP): suma al TI las pérdidas de tiempo debidas a la fragmentación por efecto borde (TEB), cuando en los extremos de la parcela no se puede aprovechar todo el ancho de trabajo; y por efecto giro (TEG), que recoge el tiempo perdido en maniobras y reducciones de velocidad al girar el tractor.
- Tiempo final de operación (TF): añade al TP las ineficiencias temporales debidas a la dispersión parcelaria:



a cabo con una herramienta desarrollada *ad-hoc* para el cálculo de costes en olivar denominada *OliCost*.

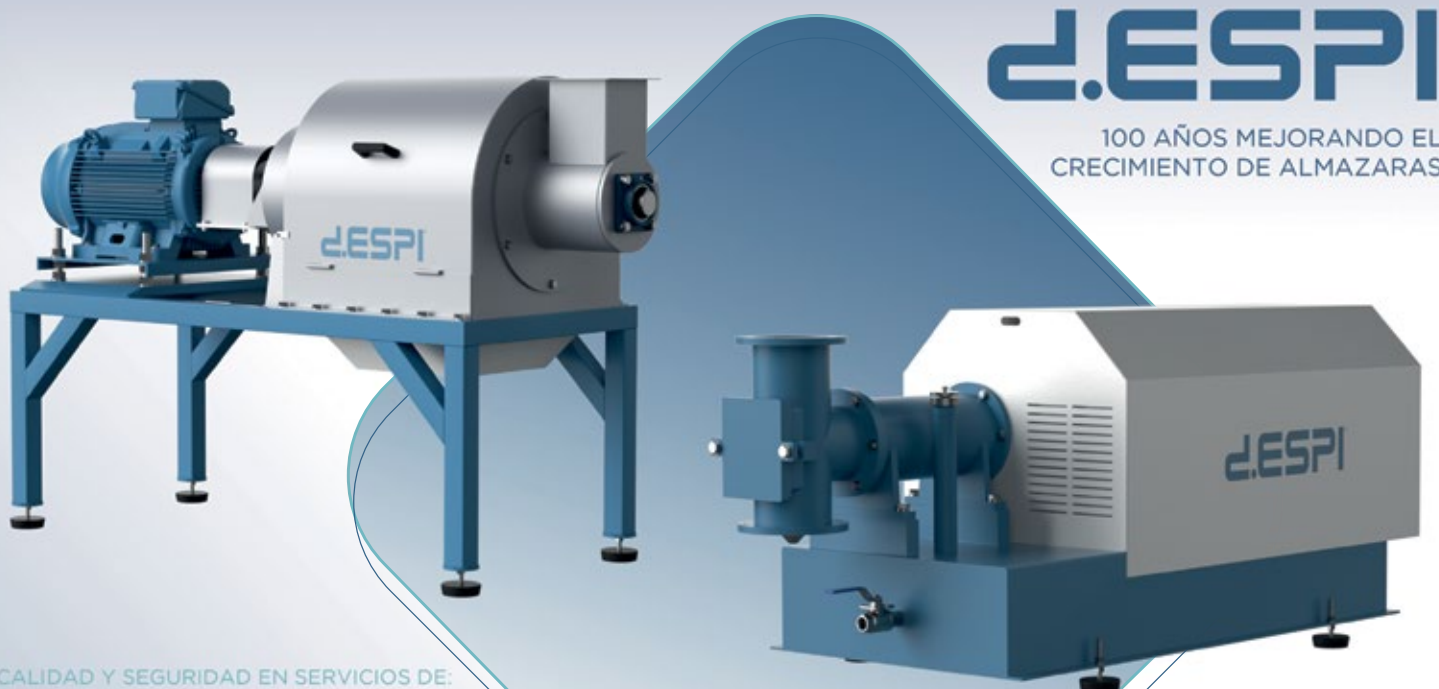
Ventajas técnicas de *OliCost* para la toma de decisiones

Al descomponer el tiempo de esta forma, *OliCost* no sólo calcula costes, sino que señala en qué eslabones del proceso se concentran las mayores ineficiencias. Para un agricultor o una cooperativa, esto es valioso porque permite hacerse preguntas muy concretas: ¿compensa invertir en un atomizador más grande para reducir el número de recargas? ¿tiene sentido alquilar una nave más cercana a las parcelas principales para disminuir el tiempo de desplazamiento? ¿qué ahorro de tiempo supondría agrupar varias parcelas en una sola unidad trabajable? Además, al utilizar el tiempo como variable común, el método facilita comparar diferentes modelos productivos (olivar tradicional de secano, tradicional de riego, intensivo, etc.) bajo un mismo criterio. De

el efecto desplazamiento (ED), esto es, el tiempo que transcurre en ir desde el lugar donde se guarda la maquinaria hasta la primera parcela; y el efecto mudanza (EM), que representa los desplazamientos entre parcelas durante la jornada.

Imaginemos un caso práctico: una explotación con varias parcelas pequeñas y dispersas. El TT del abonado puede ser relativamente bajo, pero el agricultor

debe enganchar el apero, cargar el fertilizante, desplazarse desde el pueblo a cada parcela, trabajar con más giros y bordes y, después, moverse a la siguiente finca. Cuando se suman todos estos componentes, el TF puede llegar a duplicar o triplicar el TT, lo que significa que una gran parte del tiempo no se dedica a “trabajar la tierra”, sino a sortear la mala estructura de la explotación. La implementación de esta metodología se lleva



TALLERES ESPI

100 AÑOS MEJORANDO EL
CRECIMIENTO DE ALMAZARAS

CALIDAD Y SEGURIDAD EN SERVICIOS DE:

- MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE MAQUINARIA
- CALDERERÍA Y MONTAJE INDUSTRIAL
- INSTALACIÓN DE TUBERÍA
- FABRICACIÓN A MEDIDA
- DISEÑO TÉCNICO



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



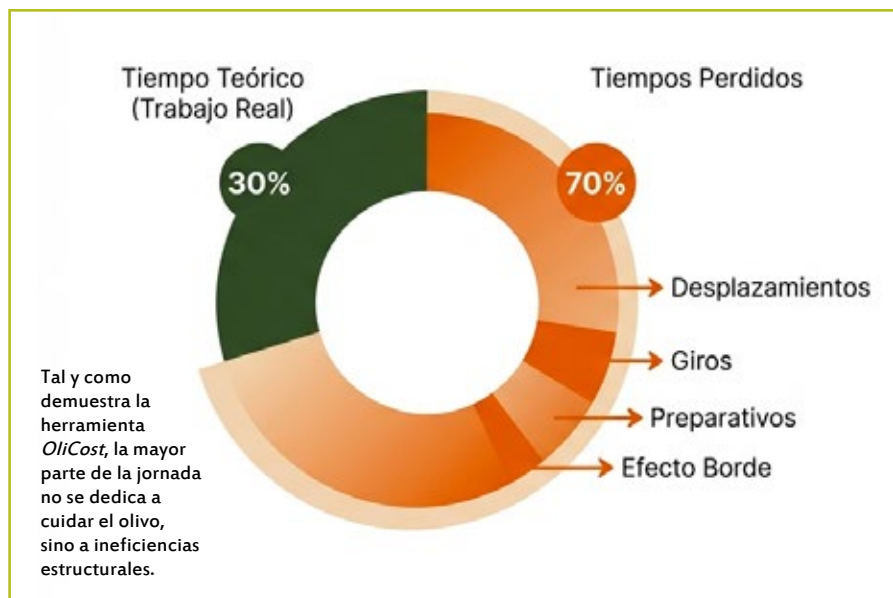
este modo, se pueden simular escenarios: cómo cambiarían los costes si una parte de la explotación se transformara a olivar intensivo, si se compartiera maquinaria entre varios socios o si una cooperativa asumiera la gestión coordinada de las fincas de una zona.

Cooperación: pasar de “mi parcela” a “nuestra explotación”

Los resultados del análisis conducen a una conclusión clara: las soluciones individuales han tocado techo. Externalizar algunos trabajos o arrendar de forma aislada una parcela no corrige el problema de base, que es la falta de dimensión empresarial y la fragmentación. Por eso, los resultados otorgan un papel central a las cooperativas, no sólo como entidades que molturan aceituna y comercializan aceite, sino como verdaderas plataformas de gestión y reorganización del territorio. Para ello se plantean varias estrategias:

1) Modelo de Arrendamiento Zonal Cooperativo (ARZ)

Propone que la cooperativa identifique y agrupe parcelas colindantes o cercanas cuyos propietarios estén dispuestos a arrendar, creando bloques espacialmente continuos o semicontinuos que puedan ser gestionados como una unidad productiva eficiente. Para el propietario, esto supone percibir una renta estable sin renunciar a la propiedad ni a posibles decisiones futuras a medio plazo; mientras que para el agricultor profesional o la propia cooperativa ofrece la posibilidad de trabajar superficies



más grandes, reducir desplazamientos y aprovechar mejor la maquinaria. Según los resultados de la tesis, el impacto en la productividad del trabajo es tangible, incrementándose el jornal del titular de la explotación de 56,73 a 77,78 euros en olivar tradicional no mecanizable (OTNM); de 81,75 a 355,03 euros en olivar tradicional mecanizable de secano (OTMS); y de 46,86 a 130,98 euros en olivar tradicional mecanizable de riego (OTMR).

2) Gestión profesional desde la cooperativa: la Sección de Gestión de Fincas (SGF)

La Sección de Gestión de Fincas va más allá del simple arrendamiento, planteando que la cooperativa asuma la planificación integral de las labores de las explotaciones cuyos propieta-

rios así lo decidan. En este modelo, la cooperativa diseña el calendario de labores, contrata servicios, organiza cuadrillas, coordina el uso de maquinaria y realiza las compras de insumos de manera conjunta, mientras que los propietarios siguen siendo titulares de sus parcelas y perciben los ingresos correspondientes.

Desde el punto de vista técnico, la SGF permite aplicar economías de escala en tiempo y costes, reduciendo desplazamientos redundantes, optimizando la utilización de tractores y aperos, y negociando mejores precios de insumos y servicios al contratar mayores volúmenes. Los resultados estimados en la tesis doctoral muestran reducciones de costes del 12% en olivares tradicionales mecanizables de secano (OTMS) y del 10% en



Estrategia 1: Agrupación y Gestión (ARZ y SGF)



Arrendamiento Zonal (ARZ)

Creación de bloques continuos de cultivo.



Sección de Gestión de Fincas (SGF)

La cooperativa planifica y gestiona; el socio mantiene la propiedad.

IMPACTO DIRECTO: Reducción de costes: **10-12%** | Incremento del Jornal (Secano Mecanizable): **De 81€ a 355€**

olivares de riego (OTMR), cifras que pueden marcar la diferencia entre una explotación viable y otra en pérdidas.

3) Sección de Transformación Zonal (STF)

Finalmente, la Sección de Transformación Zonal asume que, debido a la existencia de condiciones fa-

vorables para la intensificación del cultivo, se transforme el olivar tradicional hacia modelos intensivos con mayor productividad por hectárea y más fácil mecanización. La novedad reside en que la cooperativa lidera y estructura esta transformación, desde el diseño de las nuevas

plantaciones hasta la financiación y la gestión técnica, de manera que ningún agricultor tenga que afrontar en solitario una inversión tan elevada y compleja.

Los análisis económicos muestran que la reconversión de olivares tradicionales de riego (OTMR) a olivares intensivos de riego (OIR) puede alcanzar un *payback* de siete años, una Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) del 23,2% y un VAN de 36.628 euros/ha., cifras muy atractivas en términos de inversión agraria. En el caso del paso de OTMS a olivar intensivo de secano (OIS), el periodo de retorno aumenta a 12 años y la TIR se reduce al 13,5%, lo que sigue siendo viable si se gestiona con visión de largo plazo. Estos resultados muestran que, cuando se combinan escala, tecnología y gestión profesional, el olivar puede ofrecer una rentabilidad capaz de atraer a nuevas generaciones.



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)



Estrategia 2: Transformación Zonal (STF)

La cooperativa lidera la transformación a intensivo donde sea viable. Inversión compartida, riesgo mitigado.

TIR:
23,2%

Payback:
7 años
(Riego)

VAN:
36.628
€/ha

Cifras capaces de atraer a inversores y jóvenes agricultores.

El Cambio de Paradigma



Los Dos Caminos



Cambiar políticas y mentalidades

Para que estas estrategias se materialicen, no basta con que existan herramientas técnicas como *OliCost* o modelos cooperativos avanzados, sino que es imprescindible un entorno institucional y cultural que las favorezca. En el plano de las políticas públicas, el estudio propone reorientar las ayudas para premiar proyectos de gestión conjunta, arrendamiento zonal y explotaciones agrupadas que alcancen tamaños óptimos, en lugar de perpetuar la atomización. También plantea actualizar los indicadores económicos oficiales incorporando metodologías basadas en tiempos de operación, de modo que los diagnósticos y las decisiones se apoyen en datos que reflejen la realidad de los costes.

En el plano social, el reto es quizá más complejo: implica pasar de la lógica del "cada uno con su parcela" a una visión compartida del territorio como un proyecto común. Para muchos agricultores, ceder la gestión o agrupar tierras supone un cambio profundo en la manera de entender la propiedad y el trabajo. Sin embargo, sin ese salto cultural será

difícil garantizar una renta digna y un futuro atractivo para los jóvenes.

Conclusiones

A modo de conclusiones, para garantizar la continuidad del olivar jiennense y facilitar el relevo generacional se proponen las siguientes acciones prioritarias:

- 1. Impulsar la creación de Secciones de Gestión y Transformación en Cooperativas:** a través de programas específicos de apoyo técnico, financiero y organizativo.
- 2. Redefinir las ayudas públicas:** priorizar proyectos de gestión conjunta, arrendamiento zonal y explotaciones agrupadas que alcancen la escala óptima.
- 3. Actualizar los indicadores económicos oficiales:** incluir la metodología basada en tiempos de operación, para que las políticas públicas revelen la realidad productiva.
- 4. Promover un cambio cultural en el sector:** divulgar de manera rigurosa y accesible los beneficios de los modelos colectivos y la necesidad de abandonar lógicas individuales que ya no funcionan.

En definitiva, el olivar tradicional de Jaén tiene ante sí dos caminos: mantener la inercia, confiando en que los precios de los aceites de oliva compensen los problemas estructurales, o emprender una reestructuración profunda basada en el análisis riguroso de costes, la cooperación y la gestión profesional. El primer camino conduce, lentamente, al abandono, la pérdida de tejido social y la desaparición de un paisaje único; el segundo exige esfuerzo de organización y cambio de mentalidad, pero abre la puerta a un modelo rentable, sostenible y capaz de ofrecer oportunidades reales a las nuevas generaciones.

Las herramientas como *OliCost* y las estrategias cooperativas propuestas demuestran que hay alternativas concretas para garantizar la rentabilidad y el relevo generacional del olivar tradicional. Lo que está en juego no es sólo la cuenta de resultados de cada explotación, sino el futuro de una provincia cuya identidad, economía y paisaje están intrínsecamente ligados al olivo. 🍵

Filtrar Virgen Extra es más fácil y eficiente con las precapas de celulosa

FILTRACEL®
ARBOCEL®
VITACEL®



- Filtran en una única pasada
- Retiran más agua e impurezas
- Reducen el aceite perdido en la torta
- Cumplen con la nueva normativa de riesgos laborales R.D. 1154/2020



Entrevista a Rafael Almirón, portavoz de la provincia de Granada en la Asociación de Olivar Tradicional (Olivea)

“Si el olivar tradicional no se diferencia y valora como merece, la rentabilidad será cada vez menor y terminará por abandonarse”



Hablamos de olivar tradicional, de sus retos y desafíos, de su presente y futuro, con Antonio Rafael Almirón, presidente de Aceites Algarinejo SCA, portavoz de la provincia de Granada en la Asociación de Olivar Tradicional (Olivea) y responsable de la Sectorial de Aceite de Oliva en Cooperativas Agro-alimentarias de Granada.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

Rafael, eres portavoz de la provincia de Granada en la recientemente constituida Asociación de Olivar Tradicional (Olivea), compuesta por unos 15.000 agricultores pertenecientes a cerca de 30 cooperativas de Jaén, Granada y Córdoba. ¿Cómo nace esta asociación y cuáles son sus principales retos y objetivos?

Esta asociación de productores y cooperativas en defensa del olivar tradicional nace de la base de nuestros agricultores, que llevan años pidiendo diferenciar dos modelos de cultivo totalmente distintos. Aunque ambos producimos AOVE, nada tiene que ver uno con otro. El reto es que el consumidor y la sociedad conozcan los dos modelos para que puedan valorarlos y elegir el que consideren.

“La nuestra es una asociación que trata de sumar y no va en contra de nada ni de nadie”

¿Qué acciones e iniciativas tenéis previsto implementar para lograrlos?

Queremos llevar a cabo jornadas de presentación a los medios en las distintas provincias para que se unan al proyecto no sólo agricultores, que ya tenemos muchos interesados en participar en la asociación, sino también universidades, diputaciones, ayuntamientos, Denominaciones de Origen... la nuestra es una asociación que trata de sumar y no va en contra de nada ni de nadie.

¿Qué futuro vislumbras para el olivar tradicional en un entorno como

el actual de máxima competitividad y búsqueda de la rentabilidad? ¿Cuáles son las claves para asegurar su supervivencia?

Lo cierto es que, si en el principal país productor de AOVE del mundo sólo se pone el foco en producir cantidad y no apostamos por la calidad, la sostenibilidad y el equilibrio, entonces el futuro del olivar tradicional no será esperanzador. Si este tipo de olivar no se diferencia y valora como merece, la rentabilidad será cada vez menor y terminará por abandonarse. La clave reside tanto en diferenciar el olivar tradicional en la nueva reforma de la PAC como en lograr que los AOVEs obtenidos de sus frutos sean igualmente diferenciados.

A este respecto, ¿qué escenario atisbas para el olivar tradicional con la nueva PAC que entrará en vigor a partir de 2028?



“Si sólo ponemos el foco en producir cantidad y no apostamos por la calidad, la sostenibilidad y el equilibrio, entonces el futuro del olivar tradicional no será esperanzador”

Creo que saldrá muy perjudicado, como ya lo ha hecho en las dos últimas reformas, donde se ha establecido una tarifa plana para todo tipo de olivar independientemente de las circunstancias y dificultades a las que se enfrenta cada uno. Vamos, justo lo contrario del fin que perseguía la Política Agraria Común cuando se creó, que era compensar las zonas más desfavorecidas y asegurar la alimentación de la población a precios razonables. En los últimos años nada de esto se está cumpliendo: todos podemos comprobar cómo cada día nos cuesta más alimentarnos y, sin embargo, el valor añadido no llega a nuestros agricultores. Conviene hacer esta reflexión porque parece evidente que algo no se está haciendo bien.

En la cooperativa que presides, Aceites Algarinejo SCA, fuisteis de los primeros en apostar por elaborar AOVES Premium conscientes de que el camino de la excelencia era el único posible...

Lo vi totalmente claro desde el primer día. En una cooperativa pequeña en el interior de Granada, mal comunicada, a más de media hora de una vía rápida, la única opción para el olivar tradicional centenario de secano y con variedades autóctonas de la zona es poner en valor la calidad y la dife-



**Bandas transportadoras
termoplásticas**

**La alternativa a las
bandas de caucho**

Atóxicas

Seguridad alimentaria garantizada

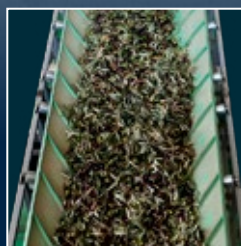
Estables

No requieren retensado

Robustas

Alta carga y durabilidad

**¡Eleva tu cosecha al
siguiente nivel!**



**Homologados por las principales
cooperativas oliveras**

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





Presentación en sociedad de la Asociación de Olivar Tradicional, con la firma del acta constituyente, el pasado 18 de noviembre de 2025.

“Creo que el olivar tradicional saldrá muy perjudicado con la nueva PAC”

renciación que nos aportan dichas variedades, y presentar nuestro producto en un buen packaging, acorde a la calidad que contiene.

Como responsable de la Sectorial de Aceite de Oliva en Cooperativas Agro-alimentarias de Granada, ¿cómo calificarías la campaña oleícola en esta provincia en términos de cantidad y calidad?

La campaña actual la califico como engañosa. Tras la excesiva euforia inicial, el calor de un verano tan largo desvaneció las expectativas, mientras que el tren de borrascas de finales de enero y comienzos de febrero mermó bastante la calidad. Por tanto, creo que va a ser una campaña muy próxima a la media de las 10 últimas y, en calidad, bastante menor de lo esperado.



De izqda. a dcha., Nuria Yáñez, directora técnica de Almazaras de la Subbética y representante de la provincia de Córdoba en la Asociación de Olivar Tradicional; José Gilabert, presidente de la SCA San Vicente de Mogón y portavoz de la provincia de Jaén; y Rafael Almirón, presidente de Aceites Algarinejo SCA y portavoz de la provincia de Granada.

¿Cómo ha afectado a la cosecha en la provincia de Granada esa complicada situación climatológica a la que aludes, con la sucesión de borrascas, intensas precipitaciones y fortísimos vientos?

Nuestra provincia quizás haya salido más perjudicada aún, ya que nos quedaba algo más del 50% de la cosecha por recoger cuando llegaron las borras-

cas de lluvia y viento que derribaron parte del fruto, con la merma de calidad y pérdidas económicas que ello acarrea. Según nuestras estimaciones, las pérdidas alcanzan el 30%, incluyendo tanto el diferencial de precios de virgen extra a lampante como todo el fruto que no se ha podido recoger. 🍷

www.asociacionolivartradicional.es



ACABA
CON LA
CONIZA
ANTES
DE QUE SEA
DEMASIADO
GRANDE

Quelex[®]

Arylex[™] active

HERBICIDA

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

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



CORTEVA[™]
agriscience

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

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

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



Respuesta del olivo a la aplicación de silicio



Las restricciones en el uso de determinados productos agroquímicos -como fertilizantes o pesticidas- en el ámbito de la agroindustria han potenciado el interés por buscar alternativas para proteger y fortalecer cultivos como el olivar. En este contexto, un equipo de la Unidad de Excelencia María de Maetzu-Departamento de Agronomía de la Universidad de Córdoba ha constatado mediante un ensayo en laboratorio cómo el silicio, un elemento que está presente en el suelo de manera natural, puede ser un aliado potencial para el crecimiento de las plantas al favorecer la absorción de nutrientes como el potasio.

Por Inmaculada Martos García, María Benlloch González y Ricardo Fernández Escobar
Dpto. de Agronomía, Grupo de Arboricultura. Unidad de Excelencia María de Maeztu.
Universidad de Córdoba

Cada vez son más las investigaciones que señalan al silicio (Si) como un elemento clave para mejorar la tolerancia de las plantas frente a condiciones adversas. El Si es el segundo elemento más abundante en la corteza terrestre, después del oxígeno, por lo que todas las plantas que crecen en el suelo lo contienen en sus tejidos. La cantidad de Si depende del tipo de suelo y de la planta, agrupándose en plantas acumuladoras, acumuladoras-intermedias y no-acumuladoras de Si, figurando el olivo en este último grupo. En el suelo, el Si se encuentra principalmente en forma sólida

como sílice y silicatos, y también en forma líquida como ácido monosilícico, que es la forma en la que lo toman las plantas.

Numerosos estudios evidencian que la aportación exógena de este elemento mejora la tolerancia a diversos estreses abióticos y bióticos. Además, el Si se acumula de forma segura en los tejidos vegetales y su incorporación no aumenta la presión osmótica, ya que se transforma en sílice insoluble mediante un proceso de polimerización.

El olivo es una especie de gran relevancia económica y social en la Cuenca Mediterránea, donde cada vez son más frecuentes las condiciones ambientales

adversas que dificultan que sus mecanismos naturales de defensa sean suficientes para hacer frente a las mismas. Teniendo en cuenta que los estudios sobre el papel del silicio en el olivo son todavía escasos, desde el Departamento de Agronomía de la UCO se están realizando esfuerzos por entender dichos mecanismos bajo la nueva situación climática y reforzarlos mediante el uso de sustancias que mejoren su tolerancia a los estreses sin causar impacto medioambiental.

La aplicación de Si abre nuevas posibilidades para avanzar hacia una agricultura más sostenible y eficiente. Con



De izqda. a dcha., Ricardo Fernández Escobar, María Benlloch González e Inmaculada Martos García, investigadores del Grupo Arboricultura del Departamento de Agronomía de la UCO y autores del artículo.

[[La **conclusión** del **ensayo** fue que la **ausencia de silicio** no limitó el **crecimiento** de las **plantas de olivo**, pero su **aplicación** sí lo **estimuló**; y que **activa mecanismos** implicados en la **tolerancia** de las plantas a **determinados estreses**]]

esta idea, se han desarrollado diferentes investigaciones orientadas a comprender el papel del Si en el olivo, evaluar su efecto en el crecimiento y analizar su contribución a la tolerancia frente a diversos tipos de estrés.

Forma de aplicación y dosis

El silicio se incorpora principalmente a través de las raíces, aunque también puede absorberse por las hojas. Dado que el silicio una vez depositado en las hojas se polimeriza y es inmóvil, se requiere una aportación continua para garantizar que las hojas jóvenes puedan acumular este elemento. La aportación en el olivo puede hacerse tanto al suelo, a través del agua de riego, como en aplicación foliar (Nascimento-Silva et al., 2022), lo que representa una gran ventaja, ya que la mayoría del olivar se encuentra en condiciones de secano y la aplicación foliar de agroquímicos es lo usual. La dosis que ha resultado más apro-

INFACO®



VAREADORA V5000

CON MOVIMIENTO ALTERNATIVO

Diseñada para ofrecer fiabilidad, alto rendimiento, ergonomía y simplicidad. **La vareadora de olivas V5000 destaca por su eficiencia y fiabilidad.**

Sus varillas no rompen, no daña los brotes y apenas sin vibraciones, todo para evitar paradas, mayor producción y mayor confort durante toda la jornada, además cuenta con un motor frameless y una mecánica sencilla que facilitan su uso.

Ideal para **profesionales** que buscan rendimiento sin complicaciones en el campo.



INTERNACO, S.A.
Internaco 1, 15680 Órdenes (La Coruña)
T. 981 680 101 · contactcenter@internaco.com

www.infaco.com



[[La aplicación de silicio abre nuevas posibilidades para avanzar hacia una agricultura más sostenible y eficiente, y en su potencial uso agrícola como bioestimulante]]

piada para el olivo ha sido de 20 mg L⁻¹ de silicio, tanto en plantas jóvenes como en árboles adultos.

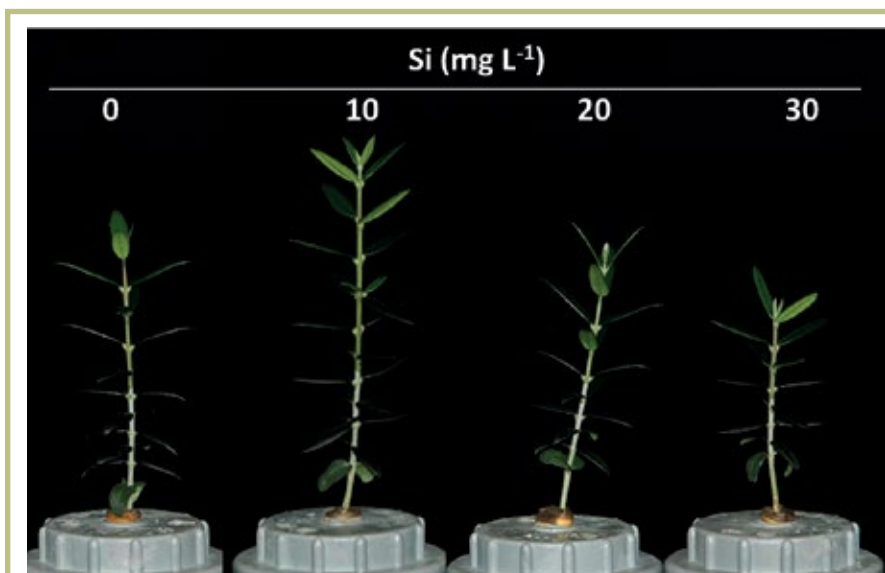
El papel del silicio en el olivo

El olivo está considerada una planta no acumuladora de Si. Teniendo en cuenta que el Si en algunas especies estimula el crecimiento e induce cambios anatómicos en la hoja que podrían beneficiar a las plantas bajo condiciones adversas, algunos autores hipotetizan que pudiera tratarse de un elemento esencial. Sin embargo, estudios realizados en olivo han demostrado que el Si no es un elemento esencial para el crecimiento de las plantas, pero lo estimula (Martos-García et al., 2024).

Los resultados obtenidos con plántulas de olivo mostraron que las dosis de 10 mg L⁻¹ estimularon el crecimiento de los brotes, probablemente al favorecer la absorción y translocación de nutrientes, en particular del potasio, que fue el elemento analizado. Sin embargo, la ausencia de Si no detuvo el crecimiento de las plántulas, lo que confirma que el silicio no es un elemento esencial, aunque sí beneficioso para el olivo.

Efecto del Si en la nutrición del olivo

La fertilización nitrogenada y potásica representan los principales problemas nutritivos para el olivo. Estos dos macronutrientes plantean problemas a la hora de realizar la fertilización, pero por motivos diferentes. La intensificación del cultivo del olivo ha llevado a un aumento del uso de fertilizantes debido a



Respuesta en crecimiento de plántulas de olivo a la aplicación de silicio.



Plantas jóvenes de olivo cultivadas en un umbráculo que recibieron tratamientos de silicio.

que la fertilización se ha basado en la formulación de recetas que perduran en el tiempo y al bajo coste de los fertilizantes. El nitrógeno (N) es el elemento más comúnmente usado en programas de fertilización del olivar, ya que es requerido en grandes cantidades por la planta. La percepción de que un incremento de N deriva en un incremento de producción conlleva una aplicación excesiva de fertilizantes nitrogenados que ocasionan efectos perjudiciales sobre el medio ambiente y sobre la cosecha. En cambio, el potasio (K) muestra problemas de déficit debido a la falta de humedad en el suelo, bajo contenido de arcilla o al bloqueo por interacciones con otros elementos que impiden su ab-

sorción por la planta. Estas condiciones medioambientales son características de la Cuenca Mediterránea, donde frecuentemente encontramos bajos contenidos de potasio en olivar, aunque su contenido en el suelo sea alto.

En plantas de olivo sometidas a diferentes niveles de N -control sin aplicación de N, dosis adecuada (100 ppm N) y exceso (400 ppm N)-, la aplicación de Si, tanto foliar como mediante riego, favoreció el crecimiento vegetativo en comparación con las plantas sin Si, siendo este efecto más acusado cuando el silicio se aplicó a través del agua de riego. Además, la aplicación de Si aumentó la concentración de N en las plantas que no recibieron N y en aque-

DOCUMENTACIÓN. FÁCIL.

La documentación sin esfuerzo comienza en el mismo momento en que empieza tu campaña. El John Deere Operations Center™ captura cada pasada, cada detalle del cultivo y cada acción de la máquina de forma automática. Sin montañas de papel, sin cargas manuales y sin errores. Solo información clara y fiable que te ayuda a cumplir con las futuras normativas europeas sobre documentación digital, a la vez que mantienes el control total sobre tus datos y decisiones.



**EXPLORAR
OPERATIONS
CENTER**

200 l/ha
ESE 7,2 km/h
14°C

25
**AÑOS DE
PRECISIÓN**

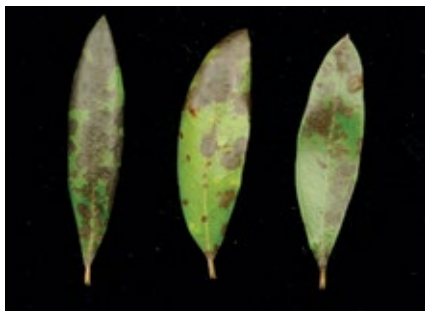


JOHN DEERE

NOTHING RUNS LIKE A DEERE



Testigo



+Si



Hojas de olivo de la variedad arbequina procedentes del ensayo de evaluación del efecto del silicio en el control del repilo. Se comparan dos tratamientos: plantas sin aplicación de silicio (Testigo) y plantas con aplicaciones foliares de 20 mg L⁻¹ de silicio (+Si).

Venturia oleaginea en plantas de olivo de picual y arbequina.

La mosca del olivo *Bactrocera oleae* (Rossi) es responsable del 60% de las pérdidas económicas causadas por insectos en los olivares, debido tanto a los daños directos como a los indirectos. Sus poblaciones han mostrado resistencia a diversos insecticidas y cada vez son menos los productos autorizados para su uso, lo que ha impulsado la adopción de estrategias de manejo integrado de plagas (MIP) basadas en soluciones biológicas y sostenibles.

Entre ellas, destaca el uso de hongos entomopatógenos, cuyo empleo está ya contrastado por el grupo de investigación de Entomología Agrícola de la Universidad de Córdoba. Tras más de dos décadas de ensayos, las aplicaciones al suelo de la cepa EAMa 01/58-Su de *Metarhizium brunneum* han demostrado reducir hasta en un 70% las poblaciones emergentes del suelo en primavera, consolidándose como una herramienta eficaz y ambientalmente respetuosa dentro del MIP.

Recientemente se ha evaluado el potencial del Si aplicado por vía foliar como parte de las estrategias de manejo integrado en explotaciones adultas, dentro del proyecto NUTRISAN. Los resultados de dos años muestran que las parcelas tratadas con Si registraron menores capturas de adultos y un menor porcentaje de aceitunas picadas que aquellas parcelas gestionadas con insecticidas autorizados. La combinación de aplicaciones al suelo de hongos entomopatógenos y tratamientos foliares con Si podría representar una vía prometedora dentro de los programas de manejo integrado, al actuar de forma complementaria sobre distintos estadios del ciclo biológico de la plaga. 🍃

llas que recibieron la dosis adecuada (100 ppm), mientras que no se observaron diferencias en las plantas sometidas al exceso de N (Martos-García et al., 2025). En conjunto, estos resultados sugieren que el uso del silicio podría convertirse en una práctica agronómica sostenible para reducir el uso de fertilizantes nitrogenados.

Respecto al potasio (K), el papel del Si ha sido investigado menos y las evidencias no aclaran su papel en la nutrición potásica. En plántulas de olivo, la aplicación de 10 y 20 mg L⁻¹ de Si aumentó la concentración de K (Martos-García et al., 2024), pero no se observó efecto en la concentración de K en plantas de olivo de un año de edad sometidas a diferentes dosis de potasio.

Efecto frente a estreses bióticos: repilo y mosca del olivo

El control sostenible de las enfermedades continúa siendo uno de los grandes retos del olivar. El repilo (*Venturia oleaginea*), junto con otras micosis aéreas, pueden causar intensas defoliaciones y desecaciones de ramas. Entre las medidas de control disponibles destacan las

Estos resultados sugieren que el uso del silicio podría convertirse en una práctica agronómica sostenible para reducir el uso de fertilizantes nitrogenados

prácticas culturales que favorezcan la ventilación de la copa, una fertilización equilibrada que no abuse del nitrógeno y evite deficiencias nutritivas, y los métodos químicos.

Los fungicidas cúpricos siguen siendo la medida de control más utilizada para las enfermedades aéreas del olivo. Sin embargo, su uso podría verse limitado en futuras normativas europeas, lo que impulsa la búsqueda de alternativas más sostenibles. En este sentido, se ha comprobado el efecto beneficioso del Si en aplicación foliar. Nascimento-Silva et al. (2019) observaron una disminución en el índice de enfermedad provocado por el hongo

Referencias

- Martos-García, I., Fernández-Escobar, R., Benlloch-González, M., 2024. Silicon is a non-essential element but promotes growth in olive plants. *Scientia Horticulturae*, 323, 112541. <https://doi.org/10.1016/j.scienta.2023.112541>
- Martos-García, I., Fernandez-Escobar, R., Benlloch-González, M., 2025. Silicon affects growth and nitrogen uptake of young olive plants. *HortScience*, 60(1), 1-4. <https://doi.org/10.21273/HORTSCI18259-24>
- Nascimento-Silva, K., Benlloch-González, M., Fernández-Escobar, R., 2022. Silicon nutrition in young olive plants: Effect of dose, application method, and cultivar. *HortScience* 57(12), 1534–39. <https://doi.org/10.21273/HORTSCI16750-22>
- Nascimento-Silva, K., Roca-Castillo, L., Benlloch-González, M., Fernández-Escobar, R., 2019. Silicon reduces the incidence of *Venturia oleaginea* (castagne) Rossman & Crous in potted olive plants. *HortScience*, 54(11), 1962–1966. <https://doi.org/10.21273/HORTSCI14293-19>

m.cho

PRINTERS SINCE 1954



www.grupomacho.com
info@grupomacho.com
+34 955 85 28 00

[IMPRIMIMOS ACTITUD]

INNOVACIÓN

Disponemos de la última tecnología del mercado

EXPERIENCIA

Somos impresores desde el año 1954

COMPROMISO

Compartimos los problemas y éxitos de nuestros clientes y partners

SOSTENIBILIDAD

Nuestras plantas se alimentan de energía solar, recogiendo el agua de lluvia para autoconsumo y utilizando materiales sostenibles como el que tienes en tus manos.

LÍDERES EN IMPRESIÓN DE ETIQUETAS

ADHESIVAS Y SLEEVES

TÚ IMAGINAS. NOSOTROS LO HACEMOS REALIDAD



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



Influencia del genotipo y el ambiente en el contenido y composición fenólica en olivo



Los compuestos fenólicos del AOVE son componentes clave en relación con la calidad de este producto en términos de calidad nutricional, sensorial y comercial. En este proyecto se ha estudiado desde diferentes enfoques experimentales la influencia de la variedad de olivo y del ambiente en el contenido de estos compuestos fenólicos. Por un lado, la influencia se ha evaluado en una colección de variedades de olivo cultivado y silvestre (acebuche). Por otro, la interacción entre variedad y ambiente se ha estimado a partir de ensayos con variedades comunes plantadas en diferentes condiciones ambientales. Además, los materiales obtenidos se han utilizado para poner a punto métodos analíticos alternativos a los tradicionales para la determinación rápida y precisa de compuestos fenólicos en AOVE.

Por Lorenzo León¹, Hande Yilmaz-Düzyaman², Araceli Sánchez³, Juan Cano³,
Raúl de la Rosa⁴, Carlos Sanz⁵, Ana Gracia Pérez⁵

El aceite de oliva virgen extra es un elemento clave de las propiedades nutricionales y beneficiosas para la salud asociadas a la Dieta Mediterránea, reconocida en 2013 por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Su perfil lipídico, dominado por ácidos grasos monoinsaturados, junto con la presencia de numerosos compuestos minoritarios, constituye la base de sus efectos

positivos sobre la salud. Entre estos efectos destacan la reducción del riesgo de enfermedades cardiovasculares, la modulación de procesos inflamatorios, la prevención de determinados tipos de cáncer y el incremento de la esperanza de vida (Francisco *et al.*, 2019).

Dentro de estos componentes minoritarios, los compuestos fenólicos presentan una elevada capacidad antioxidante estrechamente vinculada a los beneficios para la salud humana.

Asimismo, estos compuestos influyen de manera decisiva en la calidad del AOVE, ya que contribuyen a prolongar su vida útil al reducir su susceptibilidad a los procesos de oxidación (Mateos *et al.*, 2003). Los compuestos fenólicos más importantes del aceite de oliva son los secoiridoideos derivados de hidroxitirosol (3,4-DHPEA) y tirosol (*p*-HPEA), en particular las agluconas de la oleuropeína (3,4-DHPEA-EA) y del ligustrósido (*p*-HPEA-EA); y las formas

¹ IFAPA Centro Camino de Purchil, Granada / lorenzo.leon@juntadeandalucia.es

² IFAPA Centro Alameda del Obispo, Córdoba

³ IFAPA Centro Venta del Llano, Mengíbar (Jaén)

⁴ Instituto de Agricultura Sostenible (IAS-CSIC), Córdoba

⁵ Instituto de la Grasa (IG-CSIC), Sevilla



[[Los resultados pusieron de manifiesto el papel predominante de la variedad en la determinación de la composición fenólica del fruto]]

han asociado directamente con determinados compuestos fenólicos (*Campes- tre et al., 2017*).

El contenido y el perfil fenólico del AOVE dependen de múltiples factores tales como la variedad, la época de recolección y las condiciones agronómicas y climáticas, así como los parámetros de procesado de la aceituna en almazara. Esta variabilidad convierte a los compuestos fenólicos en valiosos indicadores de calidad y autenticidad,

dialdehídicas del ácido elenólico unido al hidroxitirosol (3,4-DHPEA-EDA) y al tirosol (*p*-HPEA-EDA).

Los compuestos fenólicos también son determinantes en el perfil sensorial del AOVE. Las características organo-

lépticas, resultado de la interacción entre aroma, sabor y respuestas químicas, están estrechamente relacionadas con la presencia de estos compuestos. En particular, las sensaciones de amargo y picante, rasgos distintivos del AOVE, se

PLANTAS RECEPTORAS DE FRUTOS SECOS

TRANSPORTADORES / DESPALILLADORAS
LIMPIADORAS / DESCAPOTADORAS
DESCHINADORAS



ALMENDRAS - PISTACHOS - NUECES

DISTRIBUCIÓN OFICIAL:

BANDAS CORTES
INGENIERÍA Y MONTAJE

Tlfo.: +34 661 539 791
bandascortes@bandascortes.com
www.bandascortes.com

BTS

www.bantrasur.com
Tlfo.: +34 633 512 053
bts@bantrasur.com
www.bantrasur.com





Figura 1. Vista del Banco Mundial de Germoplasma del Olivo de Córdoba.

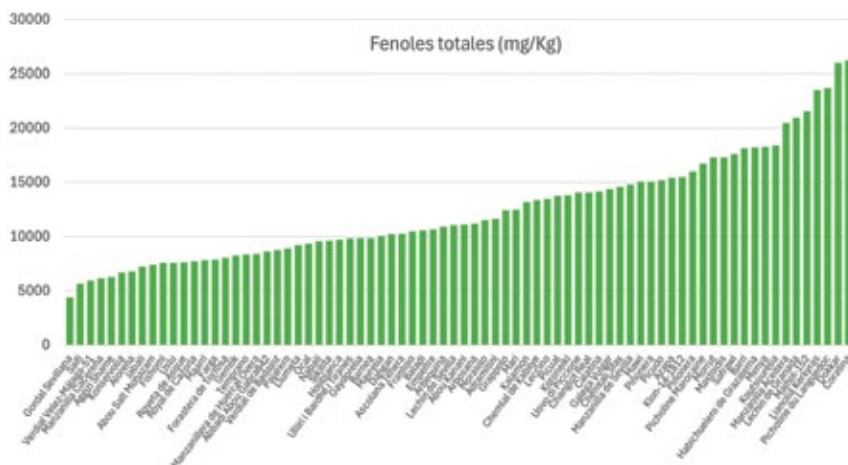


Figura 2. Contenido medio en compuestos fenólicos en fruto en 76 variedades de olivo analizadas.

pero también exige el desarrollo de métodos analíticos rápidos y eficientes, especialmente cuando se manejan grandes volúmenes de muestras.

A pesar de su relevancia, la cuantificación de los compuestos fenólicos en los programas de mejora genética del olivo suele posponerse hasta fases avanzadas, debido a que los métodos analíticos disponibles son costosos, complejos y requieren un tiempo considerable. En este contexto, las técnicas espectroscópicas combinadas con análisis quimiométricos han surgido como alternativas prometedoras, al ser rápidas, no destructivas y requerir mínima preparación de muestra. Su aplicación al aceite de oliva ha mostrado resultados satisfactorios en la evaluación de calidad y autenticidad (Yılmaz-Düzman *et al.*, 2024; 2025). No obstante, hasta la fecha los estudios centrados específicamente en compuestos fenólicos siguen siendo limitados y, en muchos casos, basados en conjuntos de datos reducidos.

Por todo ello, en este proyecto se ha estudiado desde diferentes enfoques experimentales la contribución relativa de la variedad y las condiciones ambientales en la determinación del contenido y perfil de la fracción fenólica, al tiempo que se han puesto a punto métodos analíticos alternativos para su determinación rápida y precisa.

Los resultados han permitido profundizar en el conocimiento de la heredabilidad de los componentes fenólicos en olivo y diseñar estrategias precisas que permitan incorporar la evaluación fenólica de forma rutinaria en los programas de mejora de olivo

Variabilidad genética de los compuestos fenólicos en el AOVE

Para estudiar la variabilidad genética de los compuestos fenólicos se evaluó una colección nuclear de variedades de olivo procedentes del Banco Mundial de Germoplasma del Olivo de Córdoba (Belaj *et al.*, 2022) (Figura 1). Este tipo de colección, previamente desarrollada en base a marcadores moleculares y caracteres agronómicos, trata de repre-



Figura 3. Vista del ensayo comparativo de variedades cultivadas en seto de alta densidad en Cabra, Córdoba.

sentar la mayor parte de variabilidad genética recogida en dicha colección con un número más limitado de individuos.

En total, en este proyecto se analizaron 75 variedades cultivadas y 10 genotipos de acebuche silvestre durante tres años consecutivos. Los resultados obtenidos mostraron una amplia variabilidad para estos compuestos en olivo, con valores de contenido total en fruto desde 4.390 a 26.231 mg./kg. (Figura 2). Los resultados también pusieron de manifiesto el papel predominante de la variedad en la determinación de la composición fenólica

EFICIENCIA

Prepodadora + Sistema de aire integrado
FRUIT MUR PRO + Smart Air System

EFICACIA

Remolque aplicador para viña, arbolado y frutal
VR3 ECO

SOSTENIBILIDAD

Trituradora de expulsión lateral
MULCHFRUIT K2

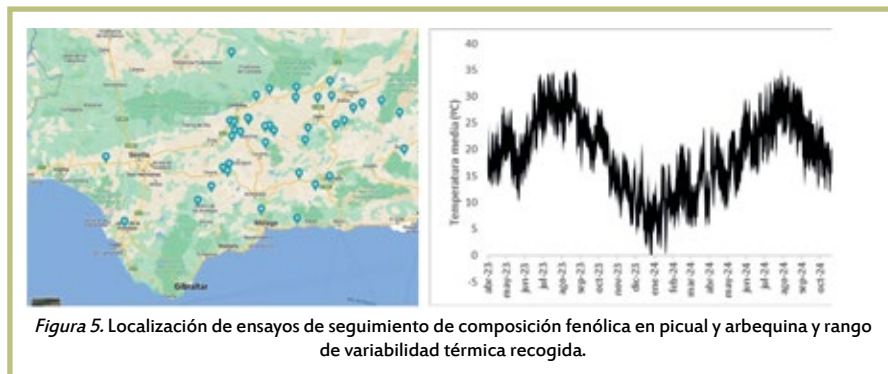
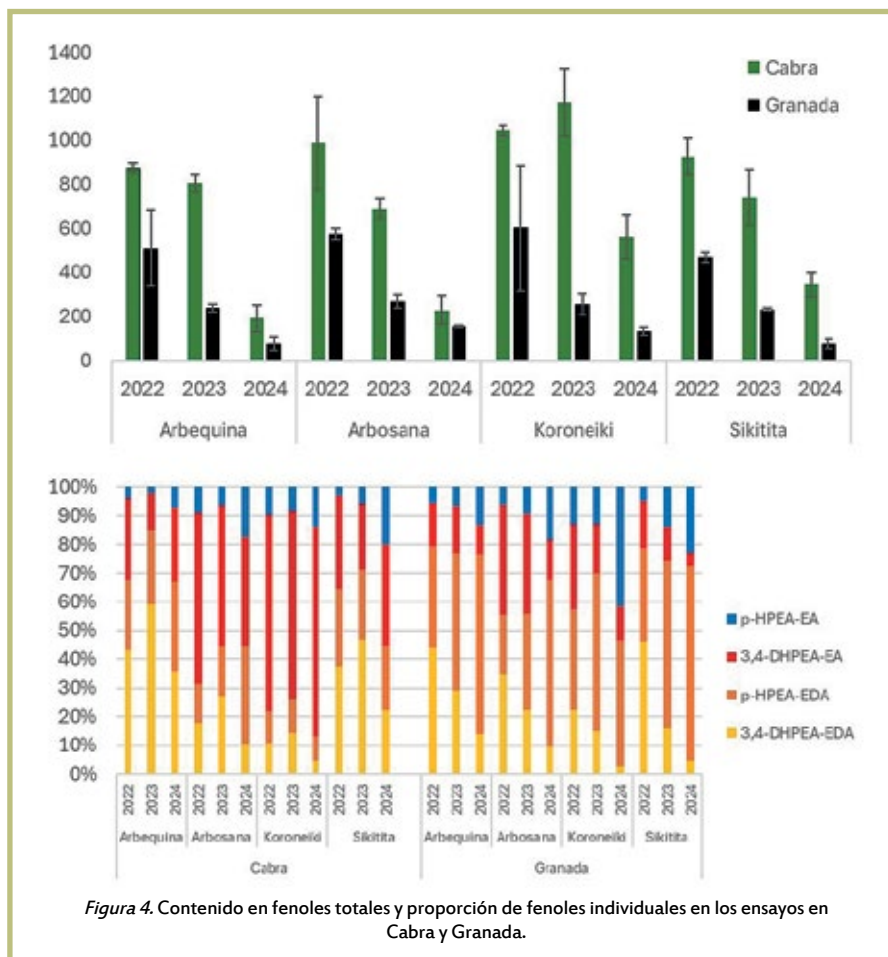
www.vimarequipos.com

Pol. Escodinas, 3 · 44621 Mazaleón (Teruel) · España
comercial@vimarequipos.com · (+34) 978 89 88 11

@vimarequipos



VIMAR
EQUIPOS



del fruto, especialmente para caracteres como el contenido total de fenoles, los flavonoides y determinados derivados secoiridoideos. Asimismo, los patrones de agrupamiento basados en los perfiles fenólicos revelaron claras diferencias entre las variedades cultivadas y los acebuches, lo que sugiere presiones evolutivas o de selección divergentes.

En conjunto, estos resultados aportaron información valiosa sobre la herencia de los compuestos fenólicos en el fruto del olivo y proporcionan una base

sólida para el desarrollo de estrategias de selección asistida por marcadores orientadas a la mejora de la calidad del fruto y de caracteres con efectos beneficiosos para la salud en futuros programas de mejora del olivo, en particular mediante estudios de asociación del genoma completo (GWAS, en inglés).

Interacción entre variedad y ambiente

Por otro lado, la interacción entre el efecto de la variedad y el ambiente se

ha estudiado a partir de diferentes experimentos considerando un mismo ensayo de variedades en seto en alta densidad plantado bajo diferentes condiciones ambientales en Cabra (Córdoba) -riego y secano-, Granada -riego- y Úbeda/Jaén -secano-. En cada ambiente se dispone de un ensayo comparativo en bloques al azar con cuatro de las variedades más difundidas en olivar en seto: arbequina, arbosana, koroneiki y sikitita (Figura 3). Durante tres años, se ha evaluado el contenido y composición de fenoles en aceite.

El contenido de fenoles totales presentó una gran variabilidad, sobre todo entre años y entre localidades, lo que concuerda con estudios previos que indican la gran influencia del ambiente en el contenido de fenoles en el aceite. Entre variedades, se observan pocas diferencias; si acaso koroneiki presenta unos valores más altos en algunos años y localidades (Figura 4).

Por el contrario, la proporción de los distintos fenoles del aceite sí parece tener una componente varietal muy fuerte (Figura 4). Entre los ensayos de Cabra y Canena la distribución es muy similar. Sin embargo, en Granada la distribución de los fenoles es diferente. La principal diferencia de esta localización con el resto son las temperaturas más bajas durante el proceso de maduración de la aceituna.

Asimismo, en colaboración con agricultores y empresas del sector se ha realizado un estudio exhaustivo del efecto del ambiente en la composición fenólica de los aceites de dos de las variedades más ampliamente difundidas, como son picual y arbequina. Ello nos ha permitido disponer de un amplio muestreo de estas variedades en múltiples condiciones edafoclimáticas de nuestra región, incluyendo una gran variabilidad térmica (Figura 5).

Como cabía esperar, los aceites de arbequina tuvieron en general un menor contenido de compuestos fenólicos totales que los de picual (Figura 6). En ambos casos, se observó una reducción importante de este contenido total en noviembre respecto a octubre, siendo esta reducción mucho más significativa en el caso de la variedad arbequina.

La seriedad que buscas,
la calidad que necesitas.

OLIVOS NEBULIZADOS



Amplio catálogo de variedades:

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



VIVEROS LUCENA DE ENCINAREJO, S.L.

Móv.: + 34 661 257 457

info@viveroslucena.com

www.viveroslucena.com



Sin embargo, la diferencia más notable entre ambas variedades se observó, más que en el contenido total, en la distribución de compuestos fenólicos individuales observados en ambas. Así, de entre los cuatro derivados secoiridoideos mayoritarios del AOVE, arbequina destaca por su mayor proporción de 3,4-DHPEA-EDA (oleacina); y picual por su contenido en 3,4-DHPEA-EA, componente mayoritariamente responsable del amargor del AOVE.

En futuros análisis de los resultados del proyecto trataremos de asociar esa variabilidad observada dentro de cada variedad con las condiciones edafoclimáticas de cada parcela de ensayo, en particular con las condiciones de temperatura observada tanto en el aire como a nivel de suelo.

Aplicación de la espectroscopía de infrarrojo cercano (NIRS)

En el marco de las actividades del proyecto se estudió el uso potencial de la espectroscopía de infrarrojo cercano (NIRS) para el análisis de estos componentes del AOVE (Figura 7). A lo largo del proyecto se recogieron los espectros de un total de 644 muestras procedentes de diversas fuentes experimentales con el objetivo de obtener una amplia representación del contenido total de fenoles. Las muestras correspondían a los ensayos descritos anteriormente con las variedades arbequina y picual cultivadas en diferentes localizaciones, la colección nuclear del Banco Mundial de Germoplasma del Olivo y los ensayos de variedades cultivadas en seto.

Los espectros de infrarrojo cercano de las muestras de AOVE se adquirieron mediante un analizador multifunción FT-NIR en modo transmisión utilizando viales desechables de 1 ml., empleando como método de referencia la cromatografía líquida de alta eficacia (HPLC). Posteriormente se realizaron los análisis quimiométricos y se desarrollaron modelos predictivos del contenido de compuestos fenólicos mediante la regresión por mínimos cuadrados parciales (PLS), utilizando los datos espectrales como variables independientes; y

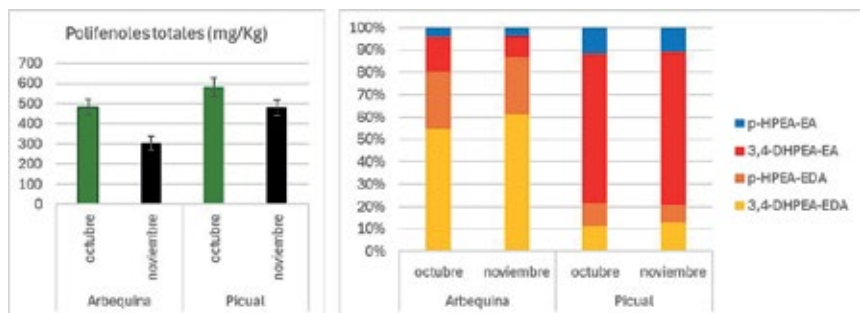


Figura 6. Contenido medio de fenoles totales en aceites de arbequina y picual obtenidos a mediados de octubre y noviembre, y proporción de compuestos individuales mayoritarios en cada caso.



Figura 7. Equipo para análisis de aceite mediante espectroscopía de infrarrojo cercano (NIRS) y espectros característicos del AOVE.

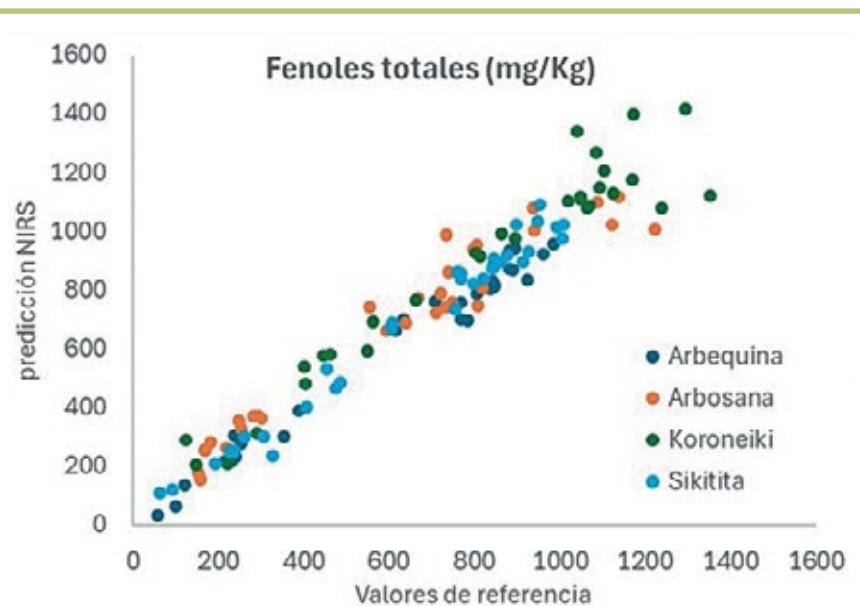
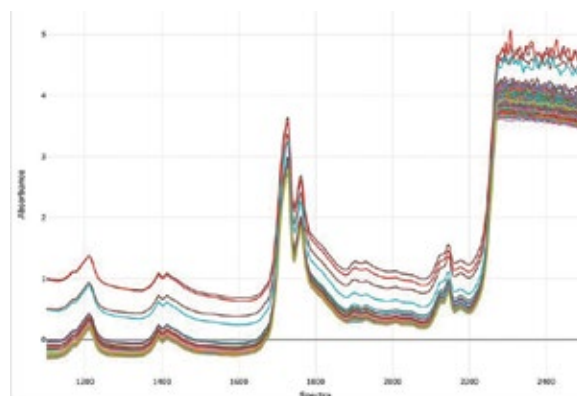


Figura 8. Predicción mediante espectroscopía NIRS del contenido total de compuestos fenólicos en AOVE procedente de diferentes variedades de olivo adaptadas al cultivo en seto.

el contenido total de fenoles, así como los compuestos fenólicos individuales, como variables dependientes.

Los resultados mostraron distintos niveles de precisión en función del componente fenólico evaluado, aunque en

general se obtuvo una elevada robustez en los modelos desarrollados para los principales compuestos fenólicos secoiridoideos. Por ejemplo, en la Figura 8 se muestran las correlaciones para el contenido de fenoles totales determinado



por el método de referencia y predicho por NIRS, en el ensayo con variedades de seto, que muestran una alta correlación global e individualmente para cada variedad. Por tanto, los modelos obtenidos para estos compuestos pueden emplearse en análisis rutinarios, al menos como una herramienta de cribado preliminar para garantizar la calidad del

AOVE, permitiendo simplificar su determinación en particular en programas de mejora genética de olivo.

Conclusiones

Los resultados obtenidos de todos estos ensayos nos han permitido profundizar en el conocimiento de la herencia de los componentes fenólicos en olivo y desa-

rollar nuevas técnicas que permitan incorporar la evaluación fenólica de forma rutinaria en los programas de mejora de olivo. Estas evaluaciones servirán también como punto de partida para desarrollar herramientas de selección asistida por marcadores para compuestos fenólicos en olivo, de utilidad en futuros trabajos de mejora. 🍯

Agradecimientos

Proyecto PID2020-115853RR-C31 financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033. Periodo de ejecución: 2021-2025. Agradecemos también la colaboración de los agricultores y empresas del sector que están participando en las redes de ensayos.

Referencias

- Baldioli, M.; Servili, M.; Perretti, G.; Montedoro, G.F. Antioxidant activity of tocopherols and phenolic compounds of virgin olive oil. *J. Amer. Oil Chem. Soc.* 1996, 73, 1589-1593.
- Belaj, A., Domínguez-García, M.d.C., Atienza, S.G. et al. Developing a core collection of olive (*Olea europaea* L.) based on molecular markers (DARTs, SSRs, SNPs) and agronomic traits. *Tree Genetics & Genomes* 8, 365-378 (2012).
- Campestre, C., Angelini, G., Gasbarri, C., & Angerosa, F. (2017). The Compounds Responsible for the Sensory Profile in Monovarietal Virgin Olive Oils. *Molecules*, 22(11), 1833.
- Francisco, V., Ruiz-Fernández, C., Lahera, V., Lago, F., Pino, J., Skaltsounis, L., González-Gay, M. A., Mobasher, A., Gómez, R., Scotece, M., & Gualillo, O. (2019). Natural Molecules for Healthy Lifestyles: Oleocanthal from Extra Virgin Olive Oil. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*, 67(14), 3845-3853.
- Mateos, R., Domínguez, M. M., Espartero, J. L., & Cert, A. (2003). Antioxidant Effect of Phenolic Compounds, α -Tocopherol, and Other Minor Components in Virgin Olive Oil. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*, 51(24), 7170-7175.
- Yilmaz-Düzüman, H., de la Rosa, R., Velasco, L., Núñez-Sánchez, N., & León, L. (2024). Oil Quality Prediction in Olive Oil by Near-Infrared Spectroscopy: Applications in Olive Breeding. *AGRICULTURE-BASEL*, 14(5). doi:10.3390/agriculture14050721.
- Yilmaz-Düzüman, H., de la Rosa, R., Núñez-Sánchez, N., & León, L. (2025). Global and Specific NIR Models for Oxidative Stability Prediction and Cultivar Discrimination in Extra Virgin Olive Oil. *HORTICULTURAE*, 11(2). doi:10.3390/horticulturae11020177.

Tecnologías innovadoras para la producción de aceite de oliva

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

www.vlsttechnologies.it



Filtro de placas



Filtro de tierra



Follow us:



Distribuido por

VELO

MAQUINARIA Y PRODUCTOS ENOLÓGICOS



La lucha contra la *Xylella*: soluciones integradas para reducir su impacto en Europa



Agromillora forma parte del proyecto *Bexyl*, financiado por la UE, que tiene como objetivo desarrollar estrategias personalizadas para prevenir y contener los brotes de *Xylella fastidiosa* en Europa.

Por Departamento I+D+i y Calidad de Agromillora Iberia

(Mireia Bordas, directora; Marisa Cunill, Carlos Rieder y Natalia Puig, equipo investigador)

Xylella fastidiosa (Xf) es uno de los patógenos vegetales de cuarentena en la UE y está incluida en la lista prioritaria de las enfermedades vegetales más amenazantes. Se trata de una bacteria descubierta por primera vez en vides en California y transmitida por varias especies de insectos chupadores de savia del xilema que actúan como vectores. Se conocen diferentes variantes y cepas de Xf en todo el mundo y más de 700 especies de plantas huésped que pueden ser colonizadas. En algunas especies vegetales puede permanecer latente, pero es bien conocida como agente causal de importantes enfermedades en la vid, el almendro, la adelfa, los cítricos, el melocotonero, el café, el aguacate y el olivo, entre otros, llegando a provocar la muerte de las plantas.



BEXYL

B E Y O N D X Y L E L L A

La bacteria fue detectada por primera vez en los países mediterráneos en 2013, cuando los científicos informaron de la presencia de *Xylella fastidiosa* en olivos de Apulia, en el sur de Italia. A partir de entonces, la vigilancia ha per-

mitido descubrir brotes en regiones de Francia, España y Portugal.

Desde 2015 la UE está financiando investigaciones para mitigar el impacto de la enfermedad, poniéndose en marcha medidas de emergencia para frenar la propagación de la bacteria.

Agromillora participa en el proyecto de investigación *Bexyl*, financiado por la UE, cuyo objetivo es implementar estrategias de prevención y contención personalizadas e integradas contra los brotes actuales de *Xylella fastidiosa* y evitar nuevas introducciones en Europa. El plan de trabajo propuesto en el proyecto se beneficiará de la participación activa de los agricultores y de la sociedad para crear conciencia y facilitar la transferencia a la práctica de las estrategias de prevención y control más prometedoras resultantes de la investigación.



El proyecto, coordinado por el CSIC-Córdoba, se inició en 2022 y finalizará en 2026. Además de objetivos técnicos, engloba un análisis al impacto socioeconómico y ambiental del patógeno en escenarios de cambio climático. En el mismo participan más de 30 instituciones de investigación, agencias gubernamentales, viveros y asociaciones de agricultores, ONGs y grupos operativos de la Asociación Europea de Innovación. Bexyl apoya tanto estudios de investigación básica como de innovación tecnológica.

Iniciativas técnicas

Entre las iniciativas técnicas cabe destacar que se trabaja para comprender los factores que impulsan las epidemias de *Xf* en la UE, teniendo en cuenta la influencia del cambio climático; y se desarrollan métodos y nuevas estrategias para la vigilancia, detección temprana de la bacteria y sus vectores y seguimiento de la enfermedad, con herramientas que van desde la tecnología de la teledetección hasta el sentido del olfato de los perros.

[[Desde 2015 la UE está financiando investigaciones para mitigar el impacto de la enfermedad, poniéndose en marcha medidas de emergencia para frenar la propagación de la bacteria]]

Asimismo, se explora la resistencia a largo plazo del huésped a *Xfy* se descifra la base de los mecanismos de resistencia. Para ello se está estableciendo una red global de parcelas centinela en ubicaciones de diferentes latitudes y condiciones edafoclimáticas con presencia de *Xf* donde se recogen datos de respuesta al patógeno en diferentes especies.

PARRA[®]
EQUIPOS DE BOMBEO

El impulso que tus líquidos necesitan



¡Contáctanos!



@bombasparra



Carga y descarga de aceites limpios

BPAR 500



BPLM 1000

Alimentación de decanter de masa de orujo



BPD 200

Alimentación de centrífuga o extracción de tamiz



Pequeños trasiegos de aceite, desfangados, etc

BPLM 300



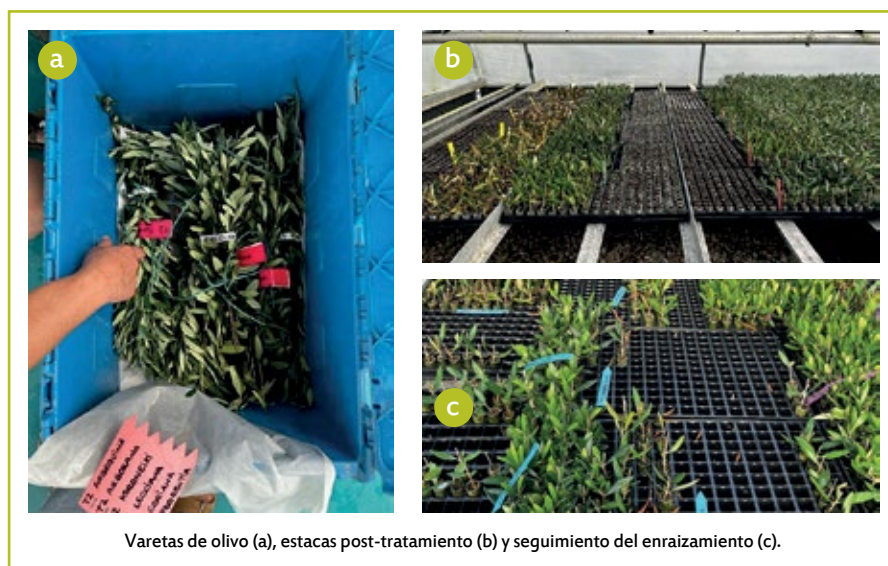
[[Agromillora Iberia forma parte del grupo de trabajo que explora el uso de termoterapia para el saneamiento de plantas y producción y comercialización de plantas de vivero libres de *Xf*]]

Finalmente, se desarrollan soluciones económica y ambientalmente racionales para el control efectivo de los vectores *Xf* y la interrupción de la transmisión; así como soluciones económica y ambientalmente racionales para el control efectivo de *Xf* y la promoción de la sanidad vegetal. En esta línea de investigación se contempla la termoterapia para garantizar el intercambio seguro de material vegetal. También se estudia la posibilidad de uso de bacterias beneficiosas, bacteriófagos, compuestos innovadores y formulaciones que reduzcan la propagación de *Xf* dentro de las plantas.

Agromillora Iberia participa en el establecimiento de parcelas centinela, como proveedor y exportador de árboles frutales de diferentes especies; al tiempo que forma parte del grupo de trabajo que explora el uso de termoterapia para el saneamiento de plantas y producción y comercialización de plantas de vivero libres de *Xf*. También colabora en la evaluación de los impactos ecológicos, sociales y económicos de *Xf*, y en el plan de difusión, comunicación y transferencia de tecnología de los resultados del proyecto.

Ensayos de termoterapia

Dentro del trabajo realizado por el Departamento de I+D+i de Agromillora Iberia en lo que se refiere al uso de termoterapia, los ensayos de esta técnica tienen como objetivo final la valoración de soluciones técnicas, condiciones de aplicación y logística para la implementación de la termoterapia a nivel de vivero/cuarentena en plantas huésped. Hasta la fecha se dispone de mucha información sobre la respuesta de ciertas especies



vegetales -fundamentalmente la vid- a la termoterapia por tratamiento con calor, y existen protocolos bien definidos para asegurar la sanidad del material vegetal frente a diversos patógenos; si bien esta información es inexistente para otras especies de interés viverístico.

En primer lugar, se han definido las condiciones experimentales (tipo de material, rango de temperaturas de trabajo, tiempos de exposición, condiciones de crecimiento, etc.) en especies relevantes para el vivero, el almendro y el olivo, con sistemas de propagación diferentes.

Agromillora Iberia dispone de un equipo de termoterapia cedido por la empresa RG-Projects (La Pobla del Duc, Valencia, España), líder en fabricación de estos equipos, en los que el proceso de termoterapia se lleva a cabo por inmersión en agua caliente del material vegetal.

En almendro se tratan yemas de madera en reposo invernal mantenidas en

cámara fría y se realiza un pretratamiento de hidratación por inmersión de la base de las varetas en agua a temperatura ambiente durante la noche. A continuación, se injertan las yemas sobre portainjertos micropropagados, material que tiene garantía sanitaria libre de *Xf*. Después del trasplante, se realizan mediciones de viabilidad de injerto y desarrollo fenotípico. Se han ensayado cuatro variedades -avijor, pentacebas, isabelona y vialfas- y cinco tratamientos (incluido control) a temperaturas (T) entre 40-50°C a diferentes tiempos (t) de exposición.

En olivo se tratan ramas semileñosas antes del estaquillado, realizándose mediciones de la capacidad de enraizamiento y desarrollo fenotípico después del trasplante. Se han ensayado seis variedades -koroneiki, arbequina, arbosana, lecciana, coriana y florentia- y cinco tratamientos (incluyendo control) con temperaturas entre 35-50 °C a diferentes tiempos de exposición.

Los resultados permiten considerar la aplicación de la técnica a gran escala e integrarla sin dificultades dentro del proceso productivo del vivero como herramienta para luchar contra este patógeno.]

La primera fase ha consistido en evaluar el efecto de los tratamientos sobre la viabilidad de los diferentes materiales vegetales de propagación en plantas sanas, es decir, no infectadas por *Xf*. El primer requisito para la aplicación en vivero es que las combinaciones temperaturas/tiempos de exposición deben permitir la supervivencia del material vegetal, manteniendo la capacidad de propagación y las características fenotípicas.

A partir de estos primeros ensayos se ha definido un rango de trabajo T/t con viabilidades aceptables económicamente (>70%). En nuestras condiciones, dependiendo de la variedad de almendro, se ha establecido a temperaturas entre 45-50 °C y duraciones que varían de 20 a 50 minutos; y en olivo oscila entre 40-45 °C y duraciones de entre 20-50 minutos.

En experimentos complementarios, se ha trabajado en ajustar los protocolos al máximo de temperatura y en ampliar los tiempos de exposición manteniendo la viabilidad, y en la implementación a gran escala de tratamientos de termoterapia sostenibles a nivel de vivero que ofrezcan la seguridad necesaria.

En una segunda fase, otros grupos de trabajo están ensayando la efectividad de estos tratamientos -definidos en la fase previa-, en material vegetal infectado con *Xf*, en instalaciones de contención biológica autorizadas para trabajar con este agente patógeno. Estos experimentos permitirán identificar los umbrales de sensibilidad de la bacteria en diferentes especies huésped y en estas condiciones, y determinar si es posible eliminar eficazmente el agente patógeno (bacteria endófito) con estos tratamientos.

El trabajo realizado ha permitido ajustar las combinaciones T/t más adecuadas para garantizar tasas de viabilidad aceptables en el vivero. La sensibilidad a los tratamientos ha estado condicionada por la especie, el tipo de material vegetal, el tamaño del material vegetal tratado y, en algunos casos, por la variedad.

Los resultados permiten considerar la aplicación de la técnica a gran escala e integrarla sin dificultades dentro del proceso productivo del vivero como herramienta para luchar contra este patógeno. Estos experimentos se completarán con el seguimiento a largo plazo y en condiciones de campo de las plantas tratadas para asegurar que no tiene impactos en la producción frutal. 🍋



Funded by
the European Union



DIVERSIFICA TUS INVERSIONES OLIVÍCOLAS

MENDOZA ARGENTINA
UN DESTINO ESTRATÉGICO



GRANDES BENEFICIOS

Condiciones agroclimáticas,
tierras disponibles y ubicación
estratégica, con costos
competitivos para inversiones
olivícolas de alto valor.



contacto: ndelarosa@promendoza.com





Entrevista a Carlos Jiménez,
co-CEO de Condado de Martiniega

“De lecciana lo primero que nos llamó la atención fue la calidad de su aceite, que es extraordinario y diferencial”



Desde Corella (Navarra), Condado de Martiniega ha sabido construir un proyecto familiar basado en la innovación, el aprendizaje constante y la búsqueda de AOVEs de máxima calidad. Hablamos con su equipo para conocer el origen de la finca, el carácter de sus vírgenes extra y su experiencia con la variedad lecciana, una apuesta que abre nuevas perspectivas para el olivar en seto en zonas septentrionales.

¿**C**ómo nació Condado de Martiniega y qué valores definen hoy vuestro proyecto oleícola?

Somos una pequeña empresa familiar, dinámica e innovadora ligada al campo desde nuestros orígenes que sigue evolucionando hacia la especialización y optimización del olivo, por un lado; y, por otro, en la comercialización de AOVE de máxima calidad, defendiendo su origen y trazabilidad. Condado de Martiniega coincide con el desarrollo e implantación del modelo en seto en Navarra, cuando en 1998 se apuesta por este sistema en la finca Estado de Martiniega, localizada en la Ribera de Navarra, y que aún hoy sigue dando sus frutos. Por aquel entonces poco se sabía acerca de este nuevo modelo y de su adaptabilidad a nuestra zona, por lo que hemos ido aprendiendo a lo largo del camino. Hoy podemos decir que está más que demostrado que se trata de un modelo interesante para los olivicultores del norte de España.

¿**Qué hace único vuestro territorio y cómo influye en el estilo de los aceites que elaboráis?**

Nos encontramos en una de las zonas



De izqda. a dcha., Matías Jiménez Lázaro, fundador de Condado de Martiniega y padre de Carlos y Javier; y Javier Jiménez García, hermano de Carlos y co-CEO de Condado de Martiniega.

más septentrionales para el cultivo del olivo, con condicionantes edafoclimáticos particulares. Comparándonos con otras zonas productoras, estos condicionantes limitan la gestión y producción (kg./ha.), pero, a su vez, inciden favorablemente en la obtención de aceituna de máxima calidad, aportando ese

carácter tan singular a nuestros aceites.

Trabajamos diferentes variedades, pero todos son aceites verdes, de cosecha temprana, muy frescos y equilibrados, con perfiles sensoriales complejos y frutado medio-intenso. Buscamos la armonía para potenciar y ensalzar los ingredientes que los acompañan.



“Es un aceite equilibrado pero más complejo, más expresivo y con mayor número de descriptores, orientado a un público más especializado”

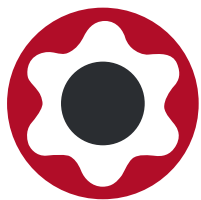
riedad -junto con alguna otra- y, de esta forma, dar una nueva vida a las tierras familiares que estaban abandonadas.

De lecciana lo primero que nos llamó la atención fue la calidad de su aceite, que es extraordinario y diferencial. En campo es una variedad similar a arbequina en vigor, pero que debe ser manejada de forma diferente para igualar productividad. También es importante

¿Qué os motivó a incorporar la variedad lecciana y cuál fue vuestra primera impresión en campo?

Llevábamos varios años queriendo iniciar un nuevo proyecto agro, más per-

sonal e innovador, por lo que fuimos analizando tendencias dentro del sector, preguntando a técnicos y visitando fincas experimentales. Fue en 2021 cuando decidimos apostar por esta va-



Cazaux

Fabricante de bombas desde 1954

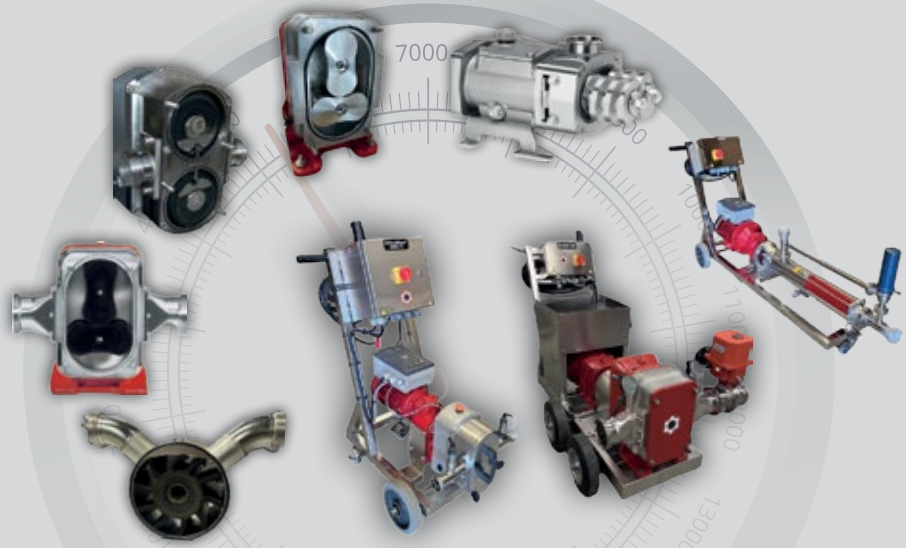


Consulta nuestro sitio web

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

Cuidando la calidad de su producto en cada etapa del proceso

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



NUESTROS SECTORES DE ACTIVIDAD



Agricultura



Alimentos y bebidas



Industria



Industria minera



Integrador



Farmacéutica y cosmética



Tratamiento aguas residuales



encontrarle el punto con la poda de formación y, adicionalmente, con algún factor limitante (riego, abonado, tierras menos fértiles). Cuando carga es excepcional. Su oliva es inconfundible, de buen calibre y de color verde lima intenso en forma de ramilletes, que desprenden muy bien, incluso en verde, al paso de la máquina. Además, el fruto aguanta muy bien durante todo su ciclo, incluso en épocas de estrés hídrico (agosto) o cuando el aceite ya está elaborado (noviembre). Todavía es pronto para que podamos valorarla en fase adulta.

Y en la almazara, ¿cómo responde en cuanto a rendimientos, estabilidad, extracción y procesos?

Por lo visto hasta ahora en tres años de cosecha, la extracción es fácil y los rendimientos grasos son altos. Otro aspecto positivo es que madura dos semanas antes que arbequina, por lo que no sobrecarga el flujo en la almazara.

¿Cómo definirías el perfil organoléptico del AOVE de lecciana que estáis obteniendo y qué diferencias observáis con otras variedades?

De estructura dorada intensa, es fresco, con delicados aromas a hierba y almendra. En boca es complejo, frutado, de textura maravillosa y con suaves matices, donde destaca un final picante y un retrogusto amargo. Este es un aceite equilibrado pero más complejo, más

expresivo y con mayor número de descriptores, orientado a un público más especializado.

Al margen de lecciana, ¿hay alguna nueva variedad que os llame la atención o queráis probar?

De momento nos quedamos con lo que ya tenemos, pero sí que testaremos próximamente otras variedades en campo, en pequeñas extensiones.

¿Qué definirá el futuro de Condado de Martiniega?

El futuro de Condado de Martiniega estará determinado por la capacidad de adaptación a las necesidades Premium de cada mercado, por el trabajo duro, la constancia y la buena suerte. 🍋



BALAM

| AGRICULTURE |

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



BALAM.ES



SULTANA

BALAM AGRICULTURE



sultana.balam.es

Además, es la variedad
de alta densidad
más resistente a
repilo y tuberculosis

-  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

*¿Quieres aumentar
la rentabilidad de
tu explotación?*

 **CULTIVA
CARBONO**

cultivacarbono.es



Confraria de la Mare de Déu de l'Olivera, fervor por el AOVE y la Virgen del Olivo



Los nuevos cofrades, acompañados del obispo y el párroco, al pie del altar de la Mare de Déu de l'Olivera en la Basílica de Santa María del Mar de Barcelona el pasado 30 de noviembre de 2025.



Fundada en 1949, la Confraria de la Mare de Déu de l'Olivera es una asociación sin ánimo de lucro que nació con el objetivo de proteger y promocionar tanto el cultivo y cuidado del olivo como el consumo y calidad de sus frutos: el aceite de oliva y las aceitunas.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

Entre el centenar de socios de la Confraria de la Mare de Déu de l'Olivera encontramos tanto productores e industriales del mundo del aceite de oliva como restauradores, profesionales liberales, médicos, farmacéuticos o investigadores; así como colaboradores pertenecientes a otros sectores "que contribuyen a la divulgación de la cultura del virgen extra y de las excelencias de este producto emblemático de la Dieta Mediterránea", señala su secretaria técnica, Marta González Peláez, doctora en Comunicación y Ciencias Sociales.

Su patrona, la Mare de Déu de l'Olivera, cuenta con un altar propio en la Basílica de Santa María del Mar de Barcelona y, desde su restauración a finales de los años 40 del siglo pasado, ha sido punto de reunión del gremio de olivereros para celebrar su fiesta anual durante el mes de noviembre.



Invitación a la primera Fiesta de la Mare de Déu de l'Olivera, celebrada el 26 de noviembre de 1949.

Pero conozcamos su historia. La ciudad condal ha profesado devoción a la Virgen del Olivo desde tiempos pretéritos, y la explicación es fácil: la gente del campo veneraba el árbol milenario

por los frutos que proporcionaba, su fácil cultivo en secano y, sobre todo, por su gran resistencia y longevidad. De ahí que, según cuenta la tradición, hace muchos siglos se hallase una pequeña

UN MUNDO DE POSIBILI DADES



**TENEMOS LA GAMA
MÁS AMPLIA Y
COMPLETA DE ENVASES
PARA ACEITE DE OLIVA**

LATAS RECTANGULARES

Con capacidades desde 100 ml hasta 5L y desarrollos propios de nuestro I+D+i como la resistencia axial reforzada o el exclusivo tapón respirador que permite un vertido preciso del aceite.

OLEOPACK

Un envase exclusivo desarrollado para sus aceites de oliva premium combinando estética y funcionalidad para diferenciar su envase en el punto de venta y hacerlo más cómodo para el uso final. Capacidades de 500 y 750 ml.

LATAS CILÍNDRICAS

En presentaciones de 500 ml y 1L, con acabado barnizado o litografiado y diferentes opciones de tapón vertedor.



**GRUPO
AUXIMARA**

Diseño y fabricación de envases
metálicos litografiados



AUXIMARA

Pol. Industrial Valdemuel
50290 · Épila · Zaragoza
+34 976 817 300



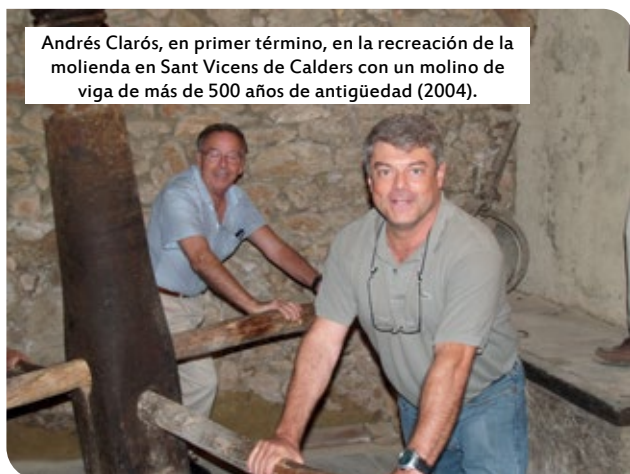
METALGRÁFICA DEL SUR

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



METAL
se recicla
para siempre

www.grupoauximara.com



Andrés Clarós, en primer término, en la recreación de la molienda en Sant Vicens de Calders con un molino de viga de más de 500 años de antigüedad (2004).



Cata de AOVEs para alumnos del CETT de Barcelona organizada por la Confraria en 2019.

estatua de una Virgen con el Niño entre las ramas de un olivo en la montaña de Montjuic. La imagen fue venerada desde entonces en la iglesia del convento de los PP Trinitarios Calzados en Barcelona, edificada alrededor del año 1394 sobre una antigua sinagoga judía -un extremo este no confirmado-, y que se destinó inicialmente a la advocación de la Santísima Trinidad por parte de los judíos conversos.

Cuando en 1492 los Reyes Católicos decretaron la expulsión de los judíos, la iglesia de la Santísima Trinidad fue declarada sin utilidad y cedida a una comunidad de monjes que la ocupó durante unos 30 años para cederla alrededor de 1529 a los Padres Trinitarios, quienes construyeron su convento alrededor. La comunidad estuvo al cuidado de la iglesia hasta la Desamortización de Mendizábal (1836-1837). Entonces, con su desaparición, el convento pasó a ser un cuartel de la Guardia Civil y la iglesia se transformó en la parroquia de Sant Jaume. En 1936, durante la contienda fratricida, la iglesia de Sant Jaume y la imagen de la Virgen fueron totalmente destruidas y, con ella, la devoción en público a la Virgen del Olivo en Barcelona.

También resultó gravemente afectada, tras 11 días consecutivos de incendios, la iglesia de Santa María del Mar de Barcelona, de la que solo se salvaron parte de los muros y algunas columnas. Esta joya



La chef Carme Ruscalleda con el presidente de la Confraria, Andrés Clarós, durante una cata de AOVE celebrada en 2019.



"Pequeña historia del aceite de oliva", escrito por Jesús Ávila Granados e ilustrado por Pilarín Bayés, ambos miembros de la Confraria.

medieval, muy conocida gracias al libro y la serie televisiva "La Catedral del Mar", es una basílica que fue construida entre 1329 y 1383 gracias a los esfuerzos y aportaciones de los gremios profesiona-

les de aquel momento: tejedores, sastres, agentes de cambio, carpinteros de ribera, calafateadores, porteadores...

En los años posteriores a la Guerra Civil Española se procedió a la reconstrucción de su conjunto. Desde el obispado se solicitó ayuda a los distintos gremios para su reconstrucción, con ánimo de seguir manteniendo su estrecha vinculación con la basílica. A la llamada acudió el gremio de industriales del aceite, al que se adjudicó para su restauración la primera capilla a la derecha según se entra por la puerta principal, anteriormente dedicada a Sant Jaume. El proyecto de la restauración fue adjudicado al arquitecto Joaquim Vilaseca i Rivera y las obras se prolongaron entre 1946 y 1948, cuando se entronizó la nueva imagen de la Mare de Déu de l'Olivera, obra del escultor Josep M. Camps i Amau, para sustituir a la anterior que fue quemada en la iglesia de Sant Jaume.

GLASS
MADE
GOOD



vidrala



El presidente de la Confraria, Andrés Clarós (tercero por la derecha), junto con Francisco Lorenzo Tapia, presidente de Olearum (segundo por la izquierda), en la tradicional Molienda de Riogordo (2016), una fiesta cultural, etnográfica y gastronómica en torno al aceite de oliva virgen extra.

Así, el 26 de noviembre de 1949, D. Pedro Macià Piera, presidente de la “Comisión Ejecutiva de la Central Distribuidora de Aceite”, procedió a la entrega oficial de la imagen de la Mare de Déu de l’Olivera al altar destinado a su veneración en la Basílica de Santa María del Mar de Barcelona. La devoción mariana a la Mare de Déu de l’Olivera y el mantenimiento de la capilla durante estos 77 años correspondió inicialmente al Gremi de Oliaires para compartirse después con la Confraria de la Mare de Déu de l’Olivera -los miembros del Gremi también son cofrades corporativos-.

Un elemento vertebrador del sector oleícola en Cataluña

Pero la Confraria no es sólo una agrupación de carácter religioso, sino un elemento vertebrador dentro del mundo oleícola en Cataluña y más allá de este territorio. Como sostiene su presidente, Andrés Clarós, “desde siempre se ha intentado mantener la unión con todos los productores de aceituna y de aceite, con los molineros, con los distribuidores, con las diferentes DOPs, con las administraciones... pero también con los restauradores, con los autores de libros sobre el mundo del aceite, con la prensa especializada, con las universidades y con todos aquellos entusiastas del oro líquido”.

En sus casi 80 años de existencia, la Confraria de la Mare de Déu de l’Olivera ha llevado a cabo numerosas actividades para divulgar la cultura del aceite de oliva y las bondades culinarias y saludables del zumo de aceituna: reunio-

[La Confraria no es sólo una agrupación de carácter religioso, sino un elemento vertebrador dentro del mundo oleícola en Cataluña y más allá de este territorio]

nes científicas con la presencia de los mejores especialistas del sector, actividades formativas -la Confraria colabora con centros académicos y universitarios como el CETT (Barcelona School of Tourism, Hospitality and Gastronomy) de la Universidad de Barcelona para formar a sus alumnos y futuros chefs en las excelencias del virgen extra-, participación en ferias y eventos gastronómicos como Alimentaria, etc.

Y es que el componente gastronómico está muy presente en la vida de la Confraria. Periódicamente, sus socios se reúnen en restaurantes u hoteles donde se degustan especialidades maridadas con AOVE. Asimismo, se imparten conferencias y se organizan catas de AOVE en diferentes lugares de Cataluña y Andorra dirigidas a asociaciones y colegios profesionales, escuelas de restauración, *sommeliers* y público en general.

Otro proyecto destacado fue el patrocinio del libro “*Pequeña historia del aceite de oliva*” (Editorial Mediterrània), escrito por Jesús Ávila Granados e ilustrado por Pilarín Bayés -ambos miem-



bro de la Confraria- a partir de una idea original de la Junta directiva, y que cuenta ya con dos ediciones.

Asimismo, la Confraria ha recopilado durante años información sobre recetas tradicionales de los diferentes aliños de aceitunas en lugares como Ametlla de Mar (Tarragona), Arbeca y Juneda (Lérida) u Olessa de Montserrat (Barcelona), con la finalidad de recuperar las recetas típicas de cada zona para evitar que se pierdan y ser incluidas en un recetario tradicional.

También se han organizado visitas a diferentes almazaras de Cataluña y el resto de España, a la tradicional Molienda de Riogordo (Málaga), al Museu del Oli de Les Garrigues o a la recreación de la molienda en Sant Vicens de Calders con un molino de viga de más de 500 años de antigüedad.

Fiesta Anual de la Mare de Déu de l’Olivera, una cita ineludible

Si hay una cita ineludible a lo largo del año, ésa es la gran Fiesta Anual de su Patrona, la Mare de Déu de l’Olivera, que tiene lugar a finales del mes de noviembre, siempre de acuerdo al año eclesiástico y que desde 2019 se cele-

30 años contando las historias más sabrosas de este sector

Expertos en comunicación para el sector oleícola



cypunto.com



Misa durante la Fiesta Anual de la Patrona de la Confraria, la Mare de Déu de l'Olivera, el pasado 30 de noviembre de 2025.



Investidura como cofrade del presidente de la Generalitat, Salvador Illa, en noviembre de 2024. De izqda. a dcha., Francisco Bargalló, vicepresidente de la Confraria, y su padre, José María Bargalló, presidente de honor, junto con el president Illa, Andrés Clarós y el párroco de la Basílica de Santa María del Mar, el padre Salvador Pié.



[Una cita ineludible es la gran Fiesta Anual de su Patrona, la Mare de Déu de l'Olivera, que tiene lugar a finales de noviembre]

El CEO de Grupo Editorial Mercacei, Juan A. Peñamil (a la izqda. de la imagen) -que fue apadrinado por José M^a Bargalló, actual presidente de honor de la Confraria-, en el acto de nombramiento de los nuevos cofrades celebrado en noviembre de 2015 en la Basílica de Santa María del Mar de Barcelona.



iglesia, oficiada por el párroco de Santa María del Mar -que a su vez es consiliario de la Confraria-. La investidura está apadrinada por los cofrades que han promovido su candidatura y, al final de la ceremonia religiosa, los asistentes se dirigen al altar propio de la Confraria para dedicarle a la Mare de Déu de l'Olivera un *Salve Regina* en latín que es cantada por los fieles y la coral que les acompaña durante la misma.

A continuación se celebra la comida de hermandad con los cofrades en un restaurante y, una vez concluida, se procede a la unción con aceite de oliva virgen extra por parte del Batlle de Honor de la Confraria, José María Bargalló. Antes de la comida se celebra una cata guiada con los aceites nuevos del año de las diferentes Denominaciones de Origen de Cataluña. Cabe destacar que, en aras de la más estricta neutralidad, los vírgenes extra que son catados no pueden llevar marcas comerciales, sino las características de la variedad de aceituna, forma de extracción, área geográfica y DOP, así como sus principales cualidades organolépticas.

Los nuevos cofrades, preparados para ser investidos en el altar de la Basílica de Santa María del Mar, en la ceremonia celebrada el pasado 30 de noviembre de 2025.



bra en una fecha próxima al Día Mundial del Olivo (26 de noviembre) -la última tuvo lugar el 30 de noviembre de 2025-.

Se trata de una emotiva ceremonia que tiene lugar en el altar mayor de la Basílica de Santa María del Mar, en la que se pro-

cede a la investidura de los nuevos cofrades durante la misa, previa lectura de sus méritos y relación con el AOVE.

El acto se divide en dos partes. Por un lado, la imposición de medallas durante la misa, en el Altar Mayor de la

EL CLÁSICO QUE LO TIENE TODO

Elegancia, eficiencia y compromiso.

RAÍZ 50



280G DE ECO DISEÑO

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



Christian Escribà, el “tartista” que transforma el dulce en emoción

En el panorama gastronómico internacional, pocos nombres resuenan con la fuerza creativa y la capacidad de innovación de Christian Escribà, investido como miembro de la Confraria de la Mare de Déu de l’Olivera el pasado 30 de noviembre de 2025.

Representante de la cuarta generación de una estirpe de pasteleros que inició su camino en Barcelona en 1906, Christian ha logrado trascender los límites de la repostería convencional para convertirse en lo que Ferran Adrià define como un “creativo transversal y global”. Bajo su liderazgo, la Pastelería Escribà no sólo ofrece productos, sino que construye experiencias, emociones y recuerdos imborrables.

Una visión transgresora: el concepto de “tartista”

Escribà se autodefine como un “tartista”, un término que fusiona el arte con la pastelería para describir una labor que utiliza el mundo dulce como lenguaje de expresión. Su enfoque no se limita a la elaboración de pasteles, sino a la creación de un universo único en constante evolución. En este ecosistema creativo tienen cabida proyectos que desafían la lógica, como murales comestibles, pasteles explosivos, anillos de caramelo e incluso pasteles voladores. Su enorme creatividad y continua capacidad de reinención le han permitido colaborar con marcas de prestigio mundial como el FC Barcelona, Christian Dior, BMW, CaixaBank, Banc de Sabadell, IKEA o Catalana Occidente, entre otras, traduciendo sus valores corporativos en piezas únicas de alta repostería.

El trabajo de Christian Escribà destaca por su comprensión estratégica del mundo empresarial. Innovación al servicio del sector corporativo.

Escribà entiende que, en un evento corporativo, la creatividad y el efecto sorpresa son herramientas fundamentales para la fidelización del cliente y el retorno de la inversión. Su metodología combina la artesanía tradicional -elaborada con ingredientes naturales en su obrador local- con el diseño de vanguardia. Junto a figuras clave como la *cake designer* Patricia Schmidt, experta en “alta orfebrería dulce”, Escribà ha elevado la pastelería personalizada a un nivel de sofisticación técnica sin precedentes. Desde reproducciones de estadios y estaciones de tranvía hasta trofeos de chocolate y logotipos en 3D, su obra demuestra que no existen límites para la imaginación cuando se trata de sorprender a la audiencia.

Su trabajo no sólo representa un tributo a la tradición familiar, sino una búsqueda incesante de la excelencia para poner la guinda a los momentos más especiales de sus clientes, convirtiendo cada bocado en una historia inolvidable.

Algunas de las creaciones del pastelero Christian Escribà, un “tartista” que utiliza el mundo dulce como lenguaje de expresión, siempre en busca de la excelencia.



Christian Escribà (primero a la izqda.), acompañado por Andrés Clarós, durante su acto de investidura como cofrade el 30 de noviembre de 2025.



©Carles Allende



Entre sus miembros, la Confraria, cuenta “con altos representantes de la Administración catalana, pero sobre todo grandes profesionales del sector oleícola, tanto productores como envasadores y distribuidores, así como

todas las DOPs catalanas y escuelas universitarias de restauración, chefs de restaurantes con estrella Michelin, periodistas, médicos y científicos, empresarios de todos los sectores, miembros de la Academia Catalana de Gas-

tronomía y, especialmente, gente de la sociedad civil enamorada de este alimento único que es el AOVE”, concluye Andrés Clarós. 🍯

info@confrariaolivera.com



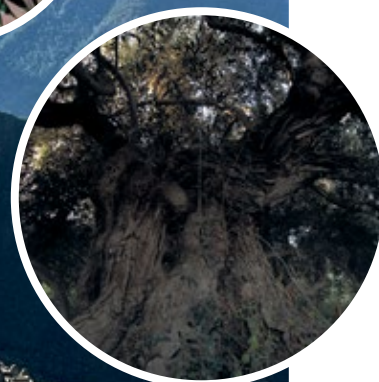
Soliguer como modelo de innovación en el aporte de una visión multidisciplinar e integradora de todas las necesidades que se generan en el desarrollo de un proyecto agroindustrial. Ello le permite abordar los aspectos técnicos o de ingeniería y junto a ello todo lo relacionado con los ámbitos legales, administrativos, medio ambientales, de seguridad alimentaria, de calidad o de desarrollo comercial de aquellos.

Soliguer también modelo de innovación en la construcción de sólidas alianzas con todo el sector industrial proveedor de soluciones para la industria agroalimentaria, creando para ello en muchos casos proyectos colaborativos que promueven la investigación e innovación dentro del sector.

Soliguer como modelo de innovación, con un alcance disruptivo, en la búsqueda de financiación pública tanto en el ámbito del CAPEX de las empresas, como en aquellas otras áreas relacionadas con la innovación o el ámbito fiscal de aquellas.



Perú: oleoturismo, gastronomía y olivos monumentales



En el Perú, el oleoturismo atraviesa una etapa muy singular que exige atención y reconocimiento. Desde Lima hasta Tacna -pasando por Ica, Arequipa y Moquegua- se despliega un mosaico cultural e histórico en el que el olivo monumental se sitúa como el eje de una experiencia oleoturística y gastronómica que trasciende la mera producción olivícola.

Por Gianfranco Vargas, consultor oleícola, experto en olivos patrimoniales y maestro de almazara certificado

[FOTOS: Vera (Eliete Vera Descaillaux)]

Cuando el viajero internacional llega al ultramoderno aeropuerto de Lima, la capital peruana ya no es sólo una escala obligada como puerta natural hacia Cusco y el santuario de Machu Picchu. Hoy, Lima reclama con argumentos sólidos el título de “Capital gastronómica de América”. Gracias a su exquisita cocina y al flujo constante de visitantes atraídos por la maravilla inca, la ciudad se ha transformado en un destino de sazón y sabor. Durante esas horas -o días- de conexión, la urbe peruana ha sabido capitalizar su posición estratégica y consolidarse como epicentro del turismo culinario en el país y el continente.

[En las regiones olivareras -Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna- conviven olivos jóvenes y ejemplares centenarios que testimonian siglos de historia agrícola y patrimonio cultural]

Esta consagración se ha visto respaldada por reconocimientos internacionales: el Perú fue distinguido como

“Destino Líder Mundial en Gastronomía” en los World Travel Awards 2024. Al mismo tiempo, la escena culinaria limeña ha experimentado un auge sin precedentes. Restaurantes de vanguardia como Maido, Central, Astrid & Gastón, Kjolle, Mayta y Mérito fueron catalogados entre los “50 Mejores Restaurantes del Mundo” por la prestigiosa lista *The World’s 50 Best Restaurants*. En efecto, Lima y sus cocineros, al fusionar tradición y modernidad, han convertido la mesa de sus restaurantes en un espacio donde convergen culturas peruanas y foráneas, paisajes y sabores de todo el país. Allí, el aceite de oliva virgen extra y las aceitunas negras al natural -productos que antes desem-

ANIVERSARIO
Oleoestepa
Verdaderamente extraordinario

**Premio Expoliva
Mejor envasador**



2025
2026

**Mejor AOVE
de Sevilla**



2025
2026

**Mejor AOVE
Ecológico de Sevilla**



2025
2026

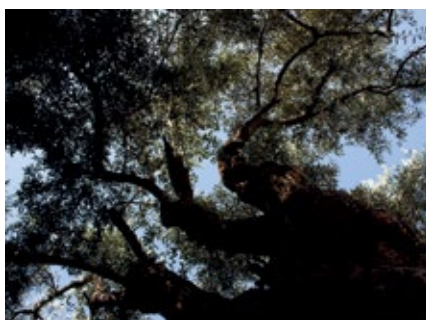


Calidad que se reconoce



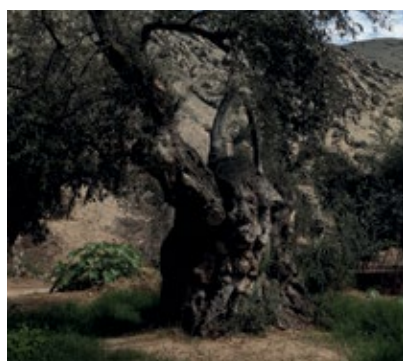
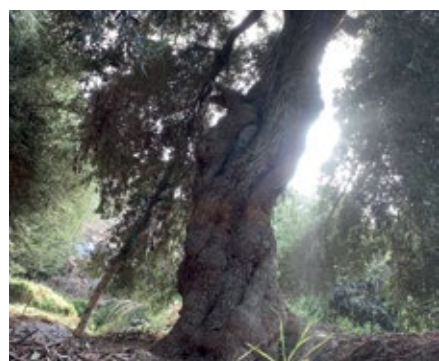
www.oleoestepa.com





El olivo monumental en el Perú constituye la columna vertebral de una narrativa patrimonial que hunde sus raíces en los valles costeros, las lomas y las pampas del Pacífico Sur.

[En Lima, El Olivar de San Isidro, sus olivos virreinales y los vestigios de su almazara colonial mantienen viva la memoria del origen del cultivo del olivo en el país]



De izqda. a dcha., y de arriba a abajo, olivo monumental de San Martín y olivar de San Isidro, en Lima; olivo monumental de Jaquí, en Arequipa; y olivo monumental de César Tokunaga, en Ilo (Moquegua), considerado el más longevo de Sudamérica.



berga el olivo monumental de La Vituña, y en La Yarada Los Palos se encuentra el olivo patrimonial de Antonio Sifuentes.

La gran mayoría de estos árboles están asociados a vestigios de antiguos molinos de piedra, prensas de viga, botijas y tinajas de barro -testimonios materiales de las entamadoras virreinales dedicadas al procesamiento de aceitunas-. En esos paisajes, el pasado y la técnica contemporánea se entrelazan, dando forma a un territorio olivícola donde los saberes tradicionales siguen vivos y la modernización cultiva olivos que honran esa herencia con una visión orientada al mercado Premium y al turismo especializado.

La región de Tacna, con su único olivar centenario y un olivo patrimonial catalogado como monumental -ubicado en el valle de Sama-, alberga más de 40.000 hectáreas de olivares modernos irrigados por aguas subterráneas sobre el distrito de La Yarada Los Palos. Esta zona se erige como el principal custodio del procesamiento de la aceituna de mesa peruana y del aceite de oliva virgen tacneño. Su AOVE se elabora con dos variedades patrimoniales: la criolla

peñaban un papel discreto en la cocina costeña- comienzan a integrarse en el discurso de la alta cocina peruana y en el recorrido de olivos monumentales.

Cabe precisar que el olivo monumental en el Perú -y en América- no es simplemente un árbol de gran tamaño o de valor histórico, sino la columna vertebral de una narrativa patrimonial que hunde sus raíces en los valles costeros, las lomas y las pampas del Pacífico Sur. En las regiones olivícolas -Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna- conviven olivos jóvenes y ejemplares centenarios que testimonian siglos de historia agrícola y patrimonio cultural.

Olivos monumentales y patrimoniales

En Lima aún pueden visitarse ejemplares emblemáticos como el olivo monumental plantado por el santo Martín de Porres, el olivo del Fundo Oyague en el distrito de Jesús María y el último olivo centenario vivo de Surco Viejo. En Ica destaca el olivo patrimonial de Pisco, replantado en el patio del histórico Hotel Paracas. En Arequipa se erigen los olivos monumentales de Acarí, Jaquí y Yauca; mientras que en Moquegua sobresalen el olivo monumental de César Tokunaga, el Cuatricentenario del Fundo Poquera y Albertico de Osmore. Finalmente, en Tacna, el valle de Sama al-



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.



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

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

CALIDAD Y FORMALIDAD, NUESTRA RAZÓN DE SER



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI BARI
ALDO MORO



[Restaurantes como Astrid & Gastón vinculan tradición e innovación contemporánea, y el AOVE reafirma su presencia en la gastronomía del Perú]

Una realidad en pleno desarrollo

Hoy, el oleoturismo en Lima ya no es mera promesa, sino una realidad en pleno desarrollo. Un día dedicado al aceite de oliva puede comenzar con un desayuno en la panadería-cafetería El Pan de la Chola, donde la “focaccia palteada” -combinación de palta y AOVE- demuestra cómo el aceite de los olivares monumentales de Tacna dejó de ser acompañante para convertirse en epicentro del discurso culinario. Más tarde, hacia las 11 de la mañana o poco antes del almuerzo, en el clásico Olé Bar del Olivar de San Isidro, la tradicional “once” -pisco, aceituna, queso y rosquilla- se transforma en un aperitivo sensorial: cata de AOVE, vinos regionales, cócteles como el “Chilcanoil” o “Capitán” y su respectivo relato de origen. Luego, el almuerzo en Astrid & Gastón vincula tradición e innovación contemporánea, y el AOVE reafirma su presencia en la gastronomía del Perú. Por la noche, en restaurantes como Maido o Central, la cena deviene en celebración de sabores nacionales: aceituna y aceite de oliva virgen extra dialogan con texturas, aromas y memoria, culminando una jornada donde comida, territorio y olivo se estrechan en una experiencia completa.

Asimismo, este recorrido de olivares monumentales y del aceite de oliva no se limita al ámbito urbano. Desde Lima, siguiendo la autopista Panamericana

(cv. arauco, legado español) y la frantoio (cultivar de origen italiano). Además, los vestigios más antiguos de extracción de aceite en tiempos virreinales en Tacna se hallan en las Lomas de Talamolle, distrito de Ite. Hoy, con visitas concertadas, es posible acceder a almazaras y marcas tacneñas como Kulli, Montefiori, La Genovesa, Dei Olei y ValleSur, entre otras, que extraen fantásticos AOVes y se posicionan internacionalmente con exportaciones, medallas y reconocimientos en Europa y EEUU.

En Ica, aunque la herencia de almazaras virreinales es menos evidente, el olivar se ha expandido recientemente por el valle de Pisco. Sus suelos arenosos y noches templadas favorecen los frutados verdes más elegantes y los perfiles sensoriales más complejos del AOVE peruano, reconocidos incluso por concursos de prestigio como el Mario Solinas Quality Award. Así, en 2015, el AOVE de la marca Oasis Olives fue finalista en la categoría “Mild Green Fruitiness”. Las variedades utilizadas en Ica incluyen co-

ratina, barnea, arbequina, picual, picholine y koroneiki; entre las marcas destacadas figuran Samaca, Olyf, Olivos del Sur y Oasis Olives -esta última orientada a los mercados más exigentes de Australia y EEUU, y que cuenta con la almazara más grande y moderna del país-.

En Arequipa, los vírgenes extra de marcas como Olivam, Mi Valle y Fundo Verde, y en Moquegua los obtenidos en olivares centenarios -ILOLIVO Centenario, Gustoli, D’llo, La Aceitunera y Flor del Olivo-, aprovechan un riego procedente de los deshielos interandinos que se convierte en aliado silencioso. Ese agua, esencial para el cuidado de los olivares y para el procesamiento de la aceituna negra al natural (“botija”), integra tradición y clima. Y en Lima, su bosque El Olivar de San Isidro, sus olivos virreinales y los vestigios de su almazara colonial mantienen viva la memoria del origen del cultivo del olivo en el país.



La región de Tacna alberga más de 40.000 hectáreas de olivares modernos irrigados por aguas subterráneas sobre el distrito de La Yarada Los Palos.



Sur -en coche alquilado o mediante transporte privado-, se puede recorrer la Ruta del Olivo Monumental SUDOLIVA, un viaje que une historia, paisaje y sabor hasta la frontera con Chile.

En el kilómetro 52, en el distrito de Santa María del Mar, se encuentra Tambo Rural, una panadería-estación donde el visitante tiene su primera experiencia

gastronómica con AOVE a un costado de la autopista: pan artesanal horneado a la leña y su célebre *fugazza* de aceituna, cebolla, pimienta y aceite de oliva. Tres horas más al sur, entre el litoral y el desierto, el kilómetro 265 marca el desvío hacia un tramo de trocha de 14 kilómetros que conduce al valle de Humay (provincia de Pisco, Ica), donde la

almazara Oasis Olives puede mostrar al viajero el proceso completo del fruto a la botella y ofrece participar en la cosecha.

Continuando hacia el sur, en Acarí (kilómetro 555 de la Panamericana Sur, provincia de Caravelí, Arequipa), el oleoturismo se entrelaza con la aventura: el paisaje árido se funde con olivares patrimoniales y antiguos molinos de piedra

INTERMEDIACIÓN ODORICO S.L.



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



+34 691 298 656

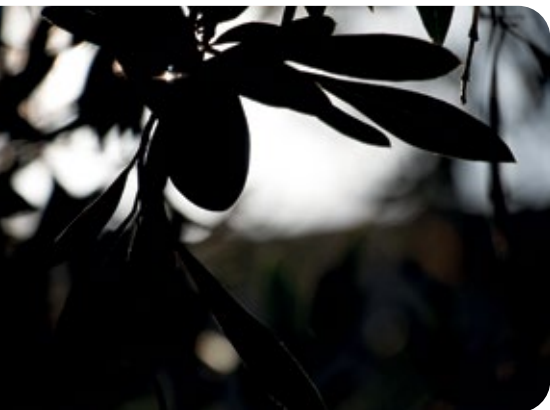


PARQUE TECNOLÓGICO DE CÓRDOBA

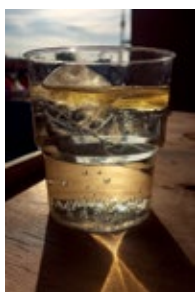
Calle Astrónoma Cecilia Payne
Edificio ALDEBARÁN, M2.1 • 14014 Córdoba



int.odorico@gmail.com



[La Ruta del Olivo Monumental SUDOLIVA es un viaje que une historia, paisaje y sabor hasta la frontera con Chile]



De izqda. a dcha., cócteles "Capitán", "Chilcanoil" y "Cocktoil"; y mojito "Martini Oleo".

a la aceituna de mesa en el centro del discurso culinario. El célebre plato del ceviche -inscrito por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial- entra en diálogo con aceitunas negras criollas ("botija") y AOVE peruano, redefiniendo sabor, textura y narrativa.

En Lima, restaurantes de renombre como Astrid & Gastón, Fiesta, La Mar, La Picantería, Don Fernando, Maido o Central incorporan AOVE de Tacna o Ica en sus menús de degustación y resaltan la conexión entre producción regional y gastronomía de alta gama. Tiendas gourmet como Prieta Quebranta ofrecen rutas hacia olivos monumentales y una selección de los mejores aceites y vinos de Tacna, Moquegua, Ica y Arequipa; además de organizar catas especializadas, coordinar visitas guiadas y comercializar tanto experiencias como productos artesanales. El viajero exige relato, valor añadido y origen: la nueva olivicultura peruana lo brinda y su gastronomía lo respalda. 🟢

movidos por mulas, junto a almazaras modernas como *Olivam*, marca comercial de Agromin La Bonita. Más adelante, hacia el kilómetro 1.184, un desvío conduce al valle y puerto de Ilo (región Moquegua), donde se encuentra el olivo monumental más antiguo de América del Sur y la tienda-experiencia La Botana, un espacio para degustar aceites y aceitunas frente al primer olivo patrimonial del continente.

Finalmente, en Tacna, el valle de Sama resguarda el olivo de La Vituña, plantado hace casi cuatro siglos, hoy vinculado a modernas entamadoras, productores de

aceites de oliva vírgenes extra Premium y experiencias gastronómicas únicas que incluyen cordero candaraveño a la parrilla o el innovador café "Capuliato" -un capuchino con AOVE tacneño-. Así culmina esta travesía por la costa sur del Perú, donde historia, sabor y cultura conviven en torno al árbol que mejor ha sabido unir el tiempo con la tierra.

AOVE y aceituna de mesa, en el centro del discurso culinario

La mencionada evolución gastronómica del país ha situado al aceite de oliva y

Además de su labor como investigador, Gianfranco Vargas es productor de aceite de oliva en Perú y Chile, consultor en olivicultura y oleoturismo, maestro de almazara certificado y docente especializado en aceites de oliva y olivos patrimoniales. En la actualidad, participa en un proyecto con la Universidad de Perugia e imparte clases en cursos de verano y másters de la UNIA (Universidad Internacional de Andalucía); al tiempo que se encuentra finalizando una publicación que recopila un catálogo de olivos monumentales en México.



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE

Ilitia, Brunella y Florentia amplian el abanico varietal del olivar en seto



Monodigestión de alperujo: retos tecnológicos y nuevas estrategias para su valorización en plantas de biogás



Balsa de alperujo en central de biomasa.
©BIOLIZA

La valorización del alperujo mediante digestión anaerobia representa una oportunidad estratégica para el sector oleícola, al permitir transformar un subproducto complejo en energía renovable y soluciones alineadas con la economía circular. Sin embargo, la monodigestión plantea retos tecnológicos relevantes, especialmente por la presencia de polifenoles, que pueden comprometer la estabilidad del proceso y reducir la producción de biogás. En este artículo descubrimos las estrategias que están permitiendo avanzar hacia una monodigestión más robusta y viable en plantas de biogás integradas en almazaras.

Por Gema Arjona

Técnico de I+D en biomasa y energía en AINIA

La industria oleícola genera cada campaña grandes volúmenes de alperujo, un subproducto con alto contenido de materia orgánica y, por tanto, con un significativo potencial para la producción de biogás. Sin embargo, su gestión sigue siendo un reto técnico, ambiental y logístico para las almazaras.

Históricamente, la monodigestión anaerobia ha sido una de las vías consideradas para el tratamiento del alperujo, ya que permite su valorización energética sin necesidad de incorporar

otros residuos. No obstante, en la práctica, muchas soluciones dependen de la co-digestión con otros sustratos, lo que no siempre es viable. En zonas rurales, las almazaras pueden no contar con acceso regular a co-sustratos, y transportar residuos externos aumenta los costes y la huella ambiental del proceso.

Además, el alperujo se produce de manera estacional pero en grandes cantidades, lo que requiere soluciones de tratamiento robustas capaces de gestionarlo como sustrato principal. En este contexto, desarrollar un proceso de monodigestión técnicamente estable

y viable se antoja clave para facilitar la implantación de plantas de biogás integradas en el entorno de la almazara.

Los polifenoles: el principal factor limitante en la digestión anaerobia del alperujo

Aunque el alperujo posee un alto potencial energético, su uso en digestión anaerobia se ve limitado por un factor crítico: los polifenoles. Estos compuestos naturales, presentes en los residuos del olivar, actúan como inhibidores de los microorganismos responsables de producir biogás. A concentraciones eleva-



Planta con cinco biodigestores para la producción de biogás y biometano desarrollada por Genia Bioenergy.

Desarrollar un proceso de monodigestión técnicamente estable y viable es clave para facilitar la implantación de plantas de biogás integradas en el entorno de la almazara

objetivo de mejorar la producción de biogás y generar productos con mayor valor añadido para el sector agroindustrial, evaluando la producción de biogás a diferentes concentraciones de polifenoles. Los resultados demostraron que, a concentraciones bajas o moderadas (0,5-1 g/L), la producción de biogás se mantiene similar a la obtenida con un sustrato de referencia, indicando cierta capacidad de adaptación microbiana.

das, las bacterias anaerobias reducen su actividad o incluso se inhiben completamente, lo que disminuye la producción de biogás y compromete la estabilidad del proceso.

Para cuantificar este efecto, AINIA realizó ensayos experimentales en el marco del proyecto CDTI "SAPAL" -orientado a la valorización del alperujo mediante procesos biológicos innovadores- con el

29 DE
ABRIL
A 3 DE
MAIO
2026

Entrega Prémios 15º Concurso Internacional do Azeite Virgem Extra – Prémio Ovibeja | CA

2 de maio 10:30H Auditório ACOS

VINHO
À PROVA



ACOS AGRICULTORES
DO SUL

www.ovibeja.pt

42ª
OVI3EJA

Todo o alentejo deste mundo



Ensayo en la planta piloto de biogás de AINIA (Paterna, Valencia).



Planta piloto de biogás de AINIA en Paterna (Valencia).

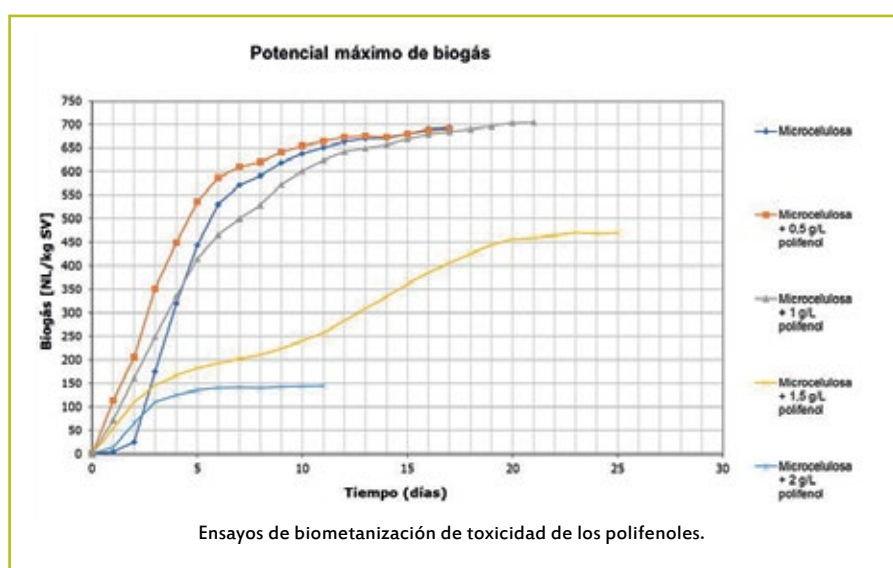
Los **polifenoles** son el **factor limitante** determinante en la digestión **anaerobia** del **alperujo**

Sin embargo, a medida que la concentración de polifenoles aumenta, su efecto inhibitor se vuelve dominante. A partir de 1,5 g/L, la producción de biogás comienza a reducirse de manera significativa y, al alcanzar 2 g/L, se observa una inhibición clara en sistemas con biomasa no adaptada. Esto confirma que los polifenoles son el factor limitante determinante en la digestión anaerobia del alperujo.

Dichos resultados explican por qué enfoques tradicionales como la digestión directa sin adaptación presentan rendimientos bajos, al tiempo que resaltan que la viabilidad de la monodigestión depende de la capacidad del proceso para gestionar los polifenoles mediante adaptación progresiva del inóculo o estrategias de bioaumentación.

Adaptación progresiva del inóculo: hacia la operación en monodigestión

Más allá de los ensayos *batch*, se evaluaron estrategias en procesos semi-continuos de adaptación progresiva del inóculo para mejorar la tolerancia al alperujo. Así, mediante la exposición gradual de la biomasa anaerobia al sustrato fue posible operar con concentraciones de hasta 2,1 g/L de polifenoles



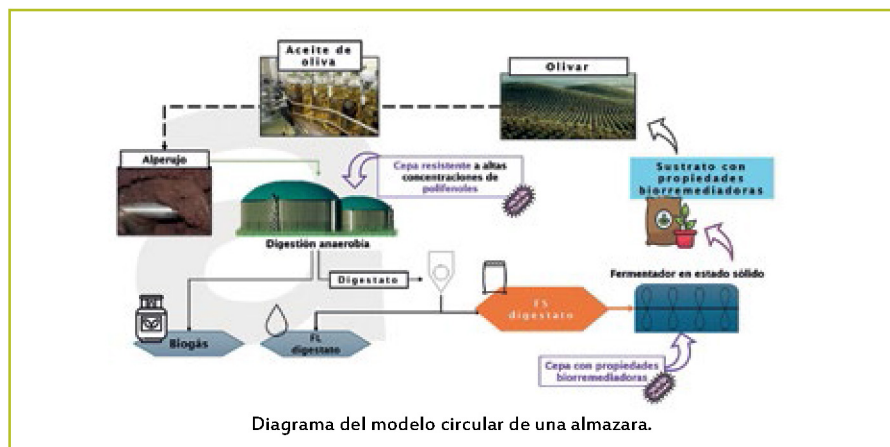
Desde su incorporación a AINIA en 2023, Gema Arjona, la autora del artículo, ha estado trabajando en el desarrollo de soluciones tecnológicas orientadas a la valorización de residuos agroindustriales y aguas residuales mediante digestión anaerobia.

sin comprometer la estabilidad del proceso, demostrando que la adaptación del consorcio microbiano es clave para viabilizar la monodigestión.

Bioaumentación: fortaleciendo la digestión del alperujo

Una de las estrategias más prometedoras para superar las limitaciones impuestas por los polifenoles es la bioaumentación. Este enfoque consiste en introducir microorganismos específicos en el digestor para reforzar la comunidad microbiana existente, aumentando su capacidad para tolerar compuestos inhibitorios y mantener la producción de biogás.

En el caso del alperujo, la bioaumentación permite incorporar cepas resistentes a los polifenoles, lo que mejora la estabilidad del proceso y reduce la necesidad de diluir el sustrato o recurrir a co-digestión con otros residuos. Gracias a esta estrategia es posible operar en condiciones más exigentes, manteniendo la monodigestión como opción viable.



Hacia una valorización integral y circular del alperujo

La monodigestión anaerobia del alperujo, combinada con estrategias de adaptación y bioaumentación microbiana, constituye una solución prometedora para transformar un residuo complejo en energía renovable y productos de valor añadido. Tras la producción de biogás, el digestato resultante puede ser llevado a

un fermentador en estado sólido, generando una enmienda orgánica que puede regresar a los campos de olivar, cerrando así un ciclo circular y sostenible.

Más allá de la energía, este enfoque permite estabilizar la materia orgánica y producir productos biorremediadores, contribuyendo a la gestión ambiental de los sistemas agrícolas. En un contexto donde la eficiencia energética, la reducción del impacto ambiental y el cumpli-

miento regulatorio son asuntos prioritarios, los estudios experimentales y escalados progresivos resultan clave para consolidar la monodigestión del alperujo como una alternativa técnica y económicamente viable, plenamente alineada con los principios de la economía circular y la sostenibilidad del sector oleícola.

Los resultados obtenidos evidencian que la monodigestión del alperujo es técnicamente viable cuando se abordan de forma adecuada los factores limitantes del proceso, combinando estrategias de adaptación progresiva del inóculo y bioaumentación microbiana. Desde AINIA, el desarrollo de soluciones basadas en conocimiento experimental y validación a escala permite ofrecer al sector oleícola alternativas realistas para la valorización energética de sus subproductos, reduciendo costes, impacto ambiental y dependencia de co-sustratos externos. Un enfoque que refuerza la sostenibilidad del modelo productivo y abre la puerta a una gestión más circular e integrada del alperujo. 🌱



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



ANSOTEC y la revolución pendiente de las almazaras: digitalizar para competir



En los últimos años se ha hablado mucho de Industria 4.0, Inteligencia Artificial o gemelos digitales. Sin embargo, la realidad de gran parte del sector oleícola es muy distinta. Antes de dar ese salto tecnológico, muchas almazaras aún tienen pendiente un paso fundamental: la digitalización de sus procesos productivos, esto es, conectar sus procesos, datos y decisiones.

El sector oleícola atraviesa uno de los momentos más complejos y decisivos de su historia reciente. La volatilidad de las cosechas, el incremento de los costes energéticos, la presión competitiva internacional y las nuevas exigencias del consumidor están obligando a las almazaras a replantear su forma de producir y gestionar el aceite de oliva.

Sin datos, sin integración de sistemas y sin visibilidad en tiempo real de lo que ocurre en la planta, cualquier intento de aplicar tecnologías avanzadas resulta limitado. La verdadera revolución del sector comienza por algo mucho más básico: conectar la almazara.

Del control de máquinas al control del proceso

Tradicionalmente, muchas almazaras han evolucionado mediante la incorporación progresiva de maquinaria y sis-

temas de automatización. Sin embargo, en numerosos casos estos avances se han realizado de forma aislada, generando lo que en el ámbito industrial se conoce como “islas de control”: equipos o líneas automatizadas que funcionan correctamente de forma individual, pero que no comparten información entre sí.

Esto provoca que información clave para la gestión del proceso -como producción por turno, tiempos de proceso, rendimiento o incidencias- quede dispersa en distintos sistemas o incluso siga gestionándose manualmente. El resultado es una falta de visibilidad global sobre la planta que dificulta la toma de decisiones y limita la capacidad de optimizar la producción.

La digitalización industrial permite superar esta barrera integrando los sistemas de la almazara en una única plataforma donde la información fluye en tiempo real entre las diferentes áreas de la instalación.

La almazara conectada: datos para decidir mejor

Digitalizar una almazara no consiste únicamente en automatizar maquinaria. El verdadero cambio se produce cuando toda la planta -desde la recepción de la aceituna hasta la bodega o el envasado- funciona como un sistema conectado.

Este enfoque permite integrar:

- sistemas de control de proceso
- equipos de producción
- sistemas de gestión empresarial
- dispositivos de campo y laboratorio
- sistemas de análisis de datos

De esta forma, cada dato generado durante el proceso productivo puede capturarse, analizarse y transformarse en información útil para los responsables de la planta.

Este es el concepto que impulsa Almazara Conectada 4.0®, una solución desarrollada por ANSOTEC que integra los datos de la instalación y ofrece



INTERFAZ DE NUESTRA SOLUCIÓN

Estación Operación Patio- Recepción



Sínticos operación líneas de patio de recepción de aceituna

Gestión de pesaje de una línea de aceituna

una visión completa del proceso productivo en tiempo real. Así, los responsables de la almazara pueden conocer en cada momento qué máquinas están trabajando o cuáles están paradas, cuántos kilos se procesan por turno o campaña, cuál es la eficiencia real de la instalación o dónde se producen cuellos de botella.

Además, la incorporación de Indicadores Clave de Producción (KPIs) permite evaluar el rendimiento global de la fábrica y detectar desviaciones de forma temprana, facilitando una gestión basada en datos y no en intuiciones.

Digitalizar para mejorar la rentabilidad

En un contexto de márgenes cada vez más ajustados, la digitalización se está convirtiendo en una herramienta clave para mejorar la rentabilidad de las almazaras.

[La verdadera revolución del sector comienza por algo mucho más básico: conectar la almazara]

El acceso a información en tiempo real permite optimizar múltiples aspectos de la operación:

- reducción de paradas de producción
- mejora del rendimiento de la maquinaria
- detección temprana de incidencias
- optimización de los tiempos de proceso
- mayor control de la trazabilidad

Además, disponer de un sistema integrado facilita la generación de cuadros de mando y análisis de producción que permiten evaluar el rendimiento de la planta campaña tras campaña e identificar oportunidades de mejora. En mu-

chos casos, esto permite aumentar la capacidad productiva sin necesidad de grandes inversiones, simplemente optimizando el funcionamiento de las instalaciones existentes.

El primer paso hacia la almazara del futuro

Cuando una almazara consigue integrar sus datos y digitalizar sus procesos, se abre la puerta a una nueva etapa de innovación. Sólo entonces es posible evolucionar hacia tecnologías como la analítica avanzada de datos, el mantenimiento predictivo, la optimización energética o la Inteligencia Artificial aplicada al proceso productivo.

Pero el punto de partida siempre es el mismo: disponer de datos fiables y sistemas conectados. Más que hablar de la almazara del futuro, hoy día el verdadero reto del sector es consolidar una base sólida de automatización integrada y digitalización industrial. En el caso de ANSOTEC, esta base se materializa en la solución Almazara Conectada 4.0®, capaz de transformar datos en conocimiento y decisiones en una producción más eficiente, rentable y sostenible.

Desde ANSOTEC pueden ayudar a las almazaras interesadas en iniciar este proceso a definir la estrategia más adecuada para abordar su transformación digital con soluciones adaptadas a la realidad de cada empresa. Porque, como ya señaló Lord Kelvin, "lo que no se mide no se puede mejorar".

ANSOTEC Soluciones Tecnológicas, S.L.
info@ansotec.com
www.ansotec.com



Implicaciones de Mercosur en el aceite de oliva ibérico



Mercosur, el principal bloque económico de América del Sur, integra economías con una marcada vocación agrícola y exportadora, donde el sector agroalimentario desempeña un papel protagonista. El acuerdo comercial entre la Unión Europea y Mercosur persigue la liberalización del comercio mediante la reducción de aranceles, la definición de contingentes y la aproximación regulatoria, en particular en dicho sector. Un acuerdo que, en un contexto de creciente inestabilidad geopolítica, adquiere una relevancia estratégica.

Por Vera Bonacho (Área de Estudios y Estrategia de CONSULAI)
y Lourenço Carvalho (Área de Research de CONSULAI)

En 2025, la Unión Europea fue el segundo mayor destino de las exportaciones de Mercosur, de las cuales cerca del 44% eran agroalimentarias, mientras que sólo el 5,93% de las exportaciones de la UE a este bloque se encuadraban en este sector, con un volumen global de intercambios próximo a los 55.000 millones de euros en cada sentido (Eurostat, UNComtrade, 2026).

España integra, junto con Portugal, el grupo de países que concentra una parte significativa de la producción mundial de aceite de oliva, distinguiéndose por la reconocida calidad del pro-

ducto. Este posicionamiento se refleja en el peso de las grasas y aceites vegetales en las exportaciones agroalimentarias nacionales, que representan cerca de 1.400 millones de euros anuales y constituyen una de las principales categorías exportadoras (Eurostat, UNComtrade, 2026).

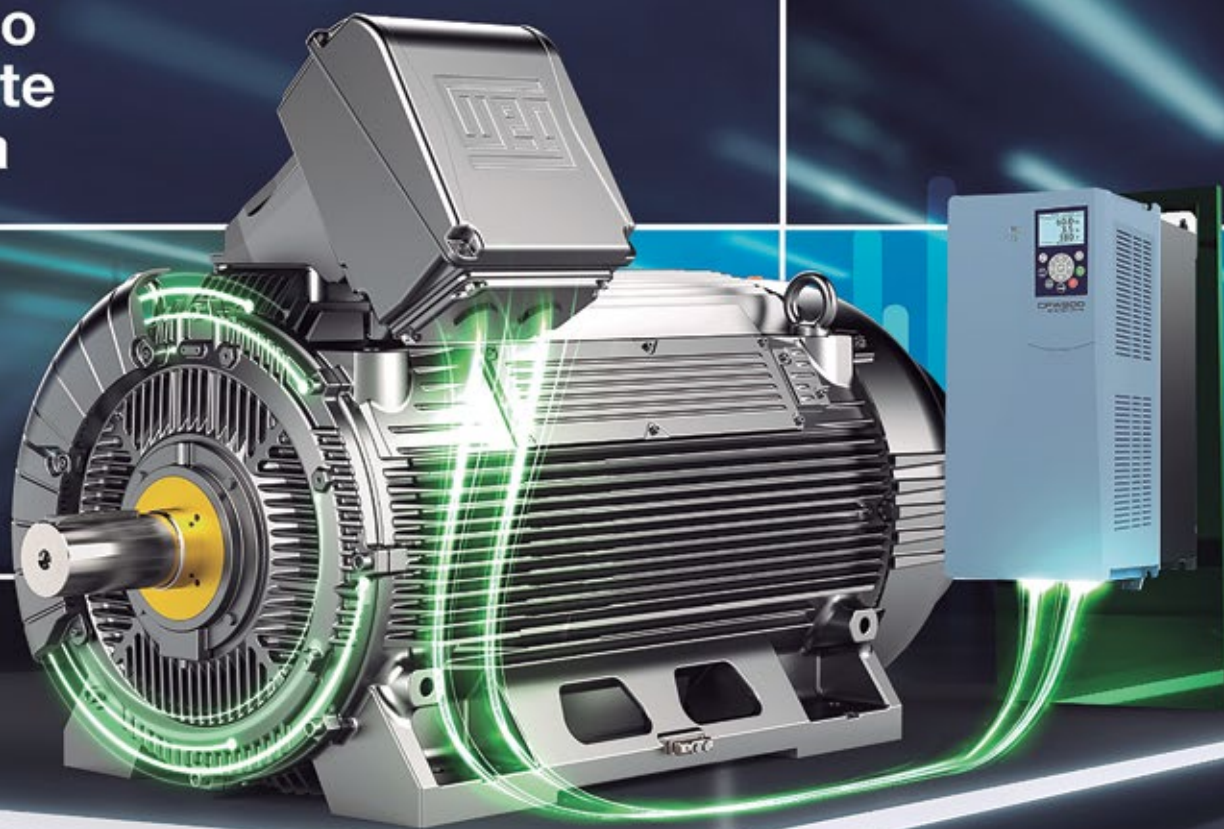
Antes de la entrada en vigor del acuerdo UE-Mercosur, las exportaciones de aceite de oliva a estos mercados estaban sujetas a la aplicación de los aranceles aduaneros generales, lo que constituía un obstáculo relevante para la competitividad del producto. La Tabla 1 contextualiza este escenario,

sintetizando los volúmenes exportados por categoría de aceite de oliva y el impacto de los aranceles aplicables en el período preacuerdo, que incidían de forma transversal sobre las diferentes tipologías, penalizando el posicionamiento del aceite de oliva europeo en los mercados de Mercosur.

La eliminación de los aranceles aduaneros prevista en el acuerdo permite estimar un ahorro potencial superior a 210 millones de euros, considerando los volúmenes exportados anteriormente a Mercosur. Esta cifra constituye una referencia teórica, no reflejando directamente un impacto económico real, pero

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.



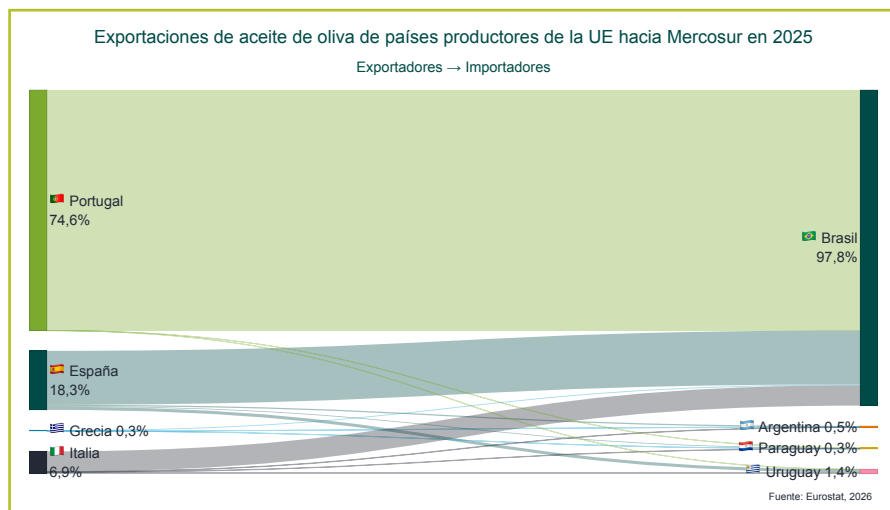
ilustrando la magnitud de la reducción arancelaria en las categorías con mayor peso comercial, como el aceite de oliva virgen extra y los aceites de oliva refinados que, en conjunto, concentran la mayor parte del ahorro calculado. La reducción íntegra del coste arancelario mejora de forma inmediata el posicionamiento-precio del aceite de oliva europeo, reforzando su atractivo en un mercado sensible al diferencial entre calidad y precio, y creando condiciones más favorables para la expansión sostenida de las exportaciones.

En este contexto, Brasil asume un papel estratégico como principal mercado de Mercosur, representando cerca del 13% de las exportaciones portuguesas de aceite de oliva fuera de la UE y evidenciando una demanda creciente de productos de mayor valor añadido. La combinación entre arancel cero y previsibilidad regulatoria refuerza el posicionamiento de los productores ibéricos como proveedores competitivos, abriendo espacio al crecimiento de las exportaciones en volumen y valor.

Efectos estructurales y desafíos relevantes

La apertura de mercados en un contexto de liberalización comercial comporta, no obstante, lecturas distintas en cuanto a sus efectos estructurales. Por un lado, la eliminación de los aranceles en un mercado en el que España y Portugal ya se encuentran profundamente integrados puede funcionar como una señal positiva para inversores internacionales, especialmente en el caso de aquellos orientados a modelos de producción a escala y exportación. Por regla general, esta atracción resulta de la expectativa de rentabilidad asociada a sistemas de elevada eficiencia productiva, a menudo basados en olivares intensivos y en seto, con variedades internacionalmente difundidas y altamente productivas.

Por otro lado, subsisten desafíos relevantes para los segmentos más tradicionales de la cadena. El sistema europeo de protección de la calidad agroalimentaria, consolidado desde la década de los 90 en los regímenes DOP, IGP y ETG, constituye uno de los principales



Tipo de aceite de oliva	Cantidad exportada en 2025 (en 100 kg.)	Arancel preacuerdo (€ / 100 kg.)	Ahorro teórico post-acuerdo
Aceite de oliva virgen extra	704.151	124,5 euros	87.666.787 euros
Aceite de oliva virgen	2.785	124,5 euros	346.708 euros
Otros aceites de oliva / refinados	811.888	134,6 euros	109.280.111 euros
Aceite de oliva lampante	104.952	122,6 euros	12.867.140 euros
TOTAL	1.623.776	-	210.160.746 euros

Tabla 1. Impacto teórico de los aranceles en el valor de las exportaciones de aceite de oliva europeo a Mercosur (Eurostat y Acuerdo Mercosur, 2026).



instrumentos de valorización del origen, de la autenticidad y de las prácticas productivas tradicionales, ya que exige que todas las fases de producción tengan

lugar en un área geográfica delimitada y que se utilicen variedades específicas previstas en el correspondiente pliego de condiciones.

Ingeniería valenciana
al servicio del aceite de oliva.



ENVASADORA POR PESO MULTIFORMATO
FILLING MACHINE



DM-120



ETIQUETADORA
LABELER



TAPONADORA
CAPPER



MOLINO
MILL



MEDIDOR GRASA
FAT METER



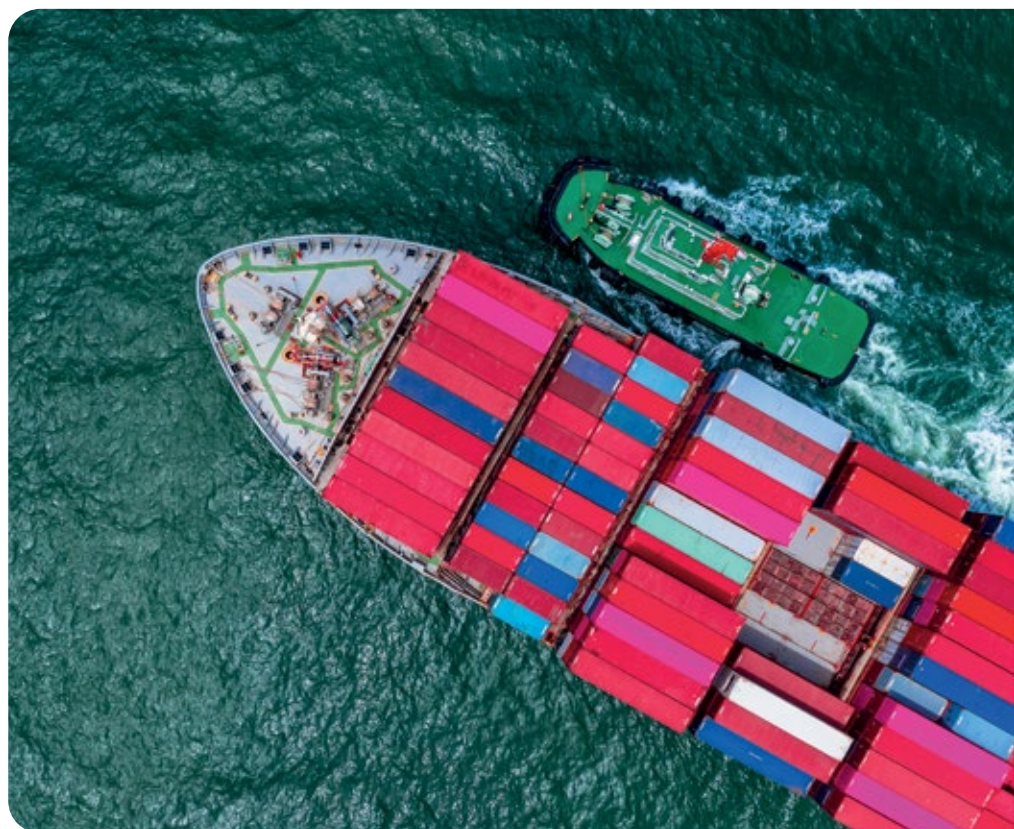
NUEVA DL-295
Con Función ECO



[La combinación entre arancel cero y previsibilidad regulatoria refuerza el posicionamiento de los productores ibéricos como proveedores competitivos, abriendo espacio al crecimiento de las exportaciones en volumen y valor]

Este sistema se basa en salvaguardas jurídicas que prohíben la usurpación, imitación o evocación indebida de las denominaciones protegidas y, en este ámbito, el acuerdo UE-Mercosur incorpora mecanismos de reconocimiento y protección de las indicaciones geográficas, reforzando -en teoría- la defensa de los aceites de oliva con DOP en el mercado de Mercosur. Conviene subrayar que las variedades asociadas a la producción de aceitunas para aceites DOP tradicionales, además de presentar por lo general productividades inferiores a las variedades más utilizadas en los sistemas en seto -como arbequina o arbosana-, no están adaptadas a marcos de plantación más estrechos exigidos por los modelos en seto, lo que limita su adopción en sistemas orientados a la máxima mecanización y a una elevada densidad.

En el caso portugués, esta distinción con DOP también se refleja en la estructura productiva: los olivares asociados a las DOPs en Portugal corresponden, de forma predominante, a explotaciones de pequeña y mediana dimensión. Por el contrario, los olivares de mayor tamaño y con mayor expresión en superficie, más orientados a la producción a escala y a la reducción de costes unitarios, tienden a recurrir a variedades y sistemas -en particular en seto- que, aunque tecnológicamente eficientes, no son elegibles para la certificación DOP. Así, la dinámica de in-



versión asociada a la liberalización comercial no se traduce necesariamente en un refuerzo directo de la oferta con DOP, sino sobre todo en una expansión del segmento *commodity*/volumen.

Adicionalmente, la reducción de las barreras comerciales podría intensificar la competencia de aceites de oliva producidos en sistemas de gran escala, a menudo asociados a costes de producción inferiores y a una mayor capacidad de respuesta en volumen. Este escenario puede aumentar la presión competitiva sobre el mercado, pero, al mismo tiempo, tiende a preservar el carácter de nicho de los aceites de oliva con DOP, precisamente porque las inversiones orientadas a la máxima rentabilidad difícilmente se dirigirán a sistemas condicionados por restricciones varietales y territoriales. En este marco, con un acceso más privilegiado a los mercados de Mercosur y con el mantenimiento de la oferta de aceites de oliva con DOP, es posible -por la ley de la oferta y la demanda- sostener primas de precio, siempre que exista una valorización efectiva, reconocimiento por parte del consumidor y un esfuerzo

consistente de diferenciación, certificación y comunicación.

La puesta en práctica de este esfuerzo de cualificación exige una estrategia sólidamente asentada en la diferenciación territorial. Para responder a esta exigencia, CONSULAI acompaña al sector mediante el desarrollo de pliegos de condiciones (DOP, IGP y ETG), garantizando la solidez normativa indispensable para la protección del origen.

El impacto del acuerdo UE-Mercosur sobre el sector olivarero ibérico no es, por tanto, lineal. Constituye simultáneamente una oportunidad de expansión comercial y un desafío estructural para la valorización del origen y de sus características organolépticas específicas. Su evolución dependerá de la capacidad del sector para articular apertura de mercados, protección jurídica y estrategias de posicionamiento, transformando la liberalización comercial en una palanca de valorización sostenible del aceite de oliva europeo. 🍷

CONSULAI
comercial@consulai.com
www.consulai.com



Olivo

GESTÃO

“A experiência é a nossa fortaleza, os nossos clientes são o nosso aval. O olival é a nossa vida!”

| *Desenho e plantação*

| *Gestão Técnica*

| *Gestão Administrativa*

| *Gestão de Recursos Humanos*

| *Diseño y Plantación*

| *Gestión Técnica*

| *Gestión Administrativa*

| *Gestión de Recursos Humanos*



Rua Fernando Pessoa, 5
7800-141 - Beja, Portugal



+ 351 284 098 238



geral@olivogestao.com



+351 969 847 388 | +351 965 024 735



www.olivogestao.com





Aceites DOP Sierra de Cazorla, la calidad en su máxima expresión



Los aceites de la Denominación de Origen Protegida Sierra de Cazorla, en Jaén, son sinónimo de excelencia, singularidad y una calidad ligada al origen, gracias a la tierra donde nacen sus olivares: la comarca de la Sierra de Cazorla, que posee unas características agroclimáticas y del terruño que dan como resultado un oro líquido de la máxima calidad.

La filosofía de esta Denominación de Origen jienense es la elaboración de un producto inigualable que no resulte indiferente al consumidor y alcance la excelencia. Y eso se logra gracias al compromiso y la implicación de su Consejo Regulador y de los 13.000 agricultores que trabajan diariamente por lograr un aceite de oliva virgen extra único en las 40.000 hectáreas de olivar que abarca su territorio protegido.

Son diez las almazaras y envasadoras que conforman la DOP Aceite Sierra de Cazorla -Hacienda Vadolivo, Almazara Rotalaya, Sociedad Cooperativa Nuestra Señora de la Encarnación, SCA Aceites Cazorla, Sociedad Cooperativa La Bética Aceitera, Sociedad Cooperativa Santo Tomás Apóstol, Exportadora Andaluza de Aceite, S.L., Aceites Guadalentín, SCA Nuestra Señora de la Cabeza y la Unión de Chilluévar- y nueve los municipios del territorio amparado por la Denominación de Origen, en el



sureste de la provincia de Jaén: Santo Tomé, Chilluévar, La Iruela, Cazorla, Peal de Becerro, Quesada, Huesa, Hinojares y Pozo Alcón.

Variedades royal y picual

Mención especial merecen las variedades con las que se elabora el AOVE con

DOP Sierra de Cazorla: royal y picual. La variedad royal es única en el mundo, autóctona de la comarca de la Sierra de Cazorla. Cultivada de forma muy notable siglos atrás, fue adaptándose con el paso de los años a los suelos y a la climatología de la comarca.

Con el paso de los años, la royal se



Calidad



Comercialización



Negociación



**Presencia
Internacional**

Nuestra unión-nuestra fuerza



Comarca de la Sierra de Cazorla, donde nacen las variedades royal y picual.



fue sustituyendo por la variedad picual; de hecho, a finales de los 90's la primera era muy minoritaria, ya que los agricultores preferían cultivar variedades con mayor rendimiento graso, y en este aspecto la picual disfruta de una ligera ventaja.

No obstante, cuando la Denominación de Origen se fundó hace más de 25 años, uno de sus objetivos era la recuperación y preservación de la variedad royal, precisamente porque es autóctona de la zona, es única y la verdadera seña de identidad de sus aceites. No se entendería la comarca de la Sierra de Cazorla sin una de sus joyas agronómicas fruto de la adaptación de un ser vivo como el olivo a un territorio muy concreto y singular.

Así, se logró inculcar a las almazaras inscritas lo positivo de recuperar esta variedad como emblema, esencia y alma de la comarca de la Sierra de Ca-

zorla, como símbolo de diferenciación y singularidad. Y poco a poco se fue consiguiendo algo que en el corazón de las gentes de la comarca nunca se había perdido: revitalizar la variedad royal de la Sierra de Cazorla. De hecho, a día de hoy cada almazara inscrita tiene su propia línea de envasado de royal.



Además, el consumidor está apreciando cada vez más los aceites producidos con esta variedad por su suavidad e intensidad aromática, que les hacen diferentes al resto. Sin dejar de lado las peculiaridades de la variedad picual, con su sabor potente y ese picor característico que no deja indiferente. Como es obvio, la coexistencia entre ambas variedades es lógica e indiscutible.

Los campos de la comarca de la Sierra de Cazorla, que en su origen tenían olivares de la variedad royal, se fueron sustituyendo con los años por la picual. Pero, al ser la royal una variedad asentada con anterioridad, muchas parcelas no se han transformado del todo y siempre quedan reductos de la variedad inicial. De ahí que buena parte de las parcelas de olivar tradicional en las que se plantó picual aún conserven royal entre ellas.

Ello da lugar a una conjunción única, un *coupage* natural de las variedades royal y picual que confiere a los AOVE picuales nacidos aquí unas características muy diferentes y exclusivas de la comarca, al portar también en su ADN el royal de la Sierra de Cazorla.

Promoción y divulgación

Otra de las labores fundamentales de la DOP es la de promoción y divulgación de las características de su AOVE, esto es, hacer llegar estas cualidades únicas al consumidor, al sector de la restauración, a la gran distribución...

Para ello cuenta con el respaldo de sus almazaras inscritas, con las que acude a las ferias y eventos más importantes del sector oleícola y agroalimentario. Hablamos de citas tan importantes como Salón Gourmets, Madrid Fusión o la World Olive Oil Exhibition (WOOE), que se celebran anualmente en Madrid, o Auténtica Food de Sevilla; así como aquellas que se celebran cada dos años, caso de Alimentaria Barcelona y Expoliva en Jaén.

En estas ferias, que son un referente en el sector de la agroalimentación y el aceite de oliva tanto a nivel nacional como internacional, la DOP respalda a sus almazaras y realiza una importante labor de divulgación a través de catas comentadas y marida-

No podemos evitar el mal tiempo...
pero **sí podemos proteger**
tu explotación



SEGURO AGRARIO

Te lo financiamos
SIN INTERESES

TIN: 0,00%
TAE: 0,00%*

Plazo: 12 meses



Y además, te ofrecemos el **Seguro Arag de Explotaciones Agrícolas**, que te proporcionará un perito colegiado experto para representarte en el caso de tasaciones contradictorias.



Escanea
para
versión
accesible

(*) **TAE 0,00%**, calculado para un importe de 500 euros a un plazo de 1 año, con amortización y liquidación a vencimiento. **TIN.: 0,00%**. Sin gastos de formalización. Sistema de amortización americano. Cuota de 500 euros. Los intereses a abonar serán 0 euros, el coste total del crédito será de 0 euros y el importe total adeudado será de 500 euros. Financiación otorgada por Cajamar Caja Rural. Válido hasta 31/12/2026.

Seguro Agrario contratado con Cajamar Seguros Generales, S.A. de Seguros y Reaseguros y Seguro Arag de Explotaciones Agrícolas, contratado con ARAG SE, Sucursal en España. Mediados a través de Cajamar Mediación, Operador de Banca-Seguros Vinculado, S.L.U., CIF B-04428223, Plaza de Juan del Águila Molina, 5 04006 - Almería, inscrita en el Registro administrativo especial de mediadores de seguros, corredores de reaseguros y de sus altos cargos, de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) con la clave de inscripción OV0014, con póliza de responsabilidad civil en vigor, conforme el art. 152, punto 1, letra G del Real Decreto-ley 3/2020, de 4 de febrero, de medidas urgentes. Consultar en www.grupocooperativocajamar.es/aseguradoras las aseguradoras con las que el Operador de Banca-Seguros Vinculado mantiene contrato de agencia.



El secretario de la DOP Aceite Sierra de Cazorla, Baltasar Alarcón, en sendos *showcooking*s y catas comentadas en Salón de Gourmets 2024.

[Cuando esta DOP se fundó hace más de 25 años, uno de sus objetivos era la recuperación y preservación de la variedad royal, única y autóctona de la zona, la verdadera seña de identidad de sus aceites]



jes con destacados chefs, en las que se explican las bondades y cualidades del AOVE, sus dos variedades y cómo diferenciar un verdadero virgen extra del que no lo es, porque no todos los aceites son iguales.

Además de estos importantes eventos, la Denominación de Origen también asiste a otras citas con el sector oleícola de carácter regional o provincial tales como la Fiesta del Primer Aceite de Jaén, la Feria del Aceite de Pozo Alcón (Jaén), la Feria de la Primera Molienda en Cazorla (Jaén), la Feria de los Pueblos de Jaén o Degusta en Jaén.

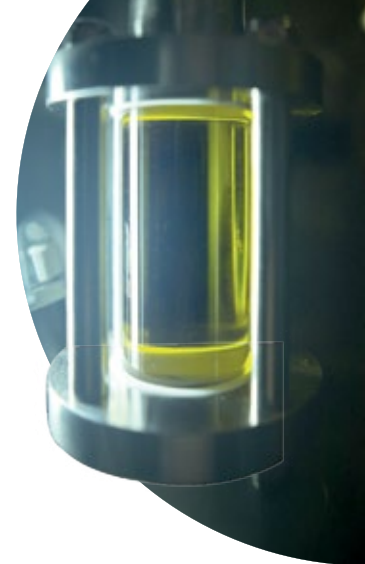
Asimismo, organiza unas jornadas de cata y maridaje dirigidas a mujeres con el objetivo de explicar cómo diferenciar unos aceites de otros, y las singularidades del AOVE de la DOP Sierra de Cazorla. Estas jornadas, que se celebran anualmente con la colaboración de las almazaras inscritas, disfrutan de una gran acogida entre las participantes.

Y, finalmente, la DOP Sierra de Cazorla mantiene una estrecha colabora-

ción con la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España, que ofrece la degustación y cata de sus aceites a la conclusión de distintos eventos y premios con la intención de divulgar los productos de alta calidad. 🫒

**Denominación de Origen
Protegida Aceite Sierra de Cazorla**
denominacion@desierracazorla.es
www.desierracazorla.es

desarrollado por
ITALPROGETTI.it



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



Laboratorio Tello, sinónimo de máxima calidad y cercanía con el cliente



Con más de 35 años de exitosa trayectoria, Laboratorio Tello está especializado en análisis de aceites de oliva, de sus derivados y otros aceites vegetales. La empresa jiennense sigue evolucionando al ritmo que demanda el sector, incorporando técnicas analíticas cada vez más avanzadas, ampliando su oferta de servicios y confiando en un equipo humano altamente cualificado y en constante formación.

Si algo ha caracterizado el proyecto de Laboratorio Tello desde sus inicios ha sido la búsqueda constante de la máxima calidad en todos los servicios ofrecidos y mantener una cercanía con sus clientes para conseguir que éstos se sientan siempre respaldados y perfectamente asesorados. Una búsqueda de la excelencia que ha sido clave para consolidar su privilegiada posición en el sector de los aceites de oliva y vegetales comestibles.

Con más de 35 años de experiencia marcados por la consecución de esas metas de máxima competencia técnica y cercanía al cliente -reflejado en su eslogan *Conectados a ti-*, a finales de 2000 el laboratorio inició su proceso de acreditación por ENAC de la mayoría de sus analíticas. Más tarde llegaron los reconocimientos del COI, FOSFA y AOCS para el Panel Test, así como la



Juan Antonio Tello, gerente de Laboratorio Tello.

participación en los más prestigiosos interlaboratorios tanto a nivel nacional como internacional.

Y es que, consciente de la importancia de ofrecer una adecuada garantía técnica a su amplia cartera de clientes, Laboratorio Tello está acreditado por ENAC se-

gún los criterios establecidos en la norma UNE EN ISO 17025 para la realización de Ensayos de productos Agroalimentarios definidos en el Anexo Técnico nº 749/LE1295, que incluye todas las determinaciones exigidas en el Reglamento 2022/2104, incluido el Panel Test.

Cabe destacar asimismo que Tello es un laboratorio reconocido por el Consejo Oleícola Internacional para ensayos físico-químicos y de contaminantes -de forma ininterrumpida desde 2012-, garantizando la máxima fiabilidad de sus resultados.

La evolución en aspectos cruciales como la seguridad alimentaria, la sostenibilidad, el medio ambiente y una normativa internacional cada vez más compleja y exigente marcan la ejemplar trayectoria de un laboratorio que siempre ha situado la protección del consumidor final como objetivo prioritario de su actividad.

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



Juan Antonio Tello con su hija María, vicegerente de Laboratorio Tello, en el acto de entrega de los Premios Expoliva 2026 en Mengibar (Jaén).



Para ello, Laboratorio Tello no sólo ha realizado un enorme esfuerzo de calidad y formación de todo su equipo humano, sino también una capacitación e inversión técnica en instrumental analítico de última generación. La empresa ofrece asesoramiento técnico en todo el control integral del proceso: campo, almazara, envasadora y punto de venta. Su integración desde 2017 en la red global internacional de laboratorios Tentamus aporta, además de un importante plus de prestigio y capacidad técnica internacional, un significativo respaldo en la toma de decisiones de alto impacto, amén de aprovechar sinergias e impulsar su estrategia de crecimiento y ampliación de servicios.

Un futuro apasionante y complejo lleno de oportunidades

El futuro se presenta apasionante y, al mismo tiempo, complejo. Unas dificultades que representan a su vez múltiples oportunidades. La primera se refiere a la especialización en contaminantes. Como señala su fundador y gerente, Juan Antonio Tello, “queremos que no

haya un solo contaminante susceptible de poder aparecer en nuestros aceites que no podamos ofrecer con total garantía, bien desde nuestras instala-

ciones en Jaén o desde algún laboratorio hermano del Grupo Tentamus, altamente especializado en su análisis y control. Todos trabajamos bajo la seguridad de la acreditación, y buscamos la especialización a través de los mismos estándares de calidad”.

En la actualidad son muchos los grupos de esos posibles contaminantes con posibilidades de figurar en los análisis: restos de multiresiduos, herbicidas, fungicidas e insecticidas -tanto por GC-MS como por HPLC-MS-, metales pesados -por ICP-MS-, HAPS -familias de los benzopirenos, dioxinas y PCBs similares-, toxinas vegetales inherentes (ácido erúgico)... y muchos más, casi todos incluidos en el Reglamento UE 2023/915. Mención especial merecen los temidos MOHS (hidrocarburos saturados) y MOAH (hidrocarburos aromáticos) -realizados por el propio laboratorio en Jaén y ofertados también de forma adicional bajo la acreditación de DAKKS, organismo nacional de acreditación en Alemania- que tanta preocupación están generando en el sector; sin olvidar a la numerosa familia de PFAS.

Una segunda oportunidad se encuentra en las determinaciones que aportan valor añadido a los aceites, muy relacionadas con la salud y que están adquiriendo una creciente importancia en muchos mercados emergentes como

[Laboratorio Tello no sólo ha realizado un enorme esfuerzo de calidad y formación de todo su equipo humano, sino también una capacitación e inversión técnica en instrumental analítico de última generación]

argumento de venta: Rancimat, biofenoles, oleocantal y oleaceína, tocoferoles, HPTAs como oleanoico, maslínico y ursólico, antioxidantes añadidos, etc.

Toda esta complejidad analítica y reglamentaria demanda con frecuencia formación preventiva frente a la presencia de contaminantes, consejos frente al uso comercial de determinadas analíticas, ayuda en aspectos de gestión comercial (etiquetas, formación de personal, etc.), tablas nutricionales... Lo mejor de todo es que la continuidad en esta línea de trabajo está garantizada con la plena integración en las tareas directivas de María Tello Liébana, vicegerente de la empresa, “que con la ayuda de Tentamus sin duda alcanzará hitos de suma importancia para nuestro laboratorio”, concluye orgulloso su padre. 💧

Laboratorio Tello
laboratorio@laboratoriotello.com
www.laboratoriotello.com



INGENIERÍA AL SERVICIO DEL SECTOR AGROALIMENTARIO DESDE 1.992

Especializada en Energías Renovables. Colaboradora de la
Agencia Andaluza de la Energía.



Edificios Industriales Bioclimáticos



Plantas e Instalaciones Fotovoltaicas



Aprovechamiento de Subproductos



Calderas de Vapor y de Biomasa



Almazaras 4.0.



Reformas Integrales de Procesos



Almazaras de diseño



Bodegas



Balsas de almacenamiento/evaporación



Secaderos de Biomasa



Plantas de Aderezo



Tiendas para Comercialización

Almazaras y Plantas de Verdeo
Balsas y Depuración de Aguas
Biomasa y Fotovoltaica
Bodegas y Bebidas
Centrales Hortofrutícolas y Legumbres
Cogeneración y Renovables
Secaderos de Biomasa y Biogás
Tramitación de Ayudas
Regadíos

IngerHidro S.L.

► Urb. Pino Grande nº 100
41.410 Carmona (Sevilla)

☎ 954 68 74 65

☎ 639 30 28 14

✉ ingerhidro@ingerhidro.com

🌐 www.ingerhidro.com





Prosur, impulsando la digitalización del sector agrícola

Desde hace más de tres décadas, Prosur trabaja con el objetivo de desarrollar soluciones tecnológicas diseñadas específicamente para el sector agroalimentario.

Consolidada como un referente en software de gestión para agricultores, almazaras, cooperativas y empresas vinculadas al sector oleícola, su solución Agrocuaderno es una herramienta ideada para facilitar la transición hacia la gestión digital del campo.



El sector agrícola vive un momento de profunda transformación. La digitalización de los procesos, la necesidad de optimizar la gestión de las explotaciones y la adaptación a nuevas normativas están redefiniendo la forma en la que agricultores, cooperativas y empresas agroalimentarias organizan su trabajo. En este contexto, contar con herramientas tecnológicas especializadas se antoja un factor clave para mejorar la eficiencia, garantizar la trazabilidad y afrontar con seguridad los retos del futuro.

La filosofía de Prosur se basa en un principio claro: ofrecer herramientas pensadas para la realidad del campo. No se trata sólo de informatizar procesos administrativos, sino de facilitar la gestión diaria, mejorar el control de la actividad y permitir que los profesionales del sector puedan tomar decisiones con mayor información y seguridad.

Uno de los aspectos que diferencia a Prosur dentro del sector es su capacidad para ofrecer soluciones que abarcan todas las fases de la actividad agrícola y agroindustrial. A lo largo de

[Agrocuaderno es una solución digital diseñada para facilitar la gestión del cuaderno de campo y adaptarse a las nuevas exigencias normativas del sector]

los años, la empresa ha desarrollado distintos programas especializados que permiten gestionar desde los procesos productivos en almazaras o cooperativas hasta la gestión administrativa o contable de las empresas agrícolas.

Con el lanzamiento de su herramienta de cuaderno de campo digital, Agrocuaderno, la compañía da un paso más y logra cerrar completamente el círculo de la gestión agrícola. De este modo, Prosur ofrece hoy un ecosistema tecnológico integral que permite conectar todas las fases del proceso: desde el trabajo en el campo y la gestión de las explotaciones

agrícolas hasta la transformación, la trazabilidad y la gestión empresarial.

Este enfoque integral permite que agricultores y empresas trabajen con sistemas conectados, evitando duplicidades de información y simplificando los procesos de gestión. El objetivo es que la tecnología se convierta en una herramienta útil para el día a día del sector, facilitando el trabajo y aportando mayor control sobre la actividad agrícola.

Agrocuaderno: digitalizar el cuaderno de campo de forma sencilla

En este contexto, uno de los desarrollos más recientes y relevantes de Prosur es Agrocuaderno, una solución digital diseñada para facilitar la gestión del cuaderno de campo y adaptarse a las nuevas exigencias normativas del sector.

El cuaderno de campo se ha convertido en una herramienta imprescindible para la gestión de las explotaciones agrícolas. En él se registran todas las actividades realizadas en las parcelas, desde tratamientos fitosanitarios y fertilizaciones hasta labores agrícolas o incidencias en el cultivo. Además, la normativa avan-

Es (algo) personal

Para Rafa,
estas aceitunas lo son todo.
Y lo que es importante para él
también lo es para nosotros.



Descubre cómo anticipar las ayudas
de la PAC en CaixaBank.es

NRI: 9335-2025/09681

Tú y yo.

Nosotros.



AgroBank



Manuel Cobo Prados y Francisco Manuel Sánchez Valdivia, socios y fundadores de Prosur Informática, en Expoliva 2025.



Agrocuaderno de Prosur, una herramienta pensada para facilitar la gestión del cuaderno de campo.

za hacia su completa digitalización, de modo que el uso de un cuaderno de campo digital será obligatorio para los agricultores a partir de 2027.

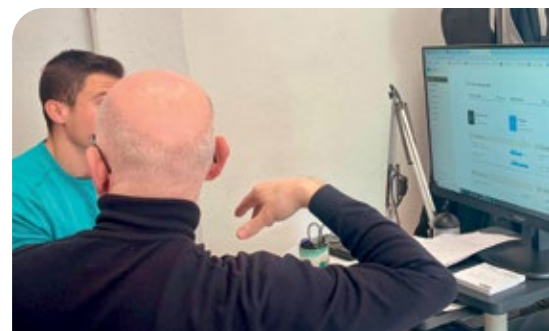
Ante este nuevo escenario, Agrocuaderno nace como una herramienta pensada para facilitar la transición hacia la gestión digital del campo. Su diseño está orientado a ofrecer máxima flexibilidad al usuario, permitiéndole trabajar tanto conectado como sin conexión al sistema oficial de información agrícola SIEX.

Además, la herramienta incorpora funcionalidades avanzadas que simplifican el trabajo diario del agricultor y garantizan el cumplimiento normativo. Entre ellas destacan la posibilidad de integración automática con el sistema SIEX y la normativa oficial o la generación de informes automáticos para inspecciones o auditorías; así como alertas y recordatorios inteligentes que ayudan a cumplir plazos de seguridad o requisitos legales.

Agrocuaderno también permite la gestión multiusuario y multi-explotación, lo que facilita el trabajo de asesores agrónomos, cooperativas o técnicos que gestionan distintas explotaciones agrícolas. Gracias a estas funcionalidades, la herramienta se adapta a diferentes perfiles de usuario y a explotaciones de distintos tamaños. Actualmente, la plataforma ya cuenta con más de 35.000 explotaciones activas y más de 360.000 hectáreas gestionadas, consolidándose como una de las soluciones más utilizadas en la digitalización de la gestión agrícola.



Francisco Manuel Sánchez Valdivia, CEO de Prosur, en una ponencia sobre Agrocuaderno impartida en la sede de Montoro de la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero.



Jornada formativa sobre Agrocuaderno celebrada en las instalaciones de la S.C.A. San Isidro de Castillo de Locubín (Jaén).

Uno de los aspectos más valorados por los usuarios de Agrocuaderno es su facilidad de uso. Gracias a su aplicación móvil, el agricultor puede introducir datos en tiempo real, consultar el estado actualizado de su cuaderno de campo y mantener toda la información organizada y accesible desde cualquier lugar. Además, la plataforma integra sistemas de información geográfica, datos SIGPAC y herramientas que permiten gestionar parcelas, planes de abonado o tratamientos de forma más precisa.

Esta digitalización no sólo simplifica la gestión documental, sino que también mejora la trazabilidad de los cultivos y facilita la toma de decisiones agronómicas, contribuyendo a una agricultura más eficiente, rentable y sostenible.

Tecnología para afrontar el futuro del sector

La digitalización del campo continuará avanzando en los próximos años, im-

pulsada tanto por la evolución tecnológica como por las nuevas exigencias normativas. Por ello, contar con herramientas tecnológicas adaptadas al sector será fundamental para que agricultores y empresas puedan centrarse en lo realmente importante: producir con eficiencia y calidad.

Desde la gestión de las explotaciones agrícolas hasta la administración de empresas agroalimentarias, Prosur pone a disposición de los profesionales herramientas fiables, actualizadas y pensadas para el trabajo real del campo. Una propuesta tecnológica completa que permite cerrar el círculo de la digitalización agrícola y acompañar al sector en su evolución hacia un modelo más eficiente, conectado y preparado para los retos del futuro. 💧

Aplicaciones Informáticas Prosur, S.L.
administra@prosur.com
www.prosur.com

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

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



Descarga
el ebook
escaneando
este QR





Treico: soluciones de ingeniería industrial del siglo XXI para patios de limpieza



Treico Maquinaria Industrial, especialista en diseño, fabricación, instalación y montaje de patios de limpieza para almazaras de alta eficiencia, participó como patrocinador en el VI Congreso Nacional de Maestros y Operarios de Almazara celebrado el pasado 18 de abril en Úbeda (Jaén). Francisco J. Jiménez Haro, ingeniero técnico-comercial, desvela a continuación los principales problemas de ingeniería que presentan los patios de limpieza y aquellos derivados de un mal diseño de almazara; además de las nuevas tendencias en un sector que afronta grandes volúmenes de producción.

El pasado 18 de abril tuvo lugar en SAFA Úbeda el VI Congreso Nacional de Maestros y Operarios de Almazara, que contó con el patrocinio, entre otros, de Treico Maquinaria Industrial, una empresa que lleva más de 60 años aportando soluciones a esta industria a partir de un compromiso innegociable con la calidad, la apuesta por la sostenibilidad y una orientación total hacia sus clientes.

Su representante, el ingeniero técnico-comercial Francisco J. Jiménez Haro, disertó sobre los problemas de ingeniería que pueden presentar los patios de limpieza en la actualidad, hacia dónde se dirige el sector para conseguir la máxima eficiencia y rentabilidad de las instalaciones, la evolución de la maquinaria industrial de última generación y cómo visualizar el futuro de las almazaras.

[En la almazara moderna, el patio de limpieza puede convertirse en el principal problema del sistema productivo]

Desde la perspectiva de la ingeniería industrial y de procesos, los patios de limpieza de almazaras presentan varios problemas técnicos. Además del cuello de botella de capacidad, muchos de ellos están relacionados con la logística de la materia prima, los controles de calidad, la eficiencia energética y el mantenimiento.

“En la almazara moderna, el patio de limpieza puede convertirse en el principal problema del sistema produc-

tivo -afirma Jiménez-. Un mal diseño o ejecución puede dar al traste con la eficiencia y capacidad de procesamiento”. La entrada irregular de la materia prima, la capacidad mecánica de limpieza y transporte o la capacidad de molturación son algunos de los quebraderos de cabeza de maestros e ingenieros a la hora de diseñar conjuntamente una nueva instalación.

“Para nosotros es importante entender a la perfección los requerimientos y necesidades del cliente a la hora de diseñar un patio, siempre teniendo en cuenta todas las posibilidades y vicisitudes que pueda plantear el futuro -añade-. Atajar los posibles problemas antes de que aparezcan es uno de nuestros objetivos en cada proyecto, por eso realizamos minuciosamente cada paso del diseño, la producción y el montaje. Además, nuestros compañeros de mantenimien-

SALÓN
INTERNACIONAL
MÁQUINAS PARA
ENOLOGÍA Y
EMBOTELLADO

**SI
MEI**

31ª EDICIÓN



**LEADER IN WINE & OIL
TECHNOLOGY**

**17-20 novembre 2026
Fiera Milano (Rho) Italia**

organized by



UNIONE ITALIANA VINI

with the contribution of



FIERA MILANO



Regione
Lombardia





Compacto de limpieza y lavado para media producción.



Remonte a tolva de almacenamiento de aceituna.

to postventa son especialistas en solventar los inconvenientes derivados del propio uso de la maquinaria, generando respuestas rápidas y eficientes ante cualquier incidencia”.

A la vanguardia del sector

Pero, ¿cuáles son los grandes problemas de un mal diseño de almazara? “A mi modo de ver -responde Jiménez-, junto a otros que siempre deben ser considerados con la importancia que merecen, existen varios problemas que hacen que la instalación reduzca su capacidad operativa y productiva. En primer lugar, subdimensionar la capacidad de recepción: se debe realizar pensando en la capacidad máxima y no en la capacidad media diaria. A continuación, la falta de almacenamientos intermedios (tolvas pulmón) que ayuden a regular el flujo y mezclar la logística de entrada de la materia prima con la zona de limpieza. En este sentido, siempre aconsejamos la incorporación del llamado *transportador cribador*, un accesorio que proporciona unos excelentes resultados previos a la limpieza y lavado”.

Por último, otros problemas importantes a tener en cuenta son “la falta de transiciones suaves (alturas de caída que dañan el fruto) o no tener en cuenta futuras ampliaciones”.

En cuanto al estatus actual de Treico

Equipo de gran tonelaje en superintensivo de aceitunas.



Maquinaria Industrial dentro del sector, Jiménez señala que “nuestra maquinaria, diseñada y producida a medida, está considerada como la punta de lanza de la vanguardia industrial en el sector; no en vano, llevamos más de 60 años liderando un sector complejo y altamente competitivo”.

“Hemos pasado recientemente por un proceso de reestructuración interna que nos ha llevado a ser aún más competitivos y eficientes con la creación de tres divisiones altamente especializadas que trabajan en una sinergia casi perfecta: Treico Maquinaria Industrial, Treico Medio Ambiente y Treico Caldería Garmo”, apunta.

Nuevas tendencias

En su intervención en el congreso, Francisco J. Jiménez también habló sobre el futuro y las nuevas tendencias en un sector que se está modernizando para afron-



Tolvas de almacenamiento de orujo.

tar grandes volúmenes de producción.

“Hoy la ingeniería de almazaras ya no entiende el patio de limpieza como una zona auxiliar, sino como un elemento estratégico del proceso -asegura-. La tendencia actual es diseñarlo como un sistema integral que conecta logística de recepción y proceso industrial. Se analiza cómo llega la aceituna, cómo se descarga y se clasifica, y cómo se alimenta de forma constante la línea de molturación. Las instalaciones modernas incorporan tolvas pulmón, automatización del flujo y diseños logísticos optimizados”.

En su opinión, el objetivo es doble: por una parte, preservar la calidad del fruto desde su entrada en la almazara; y, por otra, garantizar que toda la línea de extracción funcione de forma continua, eficiente y sin interrupciones durante la campaña. 💧

Grupo Treico
welcome@treico.com
www.treico.com

Suscríbase y disfrute de...

- Boletín semanal
- Revista técnica del sector del VINO
(24 números)
- Especiales
 - Packaging
 - Maquinaria
 - Productos enológicos
 - Enoturismo
 - Viticultura
- Extraordinarios
 - Exportación
 - Estadísticas
 - Vendimias
 - Anuario Técnico
- Acceso ILIMITADO a nuestra página web
www.sevi.net
Actualizada semanalmente
- Y además recibirá gratis la
Guía de Vinos y Aceites,
la única guía clasificada por variedades



12 meses
Precio*
125 €
* Extranjero 235 €

SEVI
La Semana Vitivinícola
REVISTA TÉCNICA DEL SECTOR DESDE 1945

semanavi@sevi.net
Tel. 670 617 277



Agroisa, la marca que se escribe por su historia

Muchas de las grandes y bonitas historias de la humanidad han tenido su origen en un trozo de papel. Un recorte en la hoja de un anacrónico diario; una esquina de un mantel en la mesa compartida con un grupo de amigos; o la servilleta que ofreció su mejor cara para no deslucir los futuros inciertos, los éxitos aún no logrados, los objetivos por cumplir o la realidad de un mundo mucho mejor por explorar.



Por Juan de Dios Cuberos Urbano, CBDO de Grupo Agroisa

Un trozo de papel que no significaba sino el origen humilde de los proyectos con ilusiones que terminaban por traspasar los límites de sus bordes; apenas unas micras que tenían que dar soporte a una poderosa intuición sobre la capacidad de transformación de las ilusiones, de los sueños... con una real aspiración por convertirse en esa realidad transformadora. Una realidad muy diferente a la que existía con anterioridad a los trazos puros, intensos, marcados sobre ese papel, y que explicaría el modo en que las personas percibirán su realidad a partir de éste.

Casi aún puedo recordar el momento exacto en el que nuestro padre y fundador de Agroisa, Juan de Dios Cuberos Gallego, nos muestra ese trozo de papel garabateando todas sus ilusiones e inquietudes, su compromiso hasta las últimas consecuencias con la humildad, la honestidad y la responsabilidad por las cosas bien hechas. Era un boceto con luz propia que quizá no pudiera explicar muy bien cuáles serían sus pre-



Juan de Dios Cuberos Gallego, fundador de Agroisa, con el actual ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, en la Feria del Olivo de Montoro 1994.

tensiones finales, pero que indiscutiblemente recogía gran parte de lo que es Agroisa hoy.

Agroisa nace en 1989, no en un despacho de cristal, bajo la fría fluorescencia de unas barras sumidas en el hastío de la indiferencia, ni en el marco de una reunión de expertos consultores en mercados globales que anticipan ci-

fras sin emoción... La compañía nace en la calidez de una sobremesa entre el aroma del café y el polvo del camino adherido a las botas de nuestro padre. Esa humildad original es la que nos ha permitido mantener los pies en la tierra a cada paso, en el difícil cometido de explorar mercados nacionales e internacionales con idéntica honestidad.



Maquinaria de Agroisa en la Feria del Olivo de Montoro 2006 (izqda.) y 2016 (dcha.).



Estand de Agroisa en Expoliva 2021 y 2025.



Los hermanos Juan de Dios y Fco. Javier Cuberos Urbano (a la izqda. y dcha. de la imagen) junto con su padre y fundador de Agroisa, Juan de Dios Cuberos Gallego (segundo por la izqda.), y su íntimo amigo Antonio Duro, un histórico del sector, en Expoliva 2007.

Un poco de historia

Nuestra historia comienza por el principio. Sin la preexistencia de nada. Sin presunciones, sin vicios, sin lastres... Nuestra historia empieza en la A: es el primer aliento del recién nacido, es una flecha que siempre apunta en la dirección correcta, el tejado que ofrece el refugio a todas nuestras inquietudes. Comenzar con una A significa Aceptar que el camino es largo en cada Aventura y que tendríamos que dejarnos el Alma para conseguir Avanzar en nuestro Aprendizaje.

Mirar hoy ese boceto en un sencillo trozo de papel es realizar un ejercicio de arqueología emocional que va más allá de la representación técnica de una solución o la transmisión gráfica de un flujo de proceso... Esos garabatos eran la caligrafía del compromiso de los que aún hoy se desprende la trascendencia de las cosas importantes. La A, con la que se identifica el origen de las co-

[“Esos garabatos eran la caligrafía del compromiso de los que aún hoy se desprende la trascendencia de las cosas importantes”]

sas, la excelencia, la pulcritud, llevó a nuestro padre a entender que el olivar, ese mar de plata que define nuestra geografía y nuestra alma, merecía una tecnología que estuviera a la Altura de su nobleza.

Fue un comienzo en el que tan importantes son el fondo como las formas, el sentido como el ser, el trazo como su color. Empezó con entusiasmo, con amabilidad. Fue la expresión gráfica de la creatividad y la innovación. Es naranja, es energía, frescura y juventud.

Agroisa estaba llamada a ser en sus sueños de papel una entidad diferente. Tenía que ser la respuesta tecnológica a la necesidad del agricultor, que habría de sentir la cercanía de un aliado más que la presencia de un proveedor. Es el Azul con A, del profesionalismo, de la calma, de la seguridad... Tenía que ser el triunfo de la intuición sobre el escepticismo y la prueba de que los sueños, dibujados con la tinta del esfuerzo, terminan cobrando vida propia.

Pasaron tres lustros y el camino recorrido nos mostró certezas. Nos enseñó que los grandes principios que dieron estructura a aquel trozo



Desde su nacimiento en 1989, Agroisa ha contado con diferentes logotipos que muestran su evolución en estos casi 40 años de vida.

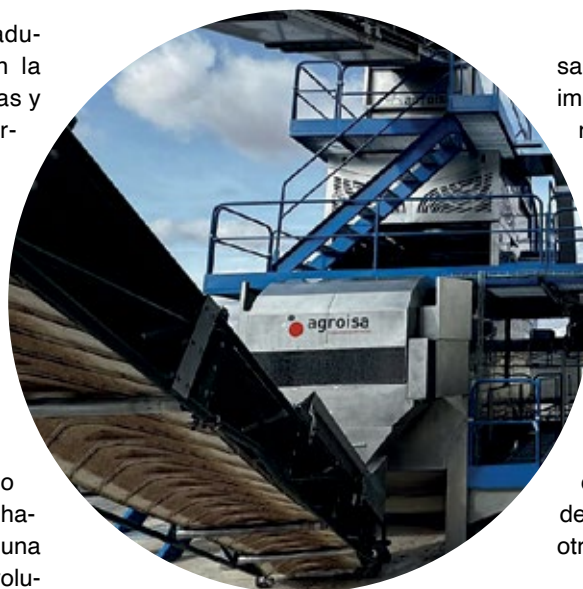


de papel se tradujeron en la maduración de grandes amistades, en la conquista de bellísimas conciencias y en la exploración de nuevas oportunidades. Nos llevó al reconocimiento de nuestra trayectoria y a la satisfacción por descubrir que la búsqueda de soluciones novedosas era el camino de la excepcionalidad porque nos acerca un poco más al conocimiento, al saber hacer, a la evolución de nuestro mercado.

Quince años que vinieron a reafirmar nuestro discurso confirmando que había cosas que se estaban haciendo bien y que culminaron con una cara renovada, moderna... una evolución serena, sin aspavientos y, sobre todo, con la firme intención de mantener la esencia de nuestra historia. Ella nos hizo reconocibles dentro y fuera de nuestras iniciales pretensiones. Llegamos allí donde nunca planificamos ir y sentimos idéntica acogida porque en ningún caso cambió el sentido de nuestra propuesta.

Una manera de ser y estar

La industria auxiliar de la olivicultura ha mostrado tradicionalmente patrones de gestión empresarial que denotan con frecuencia carencias en el modo en que se definen las relaciones personales en todos los ámbitos de la cadena de valor del sector: relaciones entre el proveedor y el cliente, y entre los que gestionan sus necesidades en la mano



de las ingenierías y quienes ofrecemos las soluciones tecnológicas. Relaciones entre los distintos actores del sector industrial perfectamente diferenciadas por las propias etapas del proceso o, desde dentro de cada una de las compañías, las que nos vinculan a los grandes profesionales con su buen hacer, conformando las plantillas de nuestras empresas. Agroisa siempre prestó especial atención a los pequeños detalles que trascienden estas relaciones, no tanto como una estrategia que pudiera verse adulterada por el paso del tiempo y las propias personas, sino más bien como una manera de ser, de sentir, de perpetuar en el tiempo el estoico deseo de vivir en la virtud, en la sabiduría y la autodisciplina.

Los valores fundacionales de Agroisa se han visto representados por una imagen que trató en todo momento de respetar el pasado sin perder de vista al futuro, demostrándonos a lo largo del tiempo que todo proyecto personal, profesional o empresarial tiene que dar pasos al frente sin dar la espalda a su memoria. La memoria que nos mantiene conectados al presente de nuestros clientes, de nuestros proveedores, del capital humano que hace posible nuestro proyecto y, por encima de todas las cosas, del futuro de todos ellos en nuestro recorrido por otros 20 años más.

Hoy toca dar la bienvenida a una nueva imagen que representará todo lo que Agroisa es hoy en día: una industria moderna, con capacidad para el abordaje de nuevos proyectos, nuevos desarrollos industriales o nuevos mercados, manteniendo el mismo nivel de complicidad con todos los actores relacionados. Agroisa es una marca que se ha hecho a sí misma por su historia y seguirá demostrando con idéntica fidelidad los valores y compromisos de trazos firmes, intensos y puros dibujados en aquel trozo de papel.

Deseémosle fuerza y prosperidad a esta nueva cara. 🍋

Agroisa, S.L. Maquinaria y Servicios
info@agroisa.com
www.agroisa.com

Crecemos junto a ti.



Agua



Aceituna



Almendra



Pistacho



Avellana



Olive Forum FOSS 2026: análisis y claves del futuro del sector oleícola



El pasado 5 de marzo de 2026 Sevilla acogió una nueva edición de Olive Forum, el encuentro organizado por FOSS que se ha consolidado como una cita de referencia para el sector del aceite de oliva. Celebrado en la sede del Instituto de la Grasa (CSIC), el evento reunió a más de 200 profesionales entre productores, técnicos, investigadores, laboratorios, empresas tecnológicas y representantes institucionales.

Bajo el lema “*El futuro del olivar se decide hoy*”, la jornada abordó los principales retos del sector: rentabilidad, sostenibilidad, digitalización, control de calidad y evolución de los mercados. El programa se estructuró en distintos bloques temáticos que combinaron análisis técnico, visión estratégica y debate.

La jornada comenzó con la bienvenida de Miguel Ángel Martínez, director general de FOSS Iberia, quien destacó la importancia de impulsar espacios de encuentro que permitan al sector compartir conocimiento y anticiparse a los cambios que afectan a toda la cadena de valor.

El evento estuvo conducido por el periodista Antonio García Barbeito, encargado de dinamizar la jornada y dar paso a la entrevista inaugural con Jaime Lillo, director ejecutivo del Consejo Oleícola Internacional, realizada por el analista Juan Vilar.

[Olive Forum FOSS 2026 reafirmó su papel como punto de encuentro para el sector oleícola en un momento clave de transformación]

Durante esta conversación se abordaron cuestiones clave como la evolución de la producción mundial, la competitividad del sector y la necesidad de reforzar la transparencia en los mercados.

Producción y eficiencia: el papel de la almazara

El primer bloque se centró en la modernización del sistema productivo, poniendo el foco en la relación entre la calidad de la aceituna y la eficiencia industrial.

En este contexto, empresas como De Prado, Dcoop, Olibest o Molino del Genil analizaron aspectos tales como la integración del sector, la trazabilidad o los sistemas de pago por calidad.

La principal conclusión fue que la competitividad del sector pasa por integrar información fiable en todas las fases del proceso, desde el campo hasta la almazara.

Laboratorios y control analítico

El segundo bloque abordó el papel de los laboratorios en la garantía de calidad del aceite de oliva. Se trataron temas como las acreditaciones, la normativa y la evolución de los métodos analíticos.

La tecnología NIR centró buena parte del debate, planteando su papel dentro del sector y su convivencia con los métodos tradicionales. La tendencia apunta hacia un modelo complementario, donde la rapidez de los métodos avanzados refuerza el control analítico.



Luis Manuel Barrera, *Business Developer* en FOSS Iberia, presentó un detallado análisis de la campaña 2025/26 basado en datos reales.



Ponentes de la mesa "La Aceituna y la Almazara: El reto de modernizar la producción".



Ponentes de la mesa "¿Es el NIR una amenaza?", que abordó el papel de los laboratorios en la garantía de calidad del aceite de oliva.



Ponentes de la mesa "Decidir con datos: NIR, IA predictiva y la Inteligencia de los Datos".



Ponentes de la mesa "Distribución y tendencias: evolución del consumo de aceites y grasas".

La importancia de los datos: análisis de la campaña 2025/26

Uno de los momentos más relevantes de la jornada fue la intervención de Luis Manuel Barrera, *Business Developer* en FOSS Iberia, quien presentó un análisis detallado de la campaña 2025/26 basado en datos reales.

A partir de información obtenida mediante equipos analíticos instalados en almazaras y laboratorios, la ponencia permitió visualizar la evolución de parámetros clave de calidad y producción. Este enfoque evidenció cómo la agregación de datos sectoriales y el uso de herramientas analíticas avanzadas aportan una visión objetiva del comportamiento del aceite de oliva a lo largo de la campaña.

Su intervención puso en valor el papel de la analítica y de la gestión inteligente de datos como elementos clave para mejorar la toma de decisiones en el sector oleícola.

Digitalización y almazaras inteligentes

El tercer bloque se centró en la digitalización como motor de transformación. Empresas como ANSOTEC, IMS, INDEA Technologies, ITEA, GESCA o GEA analizaron el impacto de la Inteligencia Artificial, la automatización y la integración de datos en los procesos productivos.

La conclusión fue que el sector avanza hacia modelos de almazaras inteligentes, donde la toma de decisiones se basa cada vez más en información en tiempo real.

Mercado global y tendencias de consumo

El último bloque abordó la evolución del consumo de aceites y grasas a nivel internacional. Con la participación de entidades como ANIERAC, ASOLIVA, Migasa, Borges o LIPSA, se analizaron los cambios en los hábitos de consumo, así como la competencia con otras grasas y

los retos del posicionamiento del aceite de oliva en los mercados globales.

Los participantes coincidieron en la necesidad de apostar por la diferenciación, la innovación y la transparencia para mantener la competitividad en un entorno cada vez más exigente.

En definitiva, Olive Forum FOSS 2026 reafirmó su papel como punto de encuentro para el sector oleícola en un momento clave de transformación. La combinación de conocimiento técnico, datos y debate permitió ofrecer una visión completa de los retos actuales.

El mensaje final fue claro: el futuro del sector dependerá de la capacidad para integrar tecnología, gestionar la información de forma eficiente y fomentar la colaboración entre todos los agentes de la cadena de valor. 🌱

FOSS IBERIA, S.A.U.

infofoss@foss.es

www.fossanalytics.com/es-es/



Aportador de agua perimetral de IMS Control Industrial: un pequeño cambio que abre el camino a la molturación

En el proceso de extracción del aceite de oliva cada detalle influye en el resultado final. Durante años, las almazaras han centrado sus esfuerzos en mejorar la molturación, optimizar la batidora o ajustar los parámetros del decánter. Sin embargo, cada vez más técnicos coinciden en que uno de los factores que más condiciona la eficiencia del proceso es la forma en la que se aporta el agua durante la centrifugación. El aportador de agua desarrollado por IMS Control Industrial dosifica el agua de forma perimetral justo en la entrada de la masa al decánter, evitando mezclarla previamente con la pasta.



Tradicionalmente, el agua se ha añadido mezclándola con la pasta antes de entrar al decánter. Este método, utilizado durante décadas, facilita la separación pero también provoca que parte de los compuestos valiosos de la pasta se diluyan o arrastren durante el proceso. El resultado es una pérdida de rendimiento potencial y una menor conservación de algunos compuestos que influyen en la calidad del aceite.

Partiendo de este planteamiento, IMS Control Industrial ha desarrollado una solución diferente: el aportador de agua perimetral, un dispositivo mecánico patentado a nivel mundial que modifica el punto y la forma en la que el agua entra en el proceso.

A diferencia del sistema tradicional, este equipo dosifica el agua de forma perimetral justo en la entrada de la masa al decánter, evitando mezclarla previamente con la pasta. Este cambio permite que la separación centrífuga se produzca en condiciones más favorables, reduciendo el arrastre de compuestos valiosos y mejorando la eficiencia global de la extracción.

Los efectos prácticos de esta modificación son inmediatos. Las almazaras que lo han incorporado han observado incrementos de rendimiento graso, una mayor estabilidad del proceso y un consumo de agua más ajustado, ya que se aplica únicamente la cantidad necesaria en el punto exacto del sistema. Además, al preservar mejor los compuestos fenólicos y aromáticos, el aceite obtenido mantiene perfiles organolépticos más completos y estables.

Otro de los aspectos que ha facilitado su rápida implantación es su sencillez. El dispositivo puede instalarse en menos de diez minutos y se adapta a prácticamente cualquier línea de extracción existente, sin necesidad de realizar modificaciones en la maquinaria ni de detener la producción durante largos periodos.

Presente en más de 200 almazaras de España y Portugal

Actualmente, más de 200 almazaras de España y Portugal ya utilizan este sistema y han remitido cartas de excelencia en las que se documentan mejoras de rendimiento, ahorro de agua y mayor



Las almazaras que han incorporado el aportador de agua perimetral de IMS Control Industrial han observado incrementos de rendimiento graso, una mayor estabilidad del proceso y un consumo de agua más ajustado.

estabilidad en el proceso de extracción. Además, diferentes empresas, organismos y centros tecnológicos del sector como Citoliva, IRTA o el Grupo Oleostepa han evaluado su funcionamiento en instalaciones reales.

Uno de los casos más significativos se ha registrado en la Oliverera San Isidro S.C.A. de Gilena, donde se documentó

Inaugurada en 2025, la nueva sede de IMS Control Industrial en el Parque Científico Tecnológico Geolit representa un paso estratégico en su evolución al formar parte de la Incubadora de Alta Tecnología (IAT Matriz), un entorno que impulsa la innovación y el desarrollo sostenible en Jaén.



Estand de IMS Control Industrial en Expoliva 2025, donde la empresa logró el Primer Premio a la Innovación Técnica.

una recuperación adicional de 0,55 GSS empleando únicamente este dispositivo. En una almazara que procesa aproximadamente dos millones de kilos de aceituna por campaña, este incremento representa cerca de 11.000 kilos adicionales de aceite, lo que supone alrededor de 44.000 euros de valor añadido considerando un precio medio de 4 euros/kg. Con estos resultados, la inversión queda amortizada en la misma campaña.

Más allá del rendimiento, la incorporación de tecnologías como el aportador de agua perimetral está permitiendo a muchas almazaras mejorar también la calidad final del aceite. Al preservar mejor los antioxidantes naturales y los compuestos aromáticos de la pasta se obtienen aceites con mayor estabilidad y perfiles sensoriales más complejos, lo que facilita posicionar parte de la producción en segmentos de mayor valor añadido.

En un sector donde cada punto de rendimiento y cada matiz de calidad cuentan, la incorporación de soluciones que optimicen el proceso de extracción resulta fundamental para la competitividad de las almazaras. El aportador de agua perimetral de IMS representa precisamente ese tipo de innovación: un cambio concreto en el proceso que se traduce en mayor eficiencia, mejor calidad del aceite y una rentabilidad inmediata para las fábricas que lo incorporan.

Uno de los actores tecnológicos más innovadores del sector

Con sede en Úbeda, y especializada desde 2014 en soluciones de automati-

zación y digitalización para el sector oleícola, IMS Control Industrial ha obtenido en apenas una década ocho premios a la innovación técnica y ha desarrollado tecnologías que integran Inteligencia Artificial, analítica avanzada de datos, *blockchain* y gemelos digitales para mejorar la eficiencia de las almazaras.

Dentro de esta estrategia de modernización destaca el sistema TEDAES, una plataforma integral que permite optimizar todo el proceso de extracción mediante automatización, análisis de datos y trazabilidad. Este proyecto obtuvo el Primer Premio a la Innovación Técnica en Expoliva 2025, consolidando a la empresa ubetense como uno de los actores tecnológicos más innovadores del sector.

A estas herramientas se suma *OptiAOVE*, un sistema avanzado de supervisión de la molturación que permite a los maestros de almazara tomar decisiones basadas en datos reales del proceso, mejorando la eficiencia y la estabilidad campaña tras campaña.

Ante la creciente demanda prevista para las próximas campañas, IMS está estudiando nuevas soluciones de fabricación, entre ellas la producción mediante impresión 3D, con el objetivo de agilizar la disponibilidad del equipo. Este desarrollo forma parte de un proyecto más amplio orientado a la creación de un centro de excelencia tecnológica en sus instalaciones.

En esta línea de impulso tecnológico y digitalización del sector, IMS Control Industrial participó recientemente en Olive Forum 2026, un encuentro organi-



Pedro Martínez, CEO de IMS Control Industrial (cuarto por la izqda.), fue uno de los integrantes de la mesa redonda "Decidir con datos: el NIR, la IA predictiva y la inteligencia de los datos", celebrada dentro del encuentro Olive Forum 2026 organizado por FOSS.

zado por FOSS el pasado 5 de marzo en la sede del Instituto de la Grasa (CSIC) en Sevilla. La compañía formó parte de la mesa redonda "Decidir con datos: el NIR, la IA predictiva y la inteligencia de los datos", donde presentó los avances de su proyecto TEDAES, desarrollado con apoyo del CDTI e implantado en la S.C.A. El Alcázar de Baeza, en el que se están aplicando sistemas de control, digitalización e Inteligencia Artificial predictiva para mejorar la eficiencia del proceso y la calidad final de los AOVes.

Un encuentro en el que IMS se reafirmó como una de las empresas más avanzadas del sector en el estudio y aplicación de IA en almazaras, y, como recuerda su CEO, Pedro Martínez, "somos la única entre los participantes en la mesa que ya está trabajando con estos sistemas de forma real en procesos industriales".

IMS Control Industrial
info@imscontrolindustrial.com
www.imscontrolindustrial.com



Todolivo I-15^P, la variedad que maximiza el rendimiento graso e impulsa la rentabilidad en el olivar



Plantación de Todolivo I-15^P en Finca "Valenzuela" (Córdoba).



En un escenario marcado por la irregularidad climática, el incremento sostenido de los costes de producción y la creciente necesidad de maximizar la rentabilidad por hectárea, la elección varietal se ha convertido en un factor estratégico decisivo para el olivicultor profesional. En este contexto, el Programa de Mejora Genética de Todolivo se reafirma como una de las propuestas más sólidas y competitivas del sector y, dentro de él, la variedad Todolivo I-15^P se consolida como un claro referente por su equilibrio entre productividad, precocidad y alto rendimiento graso, factores clave para mejorar el resultado económico final de la explotación.

Iniciado en 2007, gracias al Programa de Mejora Genética de Todolivo se han desarrollado variedades altamente productivas, con elevado rendimiento graso y una notable capacidad para completar la síntesis de aceite incluso en ausencia de lluvias otoñales. Además, estas variedades se caracterizan por su fácil manejo agronómico, la tolerancia a las principales enfermedades que afectan al olivar y, en numerosos casos, por su excelente adaptación al cultivo en seco.

Dentro de este programa, la variedad Todolivo I-15^P destaca por su equilibrio entre productividad, precocidad y ele-

vado rendimiento graso: los resultados de las analíticas de aceitunas realizadas en explotaciones comerciales de distintas zonas productoras confirman el excelente comportamiento productivo y graso de Todolivo I-15^P, tanto en recolecciones tempranas como en plena campaña. Estos resultados adquieren un valor estratégico en las primeras fechas de recolección, cuando muchas variedades aún no han completado su acumulación de aceite.

Esta rápida y eficiente capacidad de formación de aceite de Todolivo I-15^P permite cosechar en fechas más tempranas gracias a su alto rendimiento graso, una ventaja clave para produc-



Besana "Cortijo Este" del Centro de Investigación "La Mata" (Córdoba).

tores que buscan optimizar el calendario de recolección y aprovechar las mejores condiciones de mercado de inicio de campaña.


Variedad Todolivo I-15^o.

Finca 1. Localización: La Rambla (Córdoba)

Fecha toma de muestra: 17-10-2025



VARIETADES	Rendimiento Graso
Todolivo I-15 ^o	21,16%
Arbequina	18,10%
Diferencia Todolivo I-15 ^o vs Arbequina =	+ 3,06%

Finca 2. Localización: Fontellas (Navarra)

Fecha muestra (Todolivo I-15^o): 5-11-2025

Fecha muestra (Arbequina): 30-10-2025



VARIETADES	Rendimiento Graso
Todolivo I-15 ^o	24,95%
Arbequina	18,99%
Diferencia Todolivo I-15 ^o vs Arbequina =	+ 6,06%

Finca 3. Localización: El Cuervo (Sevilla)

Fecha toma de muestra: 3-11-2025



VARIETADES	Rendimiento Graso
Todolivo I-15 ^o	24,38%
Arbequina	19,86%
Diferencia Todolivo I-15 ^o vs Arbequina =	+ 4,52%

Finca 4. Localización: Bujalance (Córdoba)

Fecha toma de muestra: 4-11-2025



VARIETADES	Rendimiento Graso
Todolivo I-15 ^o	23,42%
Arbequina	15,32%
Diferencia Todolivo I-15 ^o vs Arbequina =	+8,10%

Finca 5. Localización: Los Cansinos (Córdoba)

Fecha toma de muestra: 13-11-2025



VARIETADES	Rendimiento Graso
Todolivo I-15 ^o	25,44%
Arbequina	20,08%
Diferencia Todolivo I-15 ^o vs Arbequina =	+ 5,36%

Finca 6. Localización: Aldea Quintana (Córdoba)

Fecha toma de muestra Todolivo I-15^o: 26-11-2025

Fecha toma de muestra Arbequina: 29-11-2025



VARIETADES	Rendimiento Graso
Todolivo I-15 ^o	20,15%
Arbequina	15,45%
Diferencia Todolivo I-15 ^o vs Arbequina =	+ 4,7%

Finca 7. Alcolea (Córdoba)

Fecha toma de muestra Todolivo I-15^o: 8-12-2025

Fecha toma de muestra Arbosana: 29-12-2025



VARIETADES	Rendimiento Graso
Todolivo I-15 ^o	23,70%
Arbosana	12,40%
Diferencia Todolivo I-15 ^o vs Arbosana =	+ 11,3%

Finca 8. Localización: Puebla de Cazalla (Sevilla)

Fecha toma de muestra: 27-11-2025



VARIETADES	Rendimiento Graso
Todolivo I-15 ^o	28,06%
Arbequina	21,87%
Diferencia Todolivo I-15 ^o vs Arbequina =	+6,19%

Finca 9. Localización: La Granadella (Lérida)

Fecha toma de muestra: 12-12-2025



VARIETADES	Rendimiento Graso
Todolivo I-15 ^o	22,30%
Sikitita	17,80%
Diferencia Todolivo I-15 ^o vs Sikitita =	+4,5%

En parcelas comerciales de secano, las analíticas reflejan valores próximos o superiores al 23,42% de rendimiento graso a comienzos de noviembre, evidenciando una capacidad excepcional para “terminar el aceite” incluso cuando las lluvias son escasas durante el otoño. Este comportamiento contrasta claramente con el observado en otras variedades, que en

condiciones similares sufren descensos significativos en su contenido graso.

Base fisiológica del alto rendimiento graso temprano

Desde el punto de vista fisiológico, el elevado rendimiento graso de Todolivo I-15^o está estrechamente ligado a su propia morfología. La variedad presenta un po-

tente sistema radicular, capaz de explorar un mayor volumen de suelo, lo que favorece una mayor absorción de agua y nutrientes. A ello se suma su tipología de hojas coriáceas, más gruesas y resistentes, que reducen significativamente la pérdida de agua por evapotranspiración y mejora la eficiencia hídrica global del árbol. Esta característica permite que la



variedad mantenga activos los procesos de síntesis y acumulación de aceite durante periodos de estrés hídrico moderado, favoreciendo una maduración más completa del fruto incluso en campañas secas o con lluvias tardías.

Esta caracterización fisiológica tiene un doble efecto positivo: por un lado, mejora la estabilidad de la producción en seco; por otro, favorece la calidad del aceite, al permitir una maduración de los frutos más equilibrada en condiciones climáticas desfavorables.

Como resultado, Todolivo I-15^P es capaz de adelantar la acumulación de aceite respecto a otras variedades, asegurando altos rendimientos grasos en momentos clave del calendario de recolección.

A continuación, a modo comparativo, se detallan las diferencias en rendimiento graso obtenidas por clientes entre Todolivo I-15^P y arbequina en plantaciones de olivar en seto, tanto de riego como en seco y en distintas localizaciones.

Este comportamiento no se limita al territorio nacional. En Portugal, Todolivo I-15^P ha mostrado un incremento del rendimiento graso del 24,5% respecto a arbequina a finales de septiembre, confirmando su consistencia productiva y su adaptación a distintos entornos de cultivo. De la misma forma, en Francia o Italia también muestra un rendimiento graso superior al de variedades tradicionales.

Impacto directo en la rentabilidad del agricultor

La elevada productividad y alto rendimiento graso de Todolivo I-15^P se traduce en importantes beneficios económicos claros y directos para el agricultor: **mayor cantidad de aceite por hectárea**, incluso con producciones de aceituna similares; **menor riesgo en campañas secas**, gracias a su capacidad para completar la maduración de aceite; **posibilidad de adelantar la cosecha**, aprovechando mejores precios de mercado debido a su elevado rendimiento graso; y **menor dependencia del riego**, lo que reduce costes de producción y mejora la sostenibilidad del sistema productivo.

En definitiva, las analíticas de laboratorio y los resultados obtenidos en campo confirman que Todolivo I-15^P es una variedad de productividad precoz, alta y cons-

Finca 10. Beja (Portugal) <i>Fecha toma de muestra: 16-10-2025</i>		
VARIETADES	Rendimiento Graso	
Todolivo I-15 ^P	17,30%	
Arbequina	13,80%	
Diferencia Todolivo I-15 ^P vs Arbequina =		+3,5%

Finca 11. Localización: Monforte (Portugal) <i>Fecha toma de muestra: 16-10-2025</i>		
VARIETADES	Rendimiento Graso	
Todolivo I-15 ^P	20,10%	
Arbequina	15,10%	
Diferencia Todolivo I-15 ^P vs Arbequina =		+5%

De la misma forma, en **Francia o Italia** también muestra un rendimiento graso superior al de variedades tradicionales.

Finca 12. Localización: Le Castelet (Francia) <i>Fecha toma de muestra: 27-10-2025</i>		
VARIETADES	Rendimiento Graso	
Todolivo I-15 ^P	23,69%	
Arbequina	21,38%	
Diferencia Todolivo I-15 ^P vs Arbequina =		+ 2,31%

Finca 13. Localización: Campobasso (Italia) <i>Fecha toma de muestra: 1-11-2025</i>		
VARIETADES	Rendimiento Graso	
Todolivo I-15 ^P	16%	
Arbequina	13%	
Diferencia Todolivo I-15 ^P vs Arbosana =		+ 3%



tante, tanto en riego como en seco. Su elevado rendimiento graso, su capacidad para completar la formación del aceite incluso sin lluvias otoñales tempranas y su adaptación fisiológica al estrés hídrico, respaldada por un potente sistema radicular y una hoja coriácea y eficiente, la

posicionan como una variedad estratégica para el olivar moderno, orientado a la resiliencia y a la alta rentabilidad. 🍋

TODOLIVO, S.L.
todolivo@todolivo.com
www.todolivo.com

Variedad
TODOLIVO
I-15^P

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

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



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





IMATEC31, a la vanguardia tecnológica en trazabilidad y control oleícola integral



En un sector tan arraigado y a la vez tan exigente como el oleícola, la digitalización, el control preciso de los procesos y la trazabilidad integral se han convertido en cuestiones prioritarias. El futuro de la almazara ya está aquí e IMATEC31, con más de dos décadas de exitosa trayectoria, se ha consolidado como el socio tecnológico de confianza para liderar esta transformación en la agroindustria.

aunque su corazón y gran parte de la experiencia acumulada por IMATEC31 están dedicados a las almazaras y el aceite de oliva, la versatilidad de su tecnología le permite aportar el mismo valor en otros sectores paralelos como los de la almendra, el pistacho y el hortofrutícola, donde la precisión es igualmente vital.

En IMATEC31 saben que cada planta de producción es única. Por ello, esta empresa jiennense desarrolla sistemas de automatización, control de procesos y SCADA completamente diseñados a medida. Su equipo de ingeniería se encarga de todo el ciclo: desde el diseño y montaje de armarios eléctricos de control utilizando componentes de primeras marcas hasta la integración de redes de comunicación industrial avanzadas. A través de una sensorización inteligente, partiendo de sensores compatibles con

IO-Link, sus sistemas permiten controlar al milímetro variables críticas y optimizar la producción para alargar la vida útil de las instalaciones.

TRACKING: el corazón de cada industria y el control total de la trazabilidad

Si existe una solución que marca un antes y un después en el día a día de los clientes, ése es el software TRACKING de IMATEC31, un sistema de trazabilidad avanzado que ha sido diseñado para no perder de vista ni una sola gota de la producción.

TRACKING es una plataforma multiempresa y multicentro que obtiene la información de manera automática desde el propio origen del proceso de extracción, minimizando la posibilidad de error en la introducción de datos.

Entre sus múltiples beneficios, permite visualizar en tiempo real el estado

general de la producción, registrando al instante la entrada de producto y la evolución continua del proceso; evaluar el comportamiento de la maquinaria, analizando su incidencia directa sobre el producto final para facilitar la toma de decisiones; gestionar la bodega con una precisión absoluta, controlando el nivel de los depósitos, bloqueando o desbloqueando movimientos de aceite y documentando análisis externos; y convertir un volumen masivo de datos en paneles de control gráficos e intuitivos (*dashboards*), que además pueden integrarse fácilmente con el software de gestión de almazaras y analizadores en continuo.

Más allá del pesaje: software integral para el cumplimiento legal

En IMATEC31 son conscientes de que la excelencia no sólo radica en el control físico de la planta, sino también en faci-



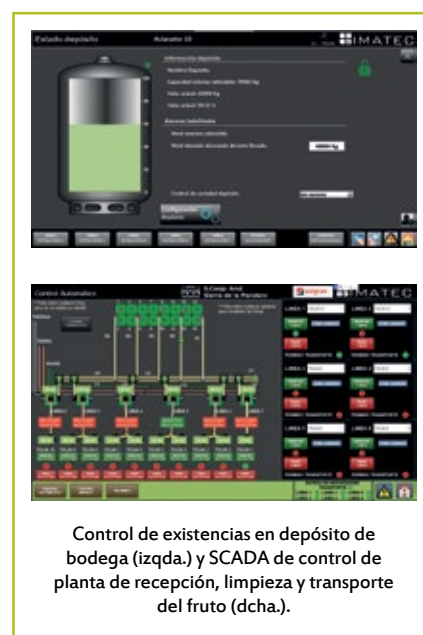
Tarjetero para automatizar y agilizar el proceso de identificación del agricultor y origen del fruto.



Báscula TDS-800 para grandes producciones.



Cuadros de control de plantas de recepción y limpieza.



Control de existencias en depósito de bodega (izqda.) y SCADA de control de planta de recepción, limpieza y transporte del fruto (dcha.).

litar la cada vez más exigente carga burocrática y administrativa. Por eso, sus desarrollos informáticos no se limitan al software de pesaje, sino que cuentan con las soluciones necesarias para garantizar su cumplimiento legal.

Dentro de las aplicaciones adicionales, destaca la gestión del DAT telemático de la Junta de Andalucía. Además, la empresa apuesta por la innovación continua incorporando nuevas mejoras en este sistema con vistas a la próxima campaña y ofrece el software RAC, una herramienta diseñada específicamente para la gestión de las firmas de los contratos de los productores primarios y su presentación telemática ante la AICA.

“La mejor demostración de la fiabilidad de nuestros sistemas es contemplarlos en acción -afirma Javier Rodríguez, gerente de IMATEC31-. Nos enorgullece haber transformado la operatividad de empresas referentes combinando soluciones de pesaje, automatización y trazabilidad. Proyectos integrales como los llevados a cabo en Explotaciones JAME de Villargordo (Jaén), Aceites La Rentilla en Montilla (Córdoba), Inmuebles, Vehículos y Accesorios (IVA) en Córdoba, Torres Mo-

El software **TRACKING** de **IMATEC31** es un sistema de trazabilidad avanzado que **obtiene** la **información** de **manera automática** desde el propio **origen** del **proceso** de **extracción**, **minimizando** la **posibilidad** de **error** en la **introducción** de **datos**]

rente en Escúzar (Granada), F.J. Sánchez Sucesores en Cabra (Córdoba) y la S.C.A. Ntra. Madre del Sol en Adamuz (Córdoba) son el claro ejemplo de cómo la tecnología de IMATEC31 centraliza y optimiza todo el flujo de trabajo desde la recepción del fruto hasta la bodega”.

Precisión avalada por la doble certificación CEM

Todo este despliegue tecnológico y de software no tendría valor si los datos recogidos no fueran exactos. En IMATEC31 trabajan bajo los rigurosos estándares de calidad de la ISO 9001. Sin embargo, “el mayor sello de garantía es

nuestra doble certificación del Centro Español de Metrología (CEM) -apunta Pedro Ángel López, responsable de Calidad y Metrología-. Contamos con el examen UE de tipo (módulo B certificado 0300-ES-170624001) y la aprobación del sistema de gestión de la calidad (módulo D 0300-ES-171912002). Esto nos consolida como entidad certificada para la puesta en servicio de sistemas de pesaje con el respaldo del CEM, asegurando que cada dato procesado por nuestros programas proviene de un pesaje indiscutible, seguro y con pleno cumplimiento normativo”.

**Ingeniería, Metrología
y Asistencia Técnica, S.L.**
info@imatec31.es
www.imatec31.es



Del 9 al 12 de junio

Seoul Food & Hotel



Se trata de la mayor feria internacional de los sectores alimentación y hostelería en Corea del Sur, que se celebrará en KINTEX (Korean International Exhibition Center). Esta muestra surge de la unión de dos grandes ferias: Food & Hotel Korea y Seoul Food, ambas con 30 años de experiencia y trayectoria. En ella participan expositores de diversas industrias alimentarias: productos agrícolas, ganaderos y pesqueros, alimentos procesados, ingredientes y aditivos alimentarios, alimentos funcionales y ecológicos, bebidas y postres, además de equipos de envasado y maquinaria y accesorios para la industria agroalimentaria. A Seoul Food & Hotel acuden diversas empresas exportadoras de aceite de oliva virgen extra, ya que se trata de un mercado en crecimiento para este producto que se ha popularizado en el país por sus cualidades saludables. En su última edición reunió a 1.639 expositores y 45.332 visitantes, consolidándose como un evento integral para conocer las principales tendencias del mercado.

sfh-info@informa.com

www.seoulfoodnhotel.com

Del 17 al 18 de junio

MUNDOLIVAR



MUNDOLIVAR, el IV Congreso Mundial de Olivicultura y Elaiotecnología, que se celebrará de nuevo en la Universidad de Córdoba (UCO), es el principal punto de encuentro del negocio oleícola mundial para quienes lideran el presente y el futuro del sector. Concebido como un auténtico Máster intensivo de 48 horas, en este Congreso los máximos expertos internacionales trasladarán, de forma directa y aplicada, las claves que están definiendo la estrategia, la rentabilidad, la tecnología y el mercado en el nuevo orden mundial del olivar. Bajo el lema "*Estrategia y rentabilidad del olivar ante el nuevo orden mundial*", y con Italia como país invitado, MUNDOLIVAR pondrá el foco en cómo el sector debe adaptarse a un escenario global marcado por la incertidumbre geopolítica, los cambios en el comercio internacional, la presión sobre los costes, la evolución del consumo y una aceleración tecnológica sin precedentes. Como novedad, el Congreso será más participativo e interactivo, permitiendo a los asistentes formular preguntas en tiempo real y participar en encuestas durante el desarrollo de las mesas redondas. Además de estas mesas, el Congreso contará con un área expositiva reforzada, concebida como un espacio de negocio activo donde empresas proveedoras, productores, almazaras, inversores y responsables de compra podrán mantener reuniones personalizadas B2B y generar oportunidades comerciales reales. También se celebrarán cinco talleres prácticos de alto nivel, diseñados para trasladar conocimiento aplicable de forma inmediata a explotaciones y almazaras.

hola@mundolivar.es

www.mundolivar.es

Del 19 al 21 de junio

Food & Wine Classic Aspen



Food & Wine Classic Aspen es el festival gastronómico más emblemático de EEUU y en su 43ª edición contará con una programación que incluye a más de 60 estrellas culinarias y más de 80 demostraciones de cocina, seminarios, mesas redondas y catas. Organizado por la prestigiosa

revista "Food & Wine", este evento atrae cada año a destacadas figuras del sector del vino y la gastronomía estadounidenses, así como a consumidores que quieren disfrutar de nuevas experiencias gastronómicas. Un evento donde consumidores, profesionales y colaboradores de la industria convergen para intercambiar ideas, opiniones y visiones compartidas sobre el futuro de la gastronomía. Además, contará con un programa comercial centrado en la innovación que está dando forma al sector de la hostelería en la actualidad y cuyo objetivo es crear más oportunidades para que los participantes exploren, se reúnan y establezcan contactos.

lauren.sharpe@people.inc

<https://classic.foodandwine.com/>

Del 22 al 26 de junio

Conferencia Europea sobre Xylella fastidiosa



Bari (Italia) acogerá la 5ª Conferencia Europea sobre Xylella fastidiosa, organizada por la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA, por sus siglas en inglés), que reunirá a investigadores, evaluadores y gestores de riesgos, así

como a otros actores interesados en intercambiar conocimientos y debatir los últimos avances científicos y prácticos relacionados con esta bacteria. El debate abordará herramientas innovadoras y enfoques integrados para la gestión sostenible de la *Xylella fastidiosa* en los sistemas de producción de olivos, viñedos y almendros, así como actualizaciones sobre los riesgos que plantea la bacteria y sus insectos vectores para la agricultura, la silvicultura y los ecosistemas naturales. La conferencia también proporcionará una plataforma para la presentación y el debate de los resultados del proyecto de investigación BeXyl, junto con los resultados de otras iniciativas de investigación internacionales, de la UE y nacionales. A lo largo de la semana de celebración del evento también se organizarán talleres adicionales, actos paralelos y visitas técnicas.

xylella_conference@efsa.europa.eu

www.efsa.europa.eu/en/events/5th-european-conference-xylella-fastidiosa-science-sustainable-management

Del 24 al 28 de junio

FERCAM



El Recinto Ferial FERCAM, en Manzanares (Ciudad Real), que consta de un espacio al aire libre de 120.000 metros cuadrados y un pabellón cubierto de

3.000 metros cuadrados, acoge una nueva edición de la Feria Nacional del Campo, especializada en maquinaria agrícola y de obra pública, riegos, energías renovables, automoción y sector agroalimentario. Como es habitual, el programa de FERCAM incluye conferencias técnicas impulsadas por las principales organizaciones agrarias y algunos expositores. Además, no faltarán las tradicionales catas comentadas de productos como el AOVE, así como los concursos agroalimentarios, entre ellos el Concurso Nacional a la Calidad del Aceite de Oliva Virgen Extra. También incluirá diversas propuestas pensadas para el público infantil con el fin de acercar el mundo rural a la población más joven. FERCAM contó en la pasada edición con la presencia de cerca de 100.000 visitantes y 202 expositores procedentes de nueve Comunidades Autónomas.

fercam@manzanares.es

www.fercamvirtual.es



Índice de anunciantes



Del 27 al 28 de junio
Olive Japan Show



The Olive Oil Sommelier Association of Japan (OSAJ) organiza "Olive Japan Show-Olive Marche", un evento

comercial que se celebra en el salón "Tatsuta" del Hotel Courtyard Marriott Ginza Tobu Tokyo dirigido tanto a consumidores como a comercializadores. Todos los productos expuestos en Olive Japan Show, de acceso libre y gratuito, han sido premiados en el concurso Olive Japan, lo que garantiza -según sus impulsores- una calidad y un sabor "auténticos" para quienes marcan tendencia en el panorama gastronómico japonés. Este evento incluye la exposición de AOVEs, catas y programas de entrevistas, así como la ceremonia de entrega de premios Olive Japan. "Olive Japan Show-Olive Marche" permite a los consumidores nipones interactuar directamente con importadores y productores de aceite de oliva procedentes de otros países.

info@olivejapan.com

www.olivejapan.com/en



Del 28 de junio al 30 de junio
Summer Fancy Food



Summer Fancy Food Show de New York es la feria más importante del año para el sector gourmet en EEUU y reúne a miles

de minoristas, distribuidores, importadores y líderes del sector alimentario que buscan productos que deslumbren por su innovación y calidad. Las empresas participantes pueden presentar sus últimas novedades, conectar con compradores internacionales y posicionarse en el país norteamericano, el mayor mercado mundial de alimentos gourmet y de especialidad, con 194.000 millones de dólares en ventas, de los cuales 159.000 millones corresponden al canal retail. Sus consumidores, con alto poder adquisitivo y pasión por productos nuevos, saludables y Premium, convierten a EEUU en una oportunidad para las empresas, entre ellas productoras de AOVE.

press@specialtyfood.com

<https://www.specialtyfood.com/fancy-food-shows/summer/>

Agrama Science & Life	137
Agrinaco	130
Agrinaco	131
Agroisa	229
Agromillora (ebook)	221
Amenduni Ibérica	39
Amenduni Ibérica	Lomo
Ascenza	103
Ascenza	31
AUSERE	85
Autelec	205
Automatismos ITEA	242
Automatismos ITEA	Int. Contraportada
Auximara	179
Axflow	83
Ayrtac	141
BALAM Agriculture	177
Bandas Transportadoras del Sur (BTS)	163
Bayer	113
Bioiberica	101
Bombas Parra la Mancha	171
Bombas Trief	125
C Y PUNTO	183
CaixaBank	219
Caja Rural Jaén	79
Cajamar	211
Calero (Ingeniería y Desarrollo Agro-Industrial)	41
CAZAUX-PUMPS	175
CDR OXITester (Tecnilab)	57
Centrifugación Alemana	3
Centrifugación Alemana	Triángulo de portada
Centrifugación Alemana	Desplegable de portada
Clemente Industry	21
Codi-Pack, Marcaje y Codificación	23
COLIVAL	13
COLIVAL	14
Concurso y Premio Ovibaja 2026	197
Coriana, Variedad (Viveros Lucena)	191
Corteva Agriscience	155
Dazeite Olive Oil Business	71
De Bujalance Calderería Inox	149
Dosificadores García Fernández	8
Elea	5
Esbelt, Bandas Transportadoras	153
Esteryfil	93
EuroChem Agro Iberia	97
Feria SIMEI 2026	223
Fertinagro Biotech	105
Fertiormont	109
Foss	53
Gallardo	43
GEA Westfalia Separator Ibérica	91
GEA Westfalia Separator Ibérica	Contraportada
Gesca Automatismos	45
Grupo Macho (etiquetas)	161
HAUS	25
Herpasur	Portada
Ifamensa	11
Ildefonso Rosa Ramírez e Hijos "JAR"	37
Ilitia, Brunella y Florentia, Variedades (Agromillora)	195

IMATEC 31	29
IMS Pesaje	Int. Portada
Indea Technologies	77
Industrias de la Rosa	116
Industrias de la Rosa	117
INFACO	157
INGENIA Process	133
IngerHidro	217
Innovaciones Oleícolas	81
Inoelec	49
Inoxcaucho	89
Inprog	107
Intermediación Odorico	193
Interóleo Group	209
ITALPROGETTI	213
JAENCOOP Grupo	75
John Deere Ibérica	159
Kubota	135
Kubota	Espónsor pie de página en toda la revista
Laboratorio Tello	73
Lainco	99
Libro La Revolución del Olivar (Agromillora)	215
Manzano - Flottweg	61
Molino del Genil - Lagar do Sobrado	127
Multinivel Ibérica (Cándido)	199
Oleoestepa	189
Olivogestão	207
Olmos Maquinaria	139
Olvesa	59
OptiCept Technologies	121
ORISHA Agrifood	35
Palacín	63
Pieralisi	16
Pieralisi	17
ProciÓleo	33
ProMendoza	173
Prosur	143
Rettenmaier Ibérica	151
Revista La Semana Vitivinícola	225
RIVERO (Calderería Rivero)	55
Serijerez (Jerezana de Serigrafía Publicitaria)	69
SIPCAM	111
Solano Horizonte	115
SOLIGUER Ingeniería y Montajes	187
TACSA	51
Talleres Espí Serrano	147
Talleres González y París	87
Tecnilab - Tecnología Analítica	145
Todolivo	237
Treico-Remasa-Granaoliva	6
Treico-Remasa-Granaoliva	7
Unicaja	47
Verallia	185
Vetzeria Etrusca	123
VetroLatino	65
Vidrala	181
VIMAR Equipos	165
Vitroval	67
Viveros Lucena de Encinarejo	167
VLS Technologies (VELO Maquinaria)	169
WEG Iberia	203
Yara	95

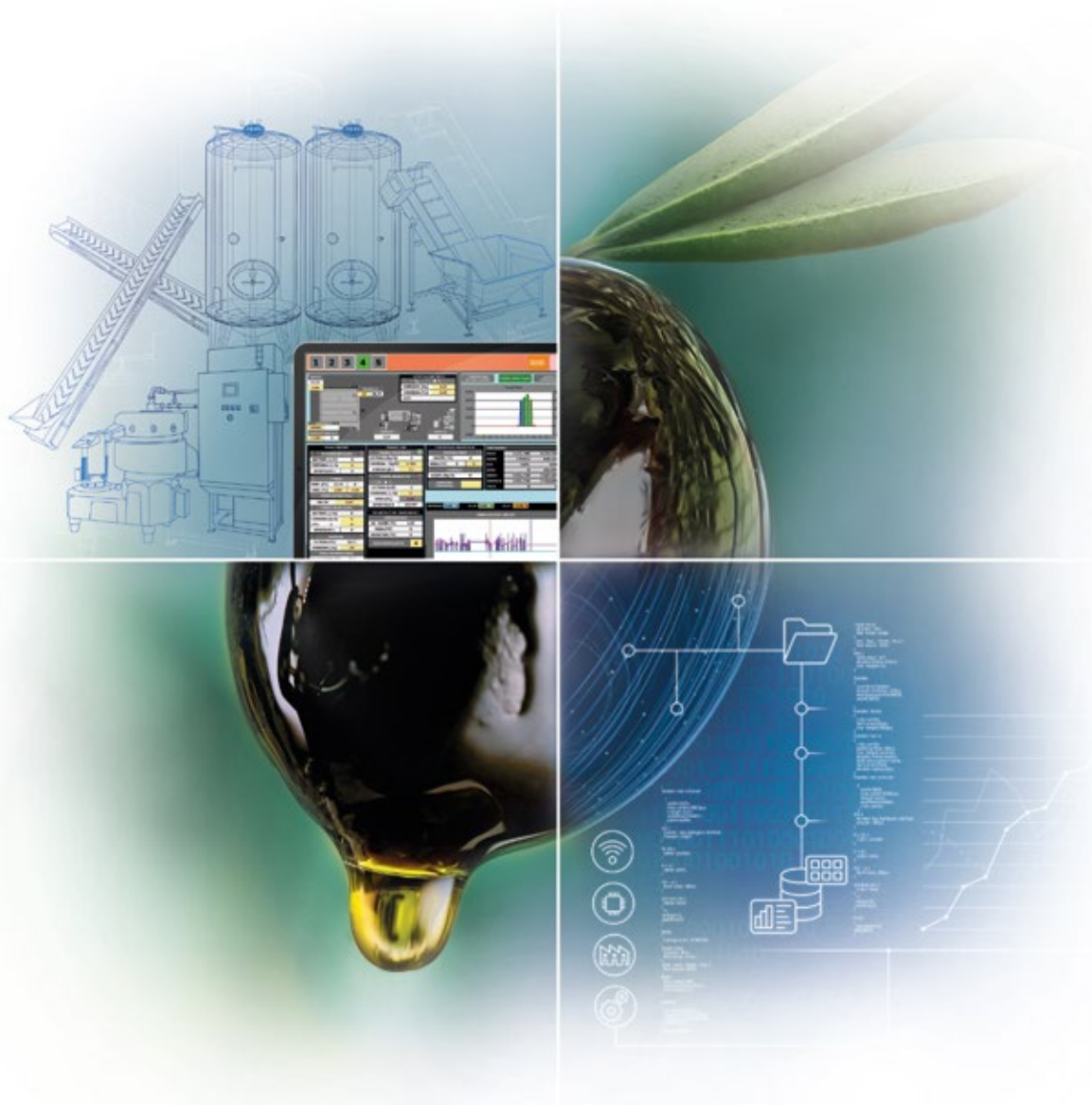




Un cuarto de siglo a pie de campo, creyendo
y creando futuro en el sector oleícola, aportando valor
y soluciones en automatización y digitalización
a las principales almazaras de España y Portugal.
Pioneros y expertos en la transformación digital
que las hace sostenibles, eficientes y competitivas.

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.