

INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR

Mercacei

MAGAZINE

Olivar Tradicional

El muro del millón de euros:
por qué el relevo en el olivar
no es una cuestión de vocación,
sino de viabilidad

La Entrevista

Christophe Hansen,
comisario de Agricultura
y Alimentación de la
Unión Europea: "No se puede
comprender el ADN culinario
de Europa sin el aceite de oliva"

Especial Ingenierías

- Factores que intervienen en el diseño de las almazaras
- Las almazaras inteligentes: la nueva revolución de la ingeniería oleícola

Sostenibilidad

- La influencia de las cubiertas vegetales
- Rentabilizar prácticas sostenibles
- El reto de los residuos del olivar

Actualidad

Ranking WBOO de los AOVEs
más premiados del mundo



 **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

Depósito Legal

M-38185-1994

ISSN

1134-7104

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

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



Sumario

4 EDITORIAL

9 ANÁLISIS DE MERCADO

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

18 LA ENTREVISTA

Christophe Hansen, comisario de Agricultura y Alimentación de la Unión Europea (UE): "No se puede comprender el ADN culinario de Europa sin el aceite de oliva"

28 EL MUNDO DE LAS MARCAS

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

36 ACTUALIDAD

Ranking World's Best Olive Oils (WBOO) 2025/26 • I Congreso Internacional de Agricultura y Biodiversidad • IX Congreso Nacional do Aceite de Oliva • Futurooliva • XIX Encuentro de Maestros y Responsables de Almazara de GEA • 64ª Feria Nacional del Campo (Fercam) • 42ª edición de Ovibeja

88 OLIVAR TRADICIONAL

El muro del millón de euros: por qué el relevo en el olivar no es una cuestión de vocación, sino de viabilidad

96 MOLTURACIÓN

El IFAPA aporta la evidencia científica definitiva para autorizar el uso de enzimas en la extracción de AOVE

100 COOPERATIVAS

La Galinda, una promesa cumplida de orgullo y carácter

110 I+D+i

El reto de los residuos del olivar: el proyecto OLICOMP3D

114 DELICATESSEN

Moya Oleoteca: desde Úbeda al mundo

120 ESPECIAL INGENIERÍAS

Factores que intervienen en el diseño de las almazaras • Las almazaras inteligentes: la nueva revolución de la ingeniería oleícola

132 AGROMERCACEI

Influencia de las cubiertas vegetales sobre la mitigación del cambio climático en el olivar • Ilitia, una promesa que debe ser confirmada

142 CLUB LECCIANA

Entrevista a Salvatore Camposeo, catedrático de la Universidad de Bari y padre de la variedad lecciana: "Construir el futuro del olivo significa repensarlo desde cero"

146 INTERNACIONAL

Novavera, una promesa de salud, excelencia y armonía con la naturaleza

154 SOSTENIBILIDAD

GO ABSORCABOLIVO I y GO C-OLIVAR: metodologías y herramientas para certificar el carbono del olivar y rentabilizar prácticas sostenibles

160 EXPERIENCIA GOURMET

Marcos Reguera, asesor gastronómico y chef: "Da gusto cocinar con aceite de oliva virgen extra porque redondea los platos y aporta estructura y complejidad"

170 OLEOTURISMO

Trinidad & Co. Turismo: gastronomía, aceite de oliva y turismo sostenible

176 EMPRESAS

Oleoestepa: 40 años construyendo una referencia mundial del aceite de oliva virgen extra • Proyecto ELANIO de LUQUE ECOLÓGICO: cómo preservar la biodiversidad y realizar una adecuada gestión del suelo

184 ASOCIACIONES

Assoprolí Bari: organización, servicios y visión industrial para la olivicultura italiana

190 ACEITUNA DE MESA

Revalorización de aceitunas verdes de mesa al estilo natural

196 PUBLICREPORTAJES

Amenduni • Envases y Botellas Ayrtaç • HAUS Iberia • PROCISA • Gallardo Ingeniería

206 BIBLIOTECA

208 AGENDA

209 ÍNDICE DE ANUNCIANTES

HAUS
TECNOLOGÍAS DE CENTRIFUGA
#BECAUSEWECARE

Encuétranos
en la pág. 87

PERFECCIÓN EN LA EXTRACCIÓN DEL ACEITE DE OLIVA



**centrifugación
alemana**

www.centrifugacionalemana.com



El verano también se cultiva

Pandora Peñamil Peñafiel

Hay algo especial en el número de julio de *Mercacei Magazine*. Quizá sea porque llega cuando el calendario invita a bajar el ritmo, pero el sector no deja de pensar. Mientras las temperaturas se disparan y muchos aprovechan unos días de descanso, el olivar sigue escribiendo su futuro. Y precisamente ése es el hilo conductor de esta edición: detenerse para mirar con perspectiva hacia dónde queremos llevar uno de los grandes patrimonios agrícolas, económicos y culturales de Europa.

Este verano no es tiempo de desconectar del todo, sino de flexionar. Porque el aceite de oliva vive un momento apasionante, lleno de desafíos, pero también de oportunidades que hace apenas unos años parecían inimaginables.

Pocas voces pueden ofrecer una visión más privilegiada del futuro inmediato que la del comisario europeo de Agricultura y Alimentación, Christophe Hansen, protagonista de una entrevista exclusiva concedida a *Mercacei Magazine*. En ella aborda algunas de las grandes incógnitas que marcarán el sector durante la próxima década: la nueva PAC a partir de 2028, la adaptación al cambio climático, la gestión del agua, la volatilidad de los mercados, el relevo generacional o el papel estratégico del olivar en la transición ecológica europea. Más allá de las respuestas concretas, deja un mensaje que merece ser leído con atención: Europa seguirá apostando por el aceite de oliva porque representa mucho más que un cultivo; forma parte de la identidad del continente.

Pero si hay un asunto que merece ocupar buena parte de cualquier conversación este verano es el futuro del olivar tradicional. En demasiadas ocasiones el debate se ha simplificado enfrentando modelos de cultivo cuando la realidad demuestra que el sector necesita sumar, no dividir. En este número analizamos su viabilidad económica, las fórmulas para garantizar el relevo generacional y las posibles sinergias con los modelos intensivos y superintensivos. El verdadero reto no consiste en elegir entre unos u otros, sino en conseguir que cada uno encuentre su espacio dentro de una olivicultura rentable, moderna y sostenible. Especialmente revelador resulta el análisis sobre el denominado “muro del millón de euros”, esa barrera económica que impide a muchos jóvenes incorporarse profesionalmente al sector. Una re-

flexión valiente que plantea que el problema no es la falta de vocación, sino la dificultad real para acceder a explotaciones viables. Porque sin rentabilidad no habrá relevo generacional posible.

La sostenibilidad también ocupa un papel protagonista en estas páginas, aunque desde una perspectiva muy práctica. Hablamos de cubiertas vegetales capaces de mejorar los suelos y aumentar la captura de carbono; de nuevas metodologías para que el agricultor pueda obtener ingresos adicionales gracias a los mercados de carbono; y de proyectos que convierten los residuos del olivar en nuevos materiales de alto valor añadido. Conceptos que hace pocos años parecían futuristas y que hoy empiezan a formar parte del presente de muchas explotaciones. La innovación no se limita al campo. También llega a las almazaras. La ingeniería aplicada al diseño de estas instalaciones, la evolución tecnológica de los sistemas de extracción y la incorporación de automatización e Inteligencia Artificial demuestran que producir un gran aceite exige mucho más que una buena cosecha. Requiere planificación, conocimiento y una visión industrial capaz de responder a las exigencias de un mercado cada vez más competitivo.

Y, como cada año, este número incluye uno de los contenidos más esperados por los productores: el Ranking WBOO de los AOVEs más premiados de la pasada campaña. Más que una clasificación, representa el reconocimiento al enorme esfuerzo realizado por cientos de almazaras y cooperativas que han convertido la excelencia en su mejor carta de presentación internacional.

En definitiva, este número invita a viajar por todos los grandes temas que marcarán el futuro del aceite de oliva. Un recorrido que combina política europea, economía, tecnología, sostenibilidad, innovación y calidad, pero que, sobre todo, pone el foco en las personas que cada día hacen posible que el olivar siga siendo uno de los grandes motores del mundo rural.

Ojalá estas páginas acompañen alguno de esos momentos tranquilos que sólo ofrece el verano: una tarde bajo la sombra de un olivo, una terraza frente al mar o unas vacaciones merecidas después de meses intensos de trabajo. Porque, a veces, las mejores ideas para afrontar septiembre nacen precisamente cuando encontramos tiempo para detenernos y mirar el horizonte con calma.

Feliz verano y feliz lectura.💧

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.*



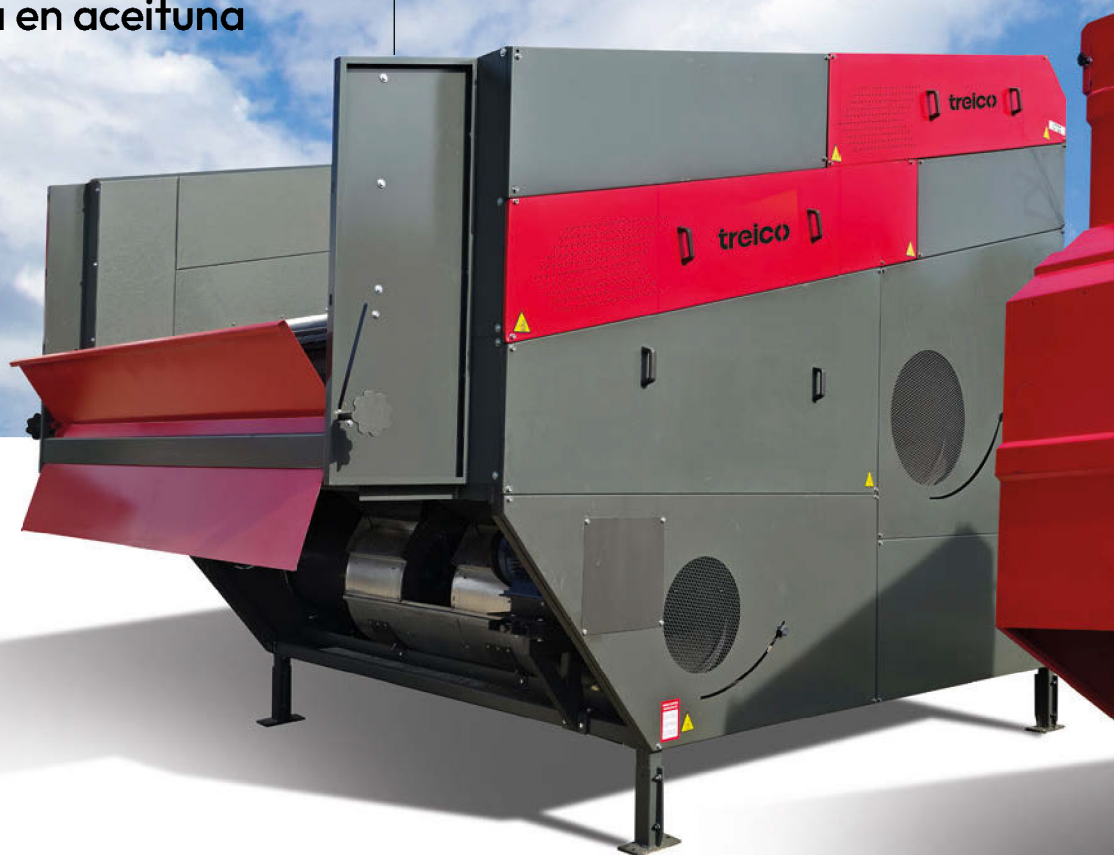
VETRERIA ETRUSCA S.p.A. Montelupo Fiorentino (Firenze - Italia) Tel. (+39) 0571 7551
www.vetrieriaetrusca.it info@vetrieriaetrusca.it



Nuestro objetivo es la
innovación continua para
mantenernos a la vanguardia
tecnológica.

Treico Élite

Hasta 150* toneladas / hora.
Idónea para Superintensivo.
Especializada en aceituna
y almendra.



En condiciones óptimas para aceituna.
Opción de montaje en Compacto.



www.treico.com

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

Equipos de alto rendimiento y gran eficiencia energética

Granaoliva Plus

Hasta 80* toneladas / hora



Ingeniería para el
siglo XXI

treico®

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

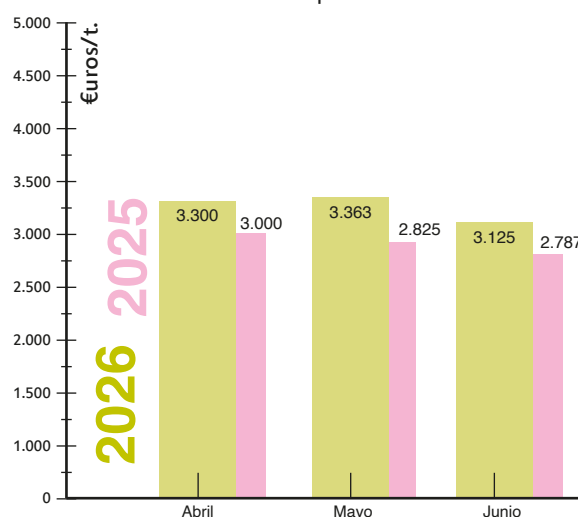
Tel.: +34 952 411 670
clientes@dosificadoresgf.com
export@dosificadoresgf.com
www.dosificadoresgf.com



Mercado paralizado mientras el sector mira con optimismo a la próxima cosecha

Aceite de Oliva Lampante, base 1º

Precios ponderados



- **Aceite de oliva:** Absoluta falta de dinamismo y tendencia a la baja en todas las cotizaciones.
- **Aceite de orujo:** La calma reina en el mercado, aportando estabilidad y *stand-by* en los precios.
- **Aceite de semillas oleaginosas:** Algo más de actividad que provoca un ligero repunte en las cotizaciones.

Aceite de oliva

Absoluta falta de dinamismo y tendencia a la baja en todas las cotizaciones. El mercado del aceite de oliva comenzó el trimestre atravesando una fase de calma en las principales zonas productoras españolas, con escasa operatividad y un equilibrio claro entre oferta y demanda. Los operadores mantenían una actitud prudente y sólo se realizaban operaciones puntuales por necesidad, lo que mantenía las cotizaciones firmes y relativamente estables. En provincias clave como Jaén, Córdoba o Sevilla el mercado seguía muy tranquilo, con la sensación de que el lampante podría haber tocado fondo, mientras que el virgen y el virgen extra sostenían sus precios.

En este contexto, el lampante se establecía 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 3.200/3.250 euros/t.

A principios de mayo, la atonía seguía marcando la evolución del sector oleícola

la nacional, con una actividad comercial muy limitada y operaciones puntuales centradas, en su mayoría, en retirar aceite previamente adquirido. La oferta continuaba mostrándose firme, sin signos de presión vendedora, mientras la demanda permanecía a la espera de conocer los datos de producción y salidas correspondientes al mes de abril. En este escenario de escasa operatividad y precios estables, las distintas plazas mantenían cotizaciones prácticamente sin cambios, con ligeras tendencias bajistas en algunos mercados concretos.

La oferta permanecía firme y sin síntomas de nerviosismo, respaldada por la disponibilidad de aceite ya comprometido y por la confianza de los operadores en la evolución del mercado. Por su parte, la demanda continuaba actuando únicamente por estricta necesidad, lo que contribuía a prolongar la sensación de apatía e inoperatividad que se repetía en prácticamente todas las plazas productoras.

Así, el lampante se situaba a 3.300/3.350 €/t.; el virgen, a 3.600/3.800 €/t.; el AOVE, a 4.100/4.400 €/t.; y el refinado, a 3.400 €/t.

En junio, la recta final de la campaña continuaba marcada por una absoluta falta de dinamismo. La práctica desaparición de la demanda mantenía el mercado en una situación de parálisis casi total, con muy pocas operaciones y cotizaciones que, en la mayoría de las zonas productoras, tenían un carácter meramente orientativo. Mientras la oferta confiaba en una reactivación que seguía sin llegar, los compradores permanecían al margen y se limitaban, en muchos casos, a retirar el aceite previamente adquirido para atender sus compromisos. El buen estado del olivar y las previsiones de una próxima cosecha media-alta tampoco contribuían a alterar el sentimiento de un mercado que continuaba buscando un suelo para los precios. Ante esta situación, el lampante se ofertaba a 3.000/3.050 euros/t.; el virgen, a 3.300/3.400 euros/t.; el refinado a 3.100 euros/t.; y el AOVE, a 3.650/3.900 euros/t.

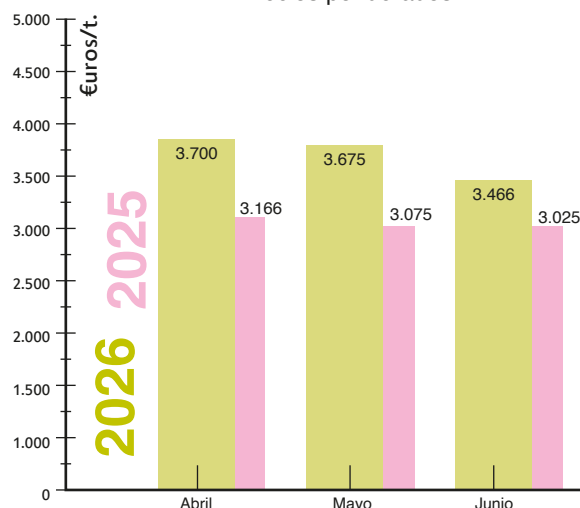


ACEITE DE OLIVA - Segundo trimestre de 2026 (euros/t.)

		1ª sem. Abr.	4ª sem. Jun.
ANDALUCÍA			
JAÉN	Lampante, base 1º	3.200/3.250	3.100/3.150
	Virgen	3.600/3.800	3.300/3.500
	Virgen extra	4.100/4.400	3.700/4.000
	Refinado	3.300	3.150/3.200
CÓRDOBA	Lampante, base 1º	3.200/3.250	3.100/3.150
	Virgen	3.700/3.750	3.300/3.500
	Virgen extra	4.100/4.600	3.750/4.200
	Refinado	3.400	3.200
SEVILLA	Lampante, base 1º	3.250/3.300	3.100
	Virgen	3.800/3.900	3.500/3.600
	Virgen extra	4.200/5.000	4.000/4.500
	Refinado	3.150/3.200	3.150
GRANADA	Lampante, base 1º	3.200/3.250	3.100/3.150
	Virgen	3.600/3.800	3.300/3.500
MÁLAGA	Lampante, base 1º	3.250	Sin oper.
	Virgen	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra	4.200/4.300	Sin oper.
CATALUÑA			
LÉRIDA	Virgen extra (DOP Garrigues)	4.450	Sin oper.
TARRAGONA	Virgen extra (DOP Siurana)	4.450	Sin oper.
CASTILLA-LA MANCHA			
TOLEDO	Virgen	3.700/3.900	3.200/3.400
	Virgen extra	4.250/4.300	3.700/4.100
COMUNIDAD VALENCIANA			
ALICANTE	Lampante, base 1º	3.300	3.000
	Virgen	3.750	3.300
	Virgen extra	4.300	3.800
	Refinado	3.400	3.150
EXTREMADURA			
BADAJOZ	Lampante, base 1º	3.000/3.100	3.000/3.100
	Virgen	3.600/3.800	3.500/3.550
	Virgen extra	4.100/4.500	4.000/4.300

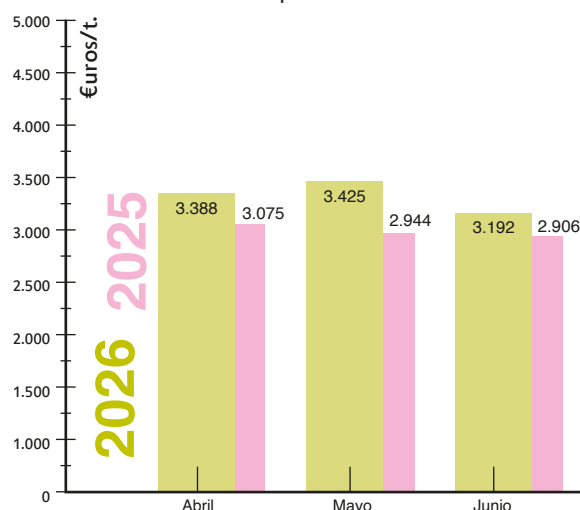
Aceite de Oliva virgen

Precios ponderados



Aceite de Oliva refinado

Precios ponderados



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

	1ª sem. Abr.	4ª sem. Jun.
ANDALUCÍA		
Refinable, base 10º	1.300	1.300/1.350
Refinado, winterizado, a granel, sobre origen	1.900	1.900

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

	1ª sem. Abr.	4ª sem. Jun.
ANDALUCÍA		
ACEITE DE GIRASOL (Sobre origen a granel)		
Crudo	Sin oper.	Sin oper.
Refinado	1.380/1.390	1.420
ACEITE DE SEMILLAS		
Refinado	1.380/1.390	1.420

Aceite de orujo

La calma reina en el mercado, aportando estabilidad y stand-by en los precios.

El mercado del aceite de orujo, tras capear un primer trimestre de turbulencias, mantuvo una situación de calma y tranquilidad que aportó la ansiada estabilidad a las cotizaciones.

El aceite de orujo refinado se mantuvo a 1.900 euros/t. durante los tres meses; mientras que el refinable hizo lo propio ampliando ligeramente la horquilla a 1.300/1.350 euros/t.

Aceite de semillas oleaginosas

Algo más de actividad que provoca un ligero repunte en las cotizaciones. Entre



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?*



cultivacarbono.es



marzo y junio de este año, el mercado de aceites de semillas oleaginosas -soja, girasol, colza y, en menor medida, palma- estuvo condicionado por cuatro grandes factores: la geopolítica, la energía, el clima y las expectativas de cosecha. El resultado fue un mercado muy volátil, pero sin una tendencia alcista sostenida.

En conjunto, el trimestre dejó un mercado de oleaginosas que pasó de un escenario de fuerte tensión por la energía y la geopolítica en marzo a una fase de equilibrio en abril y mayo, para terminar junio con un sesgo ligeramente bajista gracias a unas mejores perspectivas productivas, especialmente en el girasol del Mar Negro. En este sentido, el aceite de girasol refinado se incrementó ligeramente hasta los 1.420 €/t. tras meses ofertándose a 1.380/1.390 €/t.

Producción

Producción acumulada de 1.297.907 t. en mayo

La Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) rectificó los datos provisionales del mercado del aceite de oliva en mayo, ante la solicitud por parte del sector de la revisión de los mismos por considerarlos anómalos.

Una vez realizada la rectificación, los datos provisionales de la AICA apuntan que la producción acumulada es de 1.297.907 t. Por su parte, las salidas se sitúan en 90.161 t., sin incluir las importaciones.

En total, las existencias se sitúan en 774.987 toneladas, de las cuales 506.972 t. se encuentran en almazaras; 261.498 t. en envasadoras; y 6.517 t. en el Patrimonio Comunal Olivarero.

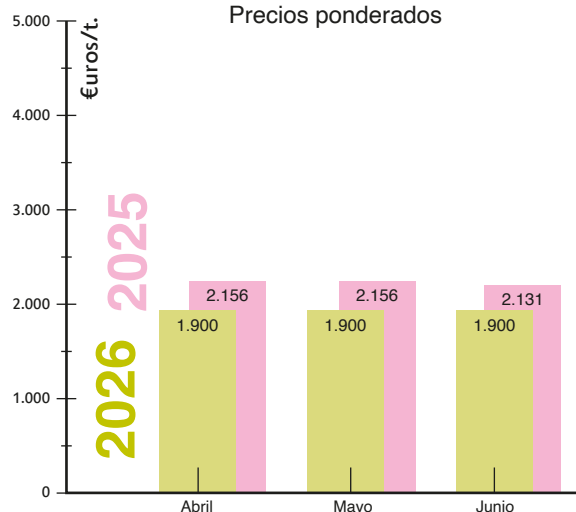
Los mercados atravesaron en el segundo trimestre del año una situación de extraordinaria incertidumbre marcada por la práctica ausencia de operaciones y por la sorpresa generada tras la rectificación de los datos provisionales de mayo por parte de la AICA, un hecho prácticamente inédito hasta la fecha. La revisión se produjo después de que diferentes representantes del sector solicitaran una comprobación de las cifras inicialmente publicadas al considerarlas anómalas y alejadas de la realidad que perciben los operadores.

Aunque la rectificación permitió ajustar las cifras, la publicación de estos datos no ha contribuido a despejar las dudas existentes en el mercado.

De hecho, la reacción en las principales zonas productoras fue de cautela e, incluso, preocupación.

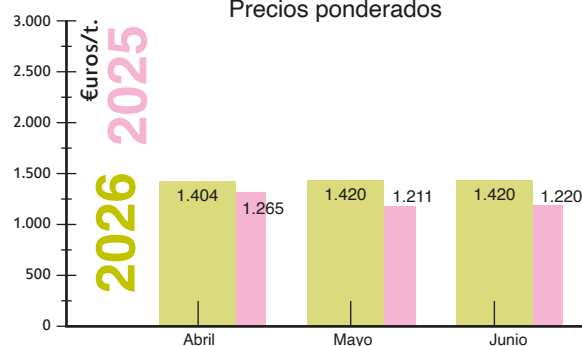
Aceite de Orujo refinado

Precios ponderados



Aceite de Girasol refinado

Precios ponderados



MERCADO INTERNACIONAL - Segundo trimestre de 2026

(Euros/kg.)

ITALIA

1ª sem. Abr. 4ª sem. Jun.

SUR DE PUGLIA & CALABRIA		
ACEITE DE OLIVA virgen extra	6,55	5,50
ACEITE DE OLIVA refinado	3,40	3,40
ACEITE DE OLIVA lampante	2,90/3,50	3,00
ACEITE DE ORUJO refinado	2,00	2,00
ACEITE DE GIRASOL refinado	1,40	1,42
ACEITE DE MAÍZ refinado	1,32	1,50
ACEITE DE SOJA refinado	1,40	1,40
ACEITE DE CACAHUETE refinado	1,70	1,75

NORTE DE PUGLIA & CALABRIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	6,50/6,70	5,50/5,80
ACEITE DE OLIVA virgen	Sin oper.	Sin oper.

TÚNEZ

ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,70/3,80	3,70/3,85
------------------------------	-----------	-----------

MARRUECOS

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

TURQUÍA

ACEITE DE OLIVA refinado	3,45/3,55	3,30/3,40
--------------------------	-----------	-----------

GRECIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	4,80/5,00	4,05/4,10
------------------------------	-----------	-----------

Ejes de futuro de las cooperativas de aceituna de mesa: innovación, promoción, internacionalización y dimensión cooperativa

La localidad de Almendralejo (Badajoz) acogió a principios de mayo la celebración del III Congreso Cooperativo de Aceituna de Mesa, organizado por Cooperativas Agro-alimentarias de España con la colaboración de Cooperativas Agro-alimentarias de Extremadura. Entre los principales retos, se detalló el acceso a nuevos destinos comerciales, el impacto de la política arancelaria internacional, el relevo generacional, la falta de mano de obra cualificada y la necesidad de infraestructuras adecuadas para facilitar la salida de la producción al mercado. "Sin infraestructuras y sin agua no hay rentabilidad", apuntaron los asistentes, en referencia a la necesidad de un Plan Hidrológico Nacional.

El programa del III Congreso Cooperativo de Aceituna de Mesa abordó cuestiones estratégicas para el sector, como la reutilización de salmueras procedentes del proceso industrial, que actualmente supone un importante reto medioambiental y técnico para las cooperativas. A su vez, se analizó el papel de las cooperativas en el relevo generacional y en el mantenimiento de la actividad en las explotaciones, elementos fundamentales para garantizar la continuidad y el crecimiento del modelo cooperativo.

El congreso también puso el foco en la internacionalización y la apertura de nuevos mercados, una prioridad en el actual contexto de incertidumbre global, marcado por tensiones comerciales, conflictos geopolíticos y acuerdos internacionales que suponen un desafío para el sector. Asimismo, se abordaron también otros desafíos clave como la defensa de las producciones frente a terceros países en un escenario internacional cambiante; la crisis de costes, logística y comercialización; la mejora de la calidad del producto y su comunicación al consumidor para reforzar la confianza y el consumo; la necesidad de avanzar en normas de etiquetado que eviten la confusión y la competencia desleal; el papel de las cooperativas como motor económico en el medio rural y el riesgo de deslocalización; y la falta de mano de obra, un problema recurrente tanto en campo como en industria.



SIERRA
PRIETA

**EVOOLEUM
GUIDE 2026 AWARDS**

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



A BRAND THAT HAS REVOLUTIONIZED
THE WORLD OF EVOO

COLIVAL
S.C.O. de Valdepeñas

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

COLIVAL

S.C.O. de Valdepeñas

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

*Valden
veró*

EVOOLEUM GUIDE 2026 AWARDS

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





Estudio comparativo de los precios al consumo de aceites en el trimestre (Abril/Junio 2026)

Aceite de oliva virgen extra

ENVASES	Abr. 2026	Jun. 2026	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Lata 5 l.	35,0	32,9	-2,1	-6,0
Envase 5 l.	28,9	26,2	-2,7	-9,3
Lata 3 l.	24,5	21,6	-2,9	-11,8
Botella 1 l.	9,1	8,7	-0,4	-4,4
Cristal 3/4 l.	9,4	9,2	-0,2	-2,1

Aceite de oliva

ENVASES	Abr. 2026	Jun. 2026	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Lata 5 l.	30,4	24,4	-1,0	-3,3
Envase 5 l.	28,0	25,8	-2,2	-7,9
Envase 3 l.	18,9	15,1	-3,8	-20,1
Botella 1 l.	5,8	4,8	-1,0	-17,2

Aceite de orujo de oliva

ENVASES	Abr. 2026	Jun. 2026	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Envase 5 l.	22,4	19,6	-2,8	-12,5
Botella 1 l.	4,0	3,9	-0,1	-2,5

* Las medias incluyen también los aceites de orujo enriquecidos.

Aceite de girasol refinado

ENVASES	Abr. 2026	Jun. 2026	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Envase 5 l.	14,1	11,9	-2,2	-15,6
Botella 1 l.	2,7	2,2	-0,5	-18,5

* Las medias incluyen también los aceites de girasol enriquecidos.



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 Villafraanca de Córdoba
(Córdoba)

Almacenes

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

LINCE

Diseñado para llegar más lejos.

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

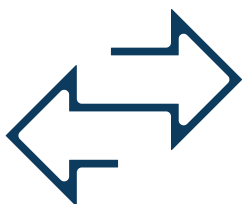




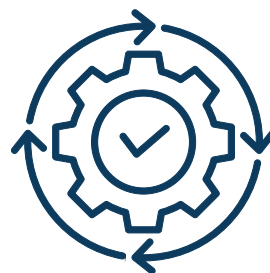
**MÁXIMA EFICIENCIA
ENERGÉTICA**



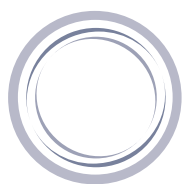
**FÁCIL
MANTENIMIENTO**



**APERTURA
INTELIGENTE**



**NUEVO RANGO DE
CAPACIDADES**



PIERALISI
CIRCULAR THINKING

OFICINA JAÉN:

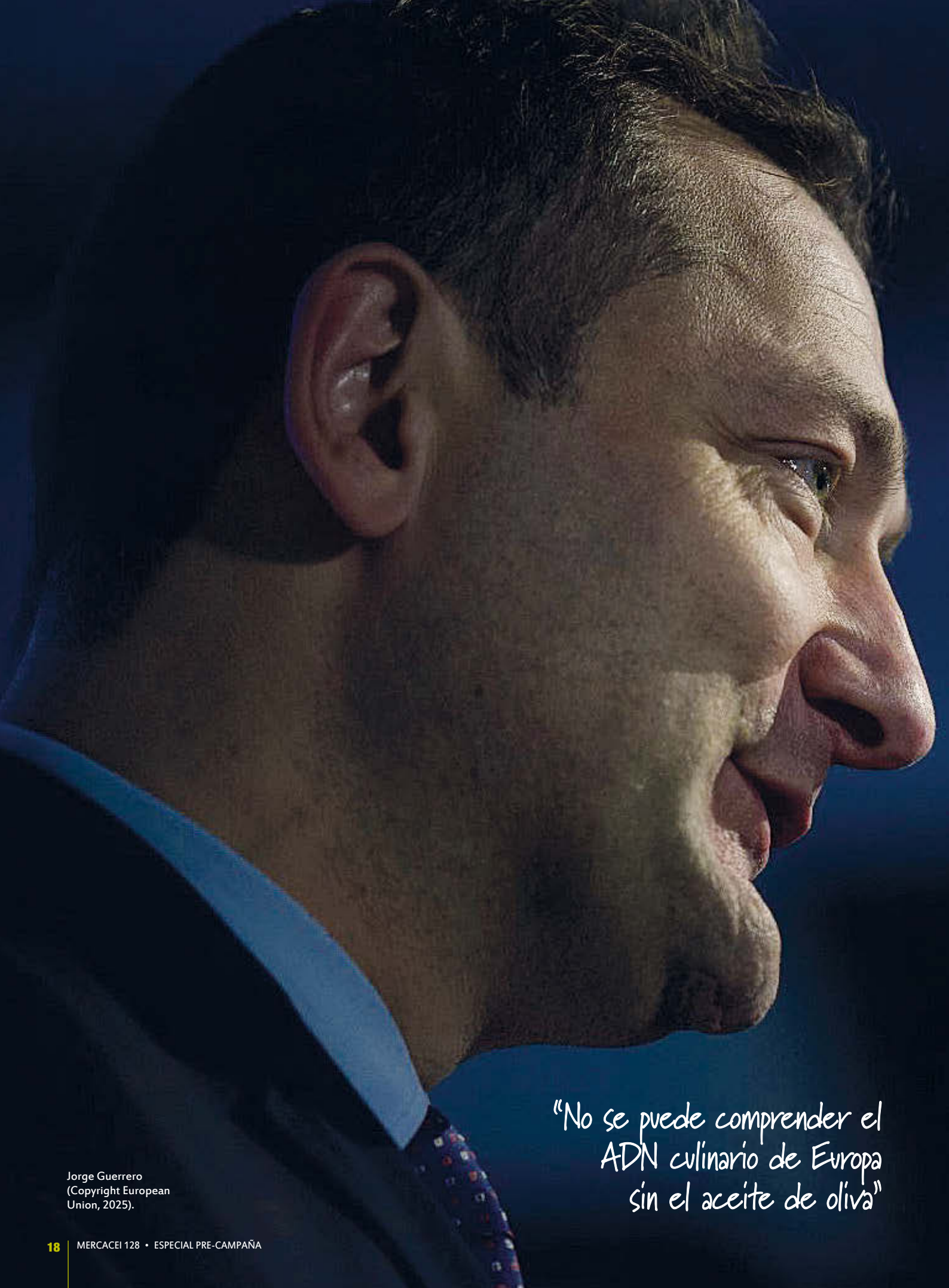
Parq. Tecnológico y Científico Geolit • Avda. de la Innovación, 41 • 23620 MENGÍBAR (JAÉN)
Tel. +34 953 284 023 • Fax +34 953 281 715

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



Jorge Guerrero
(Copyright European
Union, 2025).

*"No se puede comprender el
ADN culinario de Europa
sin el aceite de oliva"*



Christophe Hansen

Comisario de Agricultura y Alimentación de la Unión Europea (UE)

El sector del olivar y del aceite de oliva afronta en la actualidad numerosas inquietudes: la volatilidad de los precios, la subida de los costes de producción, la rentabilidad o la incertidumbre climática -eventos extremos, olas de calor y sequías-. Además, las tensiones comerciales y geopolíticas, el relevo generacional o la escasez de mano de obra también figuran en su lista de preocupaciones. De todo ello hablamos con el comisario de Agricultura y Alimentación de la Unión Europea (UE), Christophe Hansen, quien además detalla en esta entrevista en exclusiva con *Mercacei Magazine* cómo afectará la Política Agraria Común (PAC) al sector más allá de 2028. Con vistas al futuro, la visión de Hansen es optimista: el sector del olivar y del aceite de oliva mantendrá su liderazgo, profundamente arraigado en la tradición, pero también en la máxima calidad y la tecnología más avanzada.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

La futura Política Agrícola Común (PAC) que entrará en vigor en 2028 marcará una nueva etapa en la agricultura europea. ¿Cómo afectará esta nueva propuesta al sector del olivar y del aceite de oliva? ¿Qué puntos clave destacaría en beneficio tanto del olivar tradicional como del intensivo y superintensivo?

Cada día, en todo nuestro continente, la producción y el consumo de aceite de oliva marcan nuestra gastronomía, nuestras relaciones sociales, pero también nuestros paisajes e identidades regionales.

Como ingrediente fundamental de la Dieta Mediterránea, reconocida por la UNESCO como parte del patrimonio inmaterial de la humanidad, no es exagerado afirmar que no se puede comprender el ADN culinario de Europa sin el aceite de oliva. Más allá de nuestras fronteras, se ha convertido en un símbolo del patrimonio y la excelencia de Europa. En 2026, la UE siguió siendo el primer productor, consumidor y exportador de aceite de oliva del mundo.

Desde que asumí el cargo, mi principal rector ha sido escuchar, colaborar y actuar con todos los agentes de la cadena agroalimentaria europea. En las conversaciones con los productores de aceite de oliva, es evidente que el sector está atravesando un período de profunda transformación, marcado por las presiones climáticas, la incertidumbre geopolítica y la volatilidad del mercado. En este contexto, es importante subrayar que el aceite de oliva ya ocupa un

[“Las propuestas para la futura PAC ofrecen un amplio conjunto de herramientas para que los olivicultores mantengan el papel de liderazgo”]

lugar destacado en el núcleo de la PAC y seguirá ocupándolo.

Las propuestas para la futura PAC ofrecen un amplio conjunto de herramientas para que los olivicultores mantengan el papel de liderazgo.

Los olivicultores tienen el apoyo fundamental de la PAC, al igual que para cualquier otro sector agrícola, a través de pagos directos disociados y asociados, regímenes ecológicos voluntarios o compromisos agroambientales, además de un enfoque especial de las intervenciones sectoriales para el sector del aceite de oliva.

No hay distinción entre tipos de producción o cultivo, las ayudas están a disposición de todos. Por supuesto, las nuevas técnicas de cultivo están transformando el sector del aceite de oliva a un ritmo vertiginoso.

Nuestra propuesta pretende reconocer y apoyar a los olivares tradicionales por su valor económico, pero también medioambiental y cultural. Mis servicios están siguiendo muy de cerca este cam-

bio y la Comisión está dispuesta a dialogar con las partes interesadas sobre este tema. El objetivo es claro: garantizar que todos los olivicultores, independientemente de su modelo de negocio, dispongan de las herramientas, la estabilidad y la confianza necesarias para invertir, adaptarse y seguir liderando este sector a nivel mundial.

Los eventos climáticos extremos son cada vez más frecuentes e intensos, afectando de forma directa a las explotaciones agrícolas -entre ellas las de olivar- tal y como ha sucedido esta campaña, poniendo en riesgo su estabilidad y rentabilidad. ¿Qué apoyos específicos ofrece la Comisión Europea para afrontar esta situación?

Las amenazas relacionadas con el clima ya no son una preocupación lejana; se trata de una realidad cotidiana para los agricultores. Lo comprobé de primera mano durante mi visita a Andalucía en febrero, donde me reuní con productores afectados por las graves inundaciones. Estos acontecimientos ponen de manifiesto la creciente imprevisibilidad a la que se enfrentan los agricultores. Nuestra respuesta es tanto inmediata como con visión de futuro.

En el marco de la nueva propuesta de la PAC, estamos reforzando los instrumentos de gestión de riesgos y las intervenciones sectoriales, al tiempo que facilitamos las inversiones que favorecen la adaptación al cambio climático, en particular las medidas de gestión del agua, de mitigación de las inundaciones



y en materia de biodiversidad que refuercen la resiliencia a nivel de las explotaciones agrícolas y del paisaje.

Estamos mejorando nuestra capacidad para responder tanto a las repercusiones climáticas como geopolíticas. La Red de Seguridad para la Unidad que hemos propuesto para la próxima PAC, respaldada con 6.300 millones de euros a escala de la UE, supone un avance significativo para actuar con mayor eficacia cuando se producen perturbaciones en los mercados o en los sistemas de producción.

Las altas temperaturas y la sequía también están marcando las últimas campañas oleícolas. ¿Contempla la Comisión estrategias específicas para la adaptación del olivar al estrés hídrico creciente en la Cuenca Me-

diterránea? ¿Se están promoviendo líneas de investigación específicas para variedades más resistentes a la sequía y las altas temperaturas?

Hablar hoy del cultivo del olivo sin mencionar el agua es pasar por alto uno de los principales retos. La gestión del agua se ha convertido en un pilar estratégico que influye no sólo en los rendimientos, sino también en la calidad y la viabilidad económica.

La Cuenca del Mediterráneo se ve afectada por fenómenos meteorológicos extremos con mayor frecuencia que antes, incluidos períodos prolongados de sequía como los que se vivieron en la Península Ibérica entre 2022 y 2024, que afectaron gravemente a la producción y a los precios del aceite de oliva en todo el mundo.

Por una parte, a través de la PAC estamos ayudando a los agricultores con in-

versiones en prácticas agrícolas resilientes al cambio climático y asesoramiento sobre nuevos métodos y tecnologías para mejorar la retención de humedad y reducir la vulnerabilidad a la sequía.

Por otra parte, estamos invirtiendo en el futuro del sector a través de la investigación y la innovación. Programas europeos como LIFE y Horizonte Europa pueden apoyar el desarrollo de nuevas variedades de olivo y ayudar a combatir la erosión genética, la degradación del suelo y la pérdida de biodiversidad. Otros proyectos contribuyen activamente a la lucha contra nuevas plagas y enfermedades, como la *Xylella*, reforzando toda la cadena de valor.

En definitiva, hoy trabajamos para apoyar la adaptación, al tiempo que preparamos al sector para el mañana, garantizando que la producción de aceitunas siga siendo resiliente en un entorno con cada vez más limitaciones hídricas.

EL PERFIL

Christophe Hansen es actualmente comisario de Agricultura y Alimentación en la Comisión Europea, cargo que asumió el 1 de diciembre de 2024.

El Comisario Hansen ha trabajado activamente a nivel de la UE en temas relacionados con la agricultura, el medio ambiente y el comercio, desempeñando diversas funciones desde 2007. De 2018 a 2024, fue miembro del Parlamento Europeo. Anteriormente, trabajó en la Representación Permanente de Luxemburgo ante la UE y en la Cámara de Comercio de Luxemburgo, entre otras instituciones. En 2023, fue elegido diputado al Parlamento Nacional de Luxemburgo, donde ejerció hasta las elecciones europeas de junio de 2024.

Christophe Hansen nació en 1982 en Wiltz, Luxemburgo. Tiene un Máster en Geociencias, Ciencias Ambientales y Gestión de riesgos por la Universidad Louis Pasteur de Estrasburgo (Francia). El Comisario Hansen habla luxemburgués, inglés, francés, alemán, español y tiene conocimientos básicos de neerlandés.



Jorge Guerrero (Copyright European Union, 2025).



agroisa

Parte de tí.



Agua



Aceituna



Almendra



Pistacho



Avellana



El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación español, Luis Planas, junto a Christophe Hansen, durante una de sus visitas a España.



Jorge Guerrero (Copyright European Union, 2025).

Debido a esta inestabilidad climática, el precio del aceite de oliva muestra una alta volatilidad. Además, los productores -principalmente de olivar tradicional- tienen que asumir altos costes de producción. ¿Qué mecanismos contempla la Comisión para mejorar la transparencia en la formación de precios del aceite de oliva y para que, de esa manera, todos los eslabones de la cadena estén debidamente retribuidos? ¿Se plantea la Comisión reforzar las herramientas de gestión de crisis ante episodios de volatilidad extrema?

Hace un año, la Comisión reveló su hoja de ruta para 2040, nuestra “Visión para la Agricultura y la Alimentación”. Reafirmamos nuestro compromiso en favor de unos ingresos justos para los agricultores.

El pasado mes de marzo adoptamos nuevas normas para reforzar la posición de los agricultores en la cadena de suministro y restablecer la confianza entre los agentes de esa cadena agroalimentaria. En particular, estas medidas reforzarán la transparencia de las

“Las nuevas técnicas de cultivo están transformando el sector del aceite de oliva a un ritmo vertiginoso”

negociaciones contractuales con los transformadores de alimentos y otros agentes, al exigir que los precios se fijen de manera clara y transparente y tengan mayormente en cuenta la evolución de los elementos más importantes de los costes de producción que influyen en la remuneración de los agricultores. Esto contribuirá a una mejor translación de los precios y garantizará que el valor añadido de los productos se reparta de manera más equitativa a lo largo de toda la cadena de suministro.

Además, la Comisión ha emprendido recientemente la revisión del marco de

la UE sobre prácticas comerciales desleales. Como parte de esta iniciativa, y tal y como se anunció en la “Visión para la Agricultura y la Alimentación”, la Comisión estudiará otras iniciativas para que los agricultores no se vean obligados a vender sistemáticamente sus productos por debajo de los costes de producción.

La escasez de mano de obra y el relevo generacional son dificultades a las que también se enfrenta en la actualidad el sector agrario en general y olivarero en particular. ¿Qué estrategias o instrumentos plantea la Comisión Europea para solventar dichos problemas?

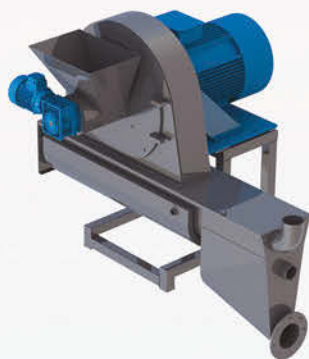
Esta es quizás una de las cuestiones más decisivas para el futuro del sector del aceite de oliva. Porque, más allá de los mercados o el clima, en última instancia todo gira en torno a las personas.

El cultivo del olivo desempeña un papel fundamental en la Europa rural. Sostiene las economías locales, crea empleo y ayuda a frenar la despoblación.

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

[[“Nuestra propuesta pretende reconocer y apoyar a los olivares tradicionales por su valor económico, pero también medioambiental y cultural”]]

En muchas regiones, especialmente en el Mediterráneo, los olivares tradicionales son el pilar de la vida rural y un símbolo de identidad colectiva. Han sustentado a generaciones de familias y configurado paisajes culturales únicos.

Pero también debemos ser realistas en cuanto a los retos a los que se enfrentan muchas explotaciones: desde el envejecimiento de la población hasta el aumento de los costes de producción y la presión sobre la rentabilidad. Todo ello hace más difícil atraer y retener a una nueva generación.

Esta es la razón por la que estamos adoptando un enfoque global y a largo plazo. A través de la Estrategia para el Relevo Generacional en la Agricultura, de octubre de 2025, nuestro objetivo es hacer que la agricultura sea más accesible y atractiva, con el claro propósito de duplicar la proporción de jóvenes y nuevos agricultores de aquí a 2040.

La estrategia se centra en diferentes aspectos en los que las actuaciones pueden tener la mayor repercusión. Proporciona una respuesta coordinada a escala nacional y de la UE mediante la combinación de apoyo financiero, mercados de tierras más justos, formación, reformas que promueven la sucesión oportuna de las explotaciones agrícolas y una seguridad de las pensiones adecuada para los agricultores que se jubilan.

Este enfoque integrado ayuda a los Estados Miembros a coordinar las medidas en todas las políticas agrícolas, rurales, sociales, tributarias y de innovación, garantizando que los jóvenes y nuevos agricultores reciban un apoyo coherente y a largo plazo.

En última instancia, el mensaje es claro: garantizar el relevo generacional no



Christophe Hansen, a la izquierda, durante una visita a la plantación de olivos de Hacienda Guzmán.

consiste solo en sustituir a los agricultores, sino también en asegurar el futuro de las comunidades rurales, preservar un modo de vida y mantener el liderazgo de Europa en el sector agrícola.

¿Qué valoración realiza la Comisión sobre el impacto de los acuerdos comerciales con terceros países -Mercosur o la India- para el aceite de oliva? ¿Cómo se garantiza la protección del producto europeo?

La singularidad del aceite de oliva europeo a la que me refería anteriormente ha sido determinante a la hora de garantizarle una posición sólida en nuestros recientes acuerdos comerciales, no sólo con los países del Mercosur o la India, sino también en el caso de Japón, México y Corea del Sur.

A nivel internacional, los consumidores valoran el aceite de oliva como un producto emblemático y de calidad superior. En estos mercados dinámicos, los aceites de oliva europeos gozan de una sólida reputación.

En relación con el acuerdo UE-Mercosur, los países del Mercosur están

creciendo y tienen mercados dinámicos, pero mantienen elevadas barreras de entrada. El acuerdo comercial permitirá un acceso sin precedentes a los agricultores y productores agroalimentarios de la UE, otorgándoles una ventaja por ser precursores y una posición más sólida en los próximos años.

En cuanto a la India, el acuerdo es equilibrado y comercialmente significativo. Crea nuevas e importantes oportunidades de mercado para el sector agroalimentario de la UE, en particular para los vinos y las bebidas espirituosas, la cerveza, el aceite de oliva, la fruta o los alimentos transformados.

Al mismo tiempo, la apertura de los mercados es indisoluble de la protección de aquello que hace únicos a nuestros productos. A través de estos acuerdos, garantizamos el reconocimiento de las normas europeas, así como de sus regímenes de calidad e indicaciones geográficas.

Por lo tanto, el enfoque es tanto estratégico como equilibrado: ampliar las oportunidades sin dejar de velar por la calidad y la autenticidad.

Jorge Guerrero (Copyright European Union, 2025).



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



Jorge Guerrero (Copyright European Union, 2025).

¿Qué papel otorga la Comisión al olivar como sumidero de carbono dentro de los objetivos del Pacto Verde Europeo y qué medidas está impulsando Bruselas para integrar al sector del olivar en los mercados voluntarios y regulados de créditos de carbono, y garantizar que los agricultores reciban una compensación justa por las prácticas de captura y almacenamiento de carbono, especialmente en regiones productoras como España?

Además de constituir un activo económico y cultural, los olivares ocupan un lugar único en la gestión medioambiental de la UE, ya que contribuyen a la resiliencia de los ecosistemas y los paisajes. Estamos trabajando para garantizar que estas contribuciones se reconozcan y recompensen adecuadamente.

La certificación de las prácticas de captura de carbono en suelos agrícolas podría permitir a los agricultores recibir pagos basados en resultados, complementando sus ingresos y apoyando su transición hacia sistemas de producción más resilientes.

Actualmente estamos terminando de definir las metodologías de cap-

[“Hablar hoy del cultivo del olivo sin mencionar el agua es pasar por alto uno de los principales retos”]

tura de carbono para las actividades agrícolas. Esto incluye no sólo el carbono almacenado en los árboles, sino también las prácticas aplicadas en los olivares -como las que aumentan la aportación de carbono al suelo o reducen las emisiones del suelo- que también podrán optar a la certificación. Estas prácticas pueden reducir aún más las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de los suelos, al tiempo que aportan beneficios secundarios para la biodiversidad y la restauración de los ecosistemas.

Por otra parte, es esencial que estos sistemas y las metodologías de certificación asociadas sigan siendo prácticos y accesibles para los agricultores. Los costes de transacción, seguimiento y notificación relacionados con la certifi-

cación de las absorciones de carbono deben reducirse al mínimo, en particular para los pequeños agricultores.

En general, ¿cómo ve el futuro del sector oleícola europeo?

Hemos abordado una serie de retos a los que se enfrenta el sector, como el cambio climático, el envejecimiento de los agricultores o la volatilidad de los precios, pero también las oportunidades que ofrecen las nuevas técnicas y los nuevos mercados y consumidores. El sector europeo del aceite de oliva ya ha demostrado su resiliencia en el pasado, por ejemplo, durante la pandemia del COVID-19.

Estoy seguro de que mantendrá su liderazgo, profundamente arraigado en la tradición, pero también en la máxima calidad y la tecnología más avanzada.

El papel de los productores, las cooperativas y las partes interesadas -cuya voz se refleja a través de plataformas como la del Grupo Editorial Mercacei- es fundamental.

No solo producen aceite de oliva: preservan los paisajes, sustentan las comunidades y perpetúan un patrimonio europeo compartido. 🟡

MANZANO
Flottweg



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



¿Qué se oculta tras

El

MUNDO

de las

MARCAS?

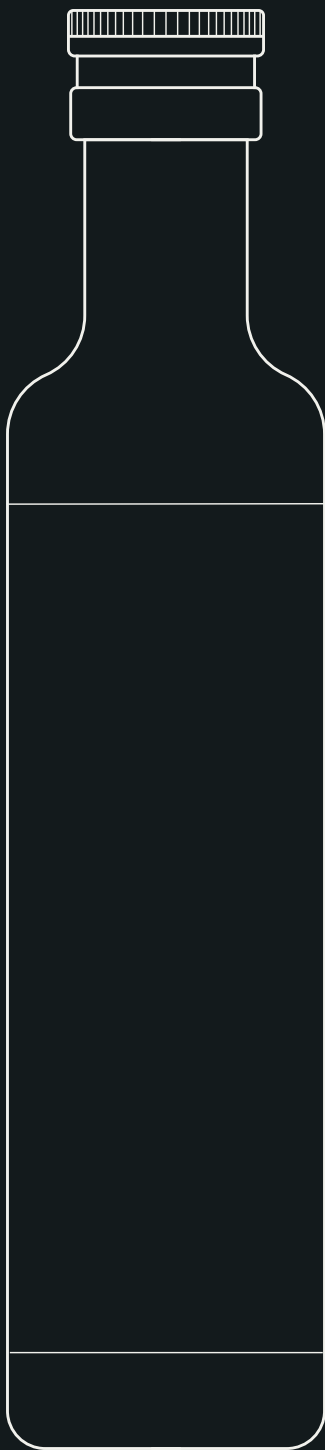
VOLATS, diseñado por el Mediterráneo

VOLATS (en valenciano, “volados”) nace en la Sierra de Espadán y Calderona (Castellón) a partir de olivares centenarios de la variedad autóctona serrana, cultivada ya por los íberos y hoy recuperada con orgullo mediterráneo. El nombre de la marca, surgida del compromiso con la tierra de tres emprendedores valencianos y con el afán de dar visibilidad a los campos que no deben ser abandonados, expresa esa dualidad que la define: *con los pies en la tierra y la cabeza en las nubes*. “Porque echar a volar también es permanecer”, puede leerse en su espectacular packaging. O lo que es lo mismo, mirar al futuro sin olvidar las raíces. Este AOVE de cosecha temprana, intenso y equilibrado, cultivado según las directrices de la agricultura ecológica y regenerativa, está elaborado de forma artesanal y envasado el mismo día de la recolección. Gracias al formato *bag in box* al vacío, el producto se conserva protegido de la luz y el oxígeno, garantizando frescura durante todo el año; mientras que su icónica botella de gres -vasijas de cerámica de diseño exclusivo, reutilizables y coleccionables-, fabricada artesanalmente en Manises, convierte este virgen extra Premium en todo un objeto de deseo. El sistema de recarga en Doypack permite reutilizar el envase y apostar por un consumo más sostenible. Lanzado en 2023 -aunque la primera cosecha comercializada en el mercado llegó en 2025-, **VOLATS** se dirige a tiendas gourmet, *concept stores*, establecimientos gastronómicos y consumidores que valoran autenticidad, diseño y cultura mediterránea, sostenibilidad y sabor en cada gota, pudiendo adquirirse *on line* en www.volats.com y en puntos de venta seleccionados.

“El naranjo sabe a vida
y el olivo a tiempo sabe.
Y entre el clamor de los dos
mis pasiones se debaten”
(“El último rincón”,
de Miguel Hernández)



Entre cientos de diseños,
solo uno será el tuyo.
En Ártsolut te ayudamos
a crearlo.



+34 654 80 61 06
artsolut.es

ARTSOLUT

Olibier, Oro de El Bierzo

Situada en el noroeste de la provincia de León, la comarca de El Bierzo es una región única con características climatológicas que la hacen ideal para el desarrollo agrícola. Su microclima combina influencias atlánticas y mediterráneas, resultando en un ambiente suave y templado con una humedad equilibrada. Cada botella de *Olibier* (Olibier Bierzo, S.L.) contiene mucho más que aceite de oliva virgen extra: un sueño que se cultiva con paciencia, una esperanza que brota entre olivos y silencios; el temblor de los artífices de este pequeño gran proyecto, Jaime Fortuny y Sonia López, pleno de pasión, emoción y amor por la tierra. En su almazara, la primera registrada en la provincia de León -inaugurada en noviembre de 2024 y que lleva el nombre de su hijo Diego-, se muelen en frío los frutos recolectados en las primeras horas del día entre los meses de octubre y noviembre, apenas unas horas después de su recogida empleando los métodos tradicionales de ordeño y vareo. El resultado es un poema hecho líquido, un legado convertido en sabor; un producto elaborado con dedicación y respeto por la tradición. En las cinco hectáreas de las fincas familiares en Congosto se cultivan olivos picuales y arbequinos, de las que se obtienen sendos monovarietales y un coupage de ambas variedades disponibles en vidrio oscuro de 200 ml., en una producción limitada de alrededor de 6.500 botellas cuyo precioso etiquetado ha corrido a cargo del diseñador Juanjo Villadangos. La empresa controla todo el proceso productivo, desde la recolección hasta el envasado -bajo demanda- y, además de en la web www.olibierbierzo.es, sus AOVEs también se pueden encontrar en diversos establecimientos gourmet y restaurantes de la comarca, en localidades como Ponferrada, Canedo y Congosto, si bien espera ampliar su distribución al resto de la provincia de León en los próximos años.

“No sólo canta el vino,
también canta el aceite,
vive en nosotros con su luz madura
y entre los bienes de la tierra
aparto, aceite,
tu inagotable paz, tu esencia verde,
tu colmado tesoro que desciende
desde los manantiales del olivo”
(“Oda al aceite”, de Pablo Neruda)



Práxedes, la leyenda del aceite sagrado

En tiempos antiguos, cuando los dioses aún caminaban entre los mortales, un olivo sagrado se alzaba en lo más alto de los Montes de Toledo. De su fruto nacía un elixir exquisito: el oro líquido de los dioses, el aceite divino. Su protectora era Práxedes, una guerrera inmortal que juró proteger dicho olivo por toda la eternidad a cambio de poder compartirlo con los humanos. Desde entonces, el olivo sigue enraizado en las fértiles tierras de Navahermosa, en pleno corazón de los Montes de Toledo, y cada gota de su néctar transporta el eco de los dioses, el legado de Práxedes. *Práxedes Olive Oil* nace en 2025 a partir de un proyecto pionero acometido por tres jóvenes agricultores con almazara propia que cultivan tanto cornicabra convencional como ecológica, una variedad autóctona y con identidad propia profundamente ligada a este territorio, siempre desde el respeto absoluto al origen. Procedente de un olivar tradicional de secano, en su elaboración se controla todo el proceso productivo, desde el campo hasta la mesa. El resultado son unos AOVEs intensos y equilibrados -recomendados y utilizados por Martín Berasategui en su restaurante-, plenos de personalidad y carácter. Pero el de *Práxedes* es también un proyecto rompedor a nivel de diseño que apuesta por una estética rompedora donde el envase forma parte de la experiencia. Su línea gourmet, *The Private Author Collection*, está concebida como una auténtica colección de autor presentada en botellas cuadradas de 500 ml. que recuerdan a un perfume y cuyo diseño nace en la propia almazara, toda una explosión de colores y formas que actúa como una huella dactilar de la naturaleza transformada en arte; mientras que la colección de monovarietales utiliza patrones geométricos y color block como lenguaje visual. Verdes ácidos, rosas intensos y códigos cromáticos claros permiten identificar cada variedad, manteniendo la aceituna como icono central.

“Te entrego el olivo, cuyas hojas no caerán
ni tan siquiera en el invierno, su fruto
alimentará a tu pueblo y te hará famoso
en el mundo entero”
(Atenea)



Todo el packaging incorpora la leyenda de Práxedes -también era el nombre del bisabuelo de Mar Guerrero, una de las artífices del proyecto- como símbolo de la vuelta a los orígenes y al conocimiento transmitido de generación en generación. De hecho, el logotipo nace de un texto manuscrito del abuelo de Mar, cuya letra original sirve hoy de identidad gráfica y sello de autenticidad de la marca.



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





NOVEDADES Y LANZAMIENTOS

Gaudea presenta su AOVE de arbequina en formato *bag in box*



Gaudea, empresa productora de AOVE arbequino con DOP Les Garrigues, ha ampliado su gama de productos con el lanzamiento de su nuevo formato *bag in box* (BiB), un envase innovador más sostenible, práctico y eficiente que garantiza la calidad y conservación óptima del producto, facilita la dosificación y reduce el impacto ambiental. El *bag in box* es más ligero que el vidrio, lo que reduce el consumo de combustible y las emisiones durante el transporte. El cartón exterior es 100% reciclable y la bolsa interior utiliza menos plástico que otros formatos tradicionales, contribuyendo a una reducción significativa de residuos. Además, la bolsa se contrae a medida que se extrae el aceite, evitando el contacto con el aire y protegiéndolo de la luz y el oxígeno, lo que permite mantener su calidad durante semanas o meses después de su apertura. El sistema BiB también ofrece una dosificación fácil, limpia y controlada gracias al grifo integrado, sin goteos ni riesgo de roturas. Además, la reducción de materiales pesados como el vidrio permite una mejor relación calidad-precio, con un coste del envase inferior que puede repercutir en un precio final más competitivo. El nuevo formato de 3 litros está concebido tanto para uso doméstico como para restaurantes y productores, reforzando la apuesta de Gaudea por la innovación y la sostenibilidad en el sector del aceite de oliva. 🍴

Familia Santías, autenticidad y compromiso con el origen

Familia Santías nace en un entorno singular donde se funden el legado minero, la dehesa y el olivar tradicional. Un paisaje único cargado de historia y biodiversidad que inspira la identidad visual de la marca, cuya imagen representa la convivencia entre naturaleza, tradición y actividad humana. El proyecto pone en valor un ecosistema vivo, hogar de fauna y flora autóctonas, y un olivar trabajado con respeto y compromiso hacia la tierra. Un modelo consolidado a lo largo de 25 años de trayectoria que bebe del *know how* heredado, la innovación y el afán de mejora continua. Con dos centros de producción, la firma trabaja cada campaña con el objetivo de garantizar la máxima calidad de su gama de AOVes de frutado intenso, medio y ligero -tres monovarietales de arbequina, picual y hojiblanca, y un coupage de pico limón, cornezuelo, changlot real, picual y arbequina, *Fórmula nº 1-*, presentados en formato de vidrio oscuro de 500 y 750 ml. y PET de 1, 2 y 5 l., ofreciendo soluciones tanto para el consumidor final como para el canal profesional.

El rediseño de marca y packaging ha corrido a cargo del estudio ubetense Superfluido, con la dirección creativa de Antonio Cuenca. El objetivo consistió en actualizar la imagen de marca y gama de aceites para transmitir la calidad real del producto, favoreciendo la decisión de compra en el lineal sin perder la identidad de arraigo familiar y evitando caer en códigos visuales clásicos. Para ello se creó un lenguaje visual que refleja el ecosistema donde se producen sus aceites -dehesa, olivar, ganado y minería-, expresando esa singularidad como piezas de un puzzle conectadas entre sí por medio de ilustraciones. Un diseño limpio, elegante y atemporal que representa el corazón de *Familia Santías*: autenticidad, calidad y compromiso con el origen. 🍴



El Camino, una celebración del arte, la luz y la tradición andaluza

La marca 1490 ha presentado *El Camino*, la nueva edición limitada de *1490 Deco & Deli* creada junto a la artista internacional Lola López -tras el éxito de su primera colección conjunta-, una celebración del arte, la luz y la tradición andaluza materializada en 14.900 frascas de porcelana numeradas a mano. La obra representa un camino serpenteante que conduce a un cortijo blanco, custodiado por antiguas tinajas, símbolos del alma rural andaluza. Cada pincelada transmite serenidad, color y emoción, fiel al universo naíf de la artista, convirtiendo cada pieza en un objeto de colección que trasciende lo gastronómico. En su interior alberga un monovarietal picual de calidad Premium procedente de La Rambla, en plena Campiña cordobesa. Un virgen extra intenso, aromático y con carácter, concebido para disfrutarse en crudo, donde despliega su amargor elegante y su ligero picor final; y que marida especialmente bien con tomate, carnes, verduras, quesos curados y pescados grasos, ofreciendo una completa experiencia sensorial. Presentado en un estuche inspirado en la obra de Lola López que refuerza su dimensión artística y su valor como pieza de coleccionista, *El Camino* es más que un aceite: una obra que une arte, sabor y emoción, territorio y gastronomía, llevando la esencia del sur a la mesa. 🍴



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



Conde de Benalúa presenta un exclusivo coupage elaborado a partir de las mejores variedades de la UE

Conde de Benalúa ha presentado su nuevo AOVE *Benalúa*, un coupage elaborado a partir de las mejores variedades de la Unión Europea, seleccionando cuidadosamente lo más destacado de España, Italia y Portugal. Un aceite único nacido con una clara vocación: representar lo mejor de la tradición oleícola mediterránea desde una visión moderna, exigente y orientada a la excelencia. A la marca granadina le faltaba una historia que conectara emocionalmente con el consumidor y la ha encontrado en la figura de D. Julio Quesada Piedrola y Cañaveral, Conde de Benalúa (Granada) y Duque de San Pedro de Galatino (Galatina, Lecce, Italia). A partir de este vínculo histórico y cultural, surge la oportunidad de crear un coupage singular, reconocible y con valor añadido, uniendo la fuerza, intensidad y carácter de la variedad picual de su zona de producción en Granada con la elegancia y complejidad de la coratina de Puglia (Italia) -muy valorada en el canal gourmet-, y con la suavidad y equilibrio de la arbequina para redondear una experiencia completa. En nariz, este exclusivo coupage de gran riqueza organoléptica, lleno de contrastes y matices perfectamente equilibrados, se muestra intensamente verde y armonioso, con una marcada presencia de hoja de olivo, acompañada de una compleja mezcla de almendra ayosa y delicados toques florales de camomila, que aportan elegancia y frescura. En boca, estos aromas evolucionan hacia una entrada dulce y frutal, donde destacan claramente el plátano y la almendra dulce. De forma progresiva aparece un amargo elegante y bien integrado, y un picante sostenido y persistente que añade carácter, estructura y una larga sensación final. Se trata de un aceite extraordinariamente versátil, ideal tanto para el consumo en crudo -ensaladas, verduras, tostadas, quesos o aportando un toque final en carnes y pescados- como para usos culinarios más exigentes -frituras, salteados y cocina a la plancha-, garantizando rendimiento, sabor y una cocina más saludable. 🍯



Olivares del Carapé, desde Maldonado con amor

Fundada por Daniel Dawson -antiguo reportero y editor en Olive Oil Times- y su esposa, Andrea Lanz -química farmacéutica-, a finales de 2023, Olivares del Carapé responde al afán de esta pareja de emprendedores por elaborar aceite de oliva virgen extra de alta calidad en el Departamento de Maldonado, en el sureste de Uruguay -a unos 35 kilómetros al norte del famoso balneario de Punta del Este-, un país que, en un buen año, produce aproximadamente la mitad del aceite de oliva que consume. Ambos se formaron como maestros de almazara en Jaén, Chile, Uruguay y EEUU, y Dawson ha formado parte durante los dos últimos años del panel de Cata aprobado por el COI en la Universidad de la República de Uruguay. Sus 3.800 árboles se cultivan en suelos franco-arenosos bien drenados -perfectos para los olivos- y acceso a electricidad trifásica, en una finca de 16 hectáreas -de ellas, 14 recientemente plantadas con las variedades arbequina, koroneiki y picual- situada al pie de la Sierra de Carapé, con amplias vistas que se extienden desde las verdes colinas ondulantes hasta allí donde el Río de la Plata se encuentra con el Océano Atlántico. A la espera de que los olivos alcancen la madurez productiva, la empresa, que cuenta con una moderna almazara y bodega, adquiere actualmente las aceitunas a productores locales y planea ofrecer el servicio de producción a maquila en el futuro. En abril de 2025, Olivares de Carapé produjo 800 litros de AOVE de cosecha temprana, en concreto un monovarietal de arbequina -la variedad más prolífica en Uruguay- y un coupage de arbequina y picual, que comercializó en botellas de vidrio de 500 y 250 ml. en el mercado local -próximamente se incorporarán formatos más grandes, como un *bag in box* de 3 l.-, en ferias artesanales y eventos gastronómicos y culturales. Además, y aprovechando la impresionante belleza natural del sureste uruguayo, la empresa ofrece actividades de oleoturismo que incluyen la visita a la almazara y catas guiadas. 🍯



**El diseño
del envase
de aceite
que lo petará
este año
todavía
no existe.**



Porque nadie nos lo ha encargado.



creatividad + osadía + obsesión



WORLD'S BEST OLIVE OILS



Miceli & Sensat, Aceites Oro Bailén y Sabino Leone triunfan en la edición 2025/26 del ranking World's Best Olive Oils

La edición 2025/26 del ranking World's Best Olive Oils (WBOO), que reconoce a los AOVEs y almazaras más premiados del mundo en la pasada campaña, arroja importantes novedades en lo más alto del podio. Italia y España vuelven a imponer su aplastante dominio, con Miceli & Sensat obteniendo un fantástico doblete en las categorías de Mejor AOVE Ecológico y Mejor Almazara Ecológica del mundo. *Don Gioacchino*, de Azienda Agricola Sabino Leone, es reconocido como el AOVE más premiado del mundo; mientras que Aceites Oro Bailén repite como Mejor Almazara del Mundo.

[TEXTO: Alfredo Briega Martín]

Don Gioacchino (465 puntos), de Azienda Agricola Sabino Leone -un excelso monocultivar de coratina procedente de olivos centenarios de alrededor de 240 años de antigüedad que toma el nombre del padre de Sabino y fundador de la *azienda*-, lidera la categoría de Mejor AOVE del Mundo en la edición 2025/26 del ranking WBOO.

Con 100 puntos menos se sitúa otro AOVE italiano, en este caso de Sicilia, *Unico*, de Miceli & Sensat Azienda Agri-

cola Biologica (365 puntos), un monovarietal 100% picual nacido del injerto sobre un acebuche siciliano, un AOVE verdaderamente singular en el panorama internacional. *Oro Bailén Picual*, de Aceites Oro Bailén Galgón 99, obtenido en los olivares de la familia Gálvez González situados en la Sierra Norte de la provincia de Jaén, ocupa la tercera posición del podio con 290 puntos.

Completan el TOP10 de los vírgenes extra que más premios consiguieron en la pasada campaña otros seis vírgenes extra españoles y uno italia-

no, *Monini Monocultivar Coratina*, de Monini SpA, 4º con 285 puntos. Le sigue otro magnífico picual de Aceites Oro Bailén Galgón 99 -en este caso ecológico-, *Oro Bailén Picual Bio* (280 puntos), segundo del mundo el año pasado; y con la misma puntuación figuran *Rincón de la Subbética*, de Almazaras de la Subbética, y *O-Med Picual*, de Venchipa, S.L. A continuación encontramos a *Don Remigio*, de Oleícola Jaén, una de las novedades en esta edición (265 puntos); *Parqueoliva*

(pasa a página 40)

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



RANKING OF THE WORLD'S BEST OLIVE OILS - 2025/2026

Rank	Olive Oil Producer / Mill	Olive Oil	Country	Region	Points
1	Az. Agr. Sabino Leone	Don Gioacchino	ITALY	Puglia	465
2	Miceli & Sensat	Único	ITALY	Sicily	365
3	Aceites Oro Bailén Galgón 99, S.L.	Oro Bailén Picual	SPAIN	Andalusia	290
4	Monini, SpA	Monini Monocultivar Coratina	ITALY	Umbria	285
5	Aceites Oro Bailén Galgón 99, S.L.	Oro Bailén Picual Bio	SPAIN	Andalusia	280
"	Almazaras de la Subbética, S.L.	Rincón de la Subbética	SPAIN	Andalusia	280
"	Venchipa, S.L.	O-Med Picual	SPAIN	Andalusia	280
8	Oleícola Jaén, S.A.	Don Remigio	SPAIN	Andalusia	265
9	Almazaras de la Subbética, S.L.	Parqueoliva Serie Oro	SPAIN	Andalusia	260
"	Knolive Oils, S.L.	Knolive Epicure	SPAIN	Andalusia	260
11	Longnan Xiangyu Olive Development Co., Ltd.	Xiang Yu - Coratina	CHINA	Longnan	195
12	Ntra. Sra. de Guadalupe, S.C.A.	Virrey del Pino Selección	SPAIN	Andalusia	190
13	Az. Agr. Quattrociocchi Americo	Olivastro	ITALY	Lazio	185
"	Az. Agr. Tommaso Masciantonio	Crognale	ITALY	Abruzzo	185
"	Ntra. Sra. de los Remedios, S.C.A.	Oro de Cánava	SPAIN	Andalusia	185
"	Oleícola Jaén, S.A.	Oleícola Jaén Picual Especial	SPAIN	Andalusia	185
17	Az. Agr. Biologica Paola Orsini	Olio DOP Colline Pontine Bio	ITALY	Lazio	180
"	Az. Agr. Donato Conserva	Mimi Premium Blend	ITALY	Puglia	180
"	Azienda Agricola Giacomo Nieddu	Terracuja Biologico	ITALY	Sardinia	180
"	Aziende Agricole di Martino Sas	Schinosa La Coratina	ITALY	Puglia	180
"	Goya en Espana, S.A.U	Goya Organics	SPAIN	Andalusia	180
"	Oleícola Jaén, S.A.	Oleícola Jaén Eco	SPAIN	Andalusia	180
"	Rafael Alonso Aguilera, S.L.	Oro del Desierto Picual	SPAIN	Andalusia	180
"	S.C.A. del Campo "El Alcázar"	Olibaeza Premium Picual	SPAIN	Andalusia	180
"	S.C.A. Sierra de la Pandera	Jabalucz Gran Selección	SPAIN	Andalusia	180
26	Frantoio Cutrera Srl	Primo DOP - Tonda Iblea	ITALY	Sicily	175
"	Goya en Espana, S.A.U	Goya Unico	SPAIN	Andalusia	175
"	Miceli & Sensat	Verde	ITALY	Sicily	175
"	S.C.A. San Isidro Labrador	El Santuario de Mágina Selección Temprana	SPAIN	Andalusia	175
"	Suministros Agroebro, S.L.	Artajo 10 Bio Koroneiki	SPAIN	Navarra	175
31	Rafael Alonso Aguilera, S.L.	Oro del Desierto Coupage	SPAIN	Andalusia	170
"	Rafael Alonso Aguilera, S.L.	Oro del Desierto Hojiblanca	SPAIN	Andalusia	170
"	S.C.A. San Felipe Apóstol	Balcón del Guadalquivir	SPAIN	Andalusia	170
34	Almazaras de la Subbética, S.L.	Almaoliva Bio	SPAIN	Andalusia	165
"	Az. Agr. Biologica Paola Orsini	Riserva Paola Orsini	ITALY	Lazio	165
"	Decimi Società Agricola	Emozione	ITALY	Umbria	165
37	Nicolangelo Marsicani	Opera Nostra - Campania IGP	ITALY	Campania	160
"	S.C.A. Oliviera La Purisima	El Empiedro	SPAIN	Andalusia	160
39	Az. Agr. Alfredo Cetrone	In	ITALY	Lazio	155
40	Masoni Becciu di Deidda Valentina	Cuncordu	ITALY	Sardinia	150
41	Frantoio Oleario Domenico de Palma SRL	Olio Longevo Top Quality	ITALY	Apulia	145
42	4 C Azeites Unipessoal	4C	PORTUGAL	Alentejo	100
"	Aceites Oro Bailén Galgón 99, S.L.	Oro Bailén Frantoio	SPAIN	Andalusia	100
"	Agrícola S. Bartolomé, S.A	Oliveira da Serra O Lagar	PORTUGAL	Lisboa	100
"	Agroliva	El Faro	ARGENTINA	Buenos Aires Province	100
"	Aires de Jaén, S.L.	Finca Badenes	SPAIN	Andalusia	100
"	Al Kaabi Olive Oil	Al Kaabi	TUNISIA	Kairouan	100
"	Arg Chalet del Sole	Ogliarola Delicato	ITALY	Puglia	100
"	Az. Agr. Alfredo Cetrone	Cetrone Novolio	ITALY	Lazio	100
"	Az. Agr. Mio Padre è un Albergo	Evo Bio	ITALY	Tuscany	100
"	Az. Agr. Quattrociocchi Americo	Peranzana	ITALY	Puglia	100
"	Az. Agr. Quattrociocchi Americo	Classico Bio	ITALY	Lazio	100
"	Azienda Agricola Caputo Maria	Olio di Roma IGP	ITALY	Lazio	100
"	Buta Assos Gida	Gran Pregio Bio Coratina	ITALY	Puglia	100
"	Can Torres Agroeco, S.L.	Freyya Premium Nefes	TURKEY	Marmara	100
"	Catas y Olivas, SPA	Olíric Koroneiki	SPAIN	Balearic Islands	100
"	Cooperativa Agricola de Cambrils, S.C.C.L.	Pintadura Frantoio	CHILE	Coquimbo	100
"	Decimi Società Agricola	Mestral Arbequina	SPAIN	Catalonia	100
"	Di Girolamo Massimiliano	DOP Umbria	ITALY	Umbria	100
"	Di Molfetta Pantaleo & C SNC	Olio Extravergine di Oliva	ITALY	Lazio	100
"	Ernesto Singer	Di Molfetta Frantoiani	ITALY	Puglia	100
"	Fazenda Serra dos Tapes	Tuperici Picual	URUGUAY	Montevideo	100
"	Fercom Argentina SRL	Potenza Intenso	BRASIL	Rio Grande do Sul	100
"	Fercom Argentina SRL	Nobles Caciques (Blend Medio)	ARGENTINA	Buenos Aires Province	100
"	Grupo Pons since 1945, S.L.	Nobles Caciques (Coratina)	ARGENTINA	Buenos Aires Province	100
"	La Agrícola, S.A.	Pons JANIROC Lecciana	SPAIN	Catalonia	100
"	Lagar H	-	ARGENTINA	Mendoza	100
"	Melissa Kikizas, S.A.	Koroneiki	BRASIL	Rio Grande do Sul	100
"	Oilivis SRL	Terra Creta PDO Kolymvari	GREECE	Creta	100
"	Olive Oil Morgan	Garmonia	ITALY	Puglia	100
"	Olivosur SRL	Morgan Blend	SLOVENIA	Istria	100
"	Opg Chiavalon	Serrano	URUGUAY	Canelones	100
"	Rosana Chiavassa	Romano	CROATIA	Istria	100
"	S.C.A. Nuestra Señora de la Fuensanta - Oleoestepa	Monasto	BRASIL	Southwest	100
"	S.C.A. Olivarera Pontanense - Oleoestepa	Estepa Virgen	SPAIN	Andalusia	100
"	S.C.A. San Sebastián	Oleoestepa Selección	SPAIN	Andalusia	100
"	S.C.A. San Vicente	Señorío de Mesia	SPAIN	Andalusia	100
"	Soc. Agr. Manduano	Puerta de las Villas Ecológico	SPAIN	Andalusia	100
"	Soc. Agr. Swiss Olives	Adurré Bella	ITALY	Puglia	100
"	Soc. Agr. Swiss Olives	Bella di Cerignola	ITALY	Tuscany	100
"	Stmo. Cristo de la Misericordia, S.C.A.	D'Amare	ITALY	Tuscany	100
"	Suministros Agroebro, S.L.	La Quinta Esencia	SPAIN	Andalusia	100
"		Artajo 10 Bio Arbequina	SPAIN	Navarra	100



INOELEC

Automatización industrial



PROYECTOS INDUSTRIALES DE AUTOMATIZACIÓN Y DIGITALIZACIÓN

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





RANKING OF THE WORLD'S BEST ORGANIC OLIVE OILS - 2025/2026

Rank	Olive Oil Producer / Mill	Olive Oil	Country	Region	Points
1	Miceli & Sensat	Unico	ITALY	Sicily	365
2	Monini, SpA	Monini Monocultivar Coratina	ITALY	Umbria	285
3	Aceites Oro Bailén Galgón 99, S.L.	Oro Bailén Picual Bio	SPAIN	Andalusia	280
"	Almazaras de la Subbética, S.L.	Rincon de la Subbética	SPAIN	Andalusia	280
5	Az. Agr. Biologica Paola Orsini	Olio DOP Colline Pontine	ITALY	Lazio	180
"	Azienda Agricola Giacomo Nieddu	Terracuja Biologico	ITALY	Sardinia	180
"	Goya en Espana, S.A.U	Goya Organics	SPAIN	Andalusia	180
"	Oleícola Jaén, S.A.	Oleícola Jaén Picual Eco	SPAIN	Andalusia	180
"	Rafael Alonso Aguilera, S.L.	Oro del Desierto Picual	SPAIN	Andalusia	180
10	Miceli & Sensat	Verde	ITALY	Sicily	175
"	Suministros Agroebro, S.L.	Artajo 10 Bio Koroneiki	SPAIN	Navarra	175
12	Rafael Alonso Aguilera, S.L.	Oro del Desierto Coupage	SPAIN	Andalusia	170
"	Rafael Alonso Aguilera, S.L.	Oro del Desierto Hojiblanca	SPAIN	Andalusia	170
14	Almazaras de la Subbética, S.L.	Almaoliva Bio	SPAIN	Andalusia	165
15	Az. Agr. Biologica Paola Orsini	Riserva Paola Orsini	ITALY	Lazio	165
16	Masoni Becciu di Deidda Valentina	Cuncordu	ITALY	Sardinia	150
17	Az. Agr. Kali	Evo Bio	ITALY	Tuscany	100
"	Az. Agr. Quattrociocchi Americo	Classico Bio	ITALY	Lazio	100
"	Azienda Agricola Caputo Maria	Gran Pregio Bio Coratina	ITALY	Puglia	100
"	Grupo Pons since 1945, S.L.	Pons JANIROC Lecciana	SPAIN	Catalonia	100
"	S.C.A. San Vicente	Puerta de las Villas Ecológico	SPAIN	Andalusia	100
"	Soc. Agr. Swiss Olives	Bella di Cerignola	ITALY	Tuscany	100
"	Suministros Agroebro, S.L.	Artajo 10 Bio Arbequina	SPAIN	Navarra	100
"	Fattoria Ramerino	Frantoio - Biologico	ITALY	Tuscany	75
"	Orna DOO	Mate	CROACIA	Istria	75
"	Nicolangelo Marsicani	Viride Coratina	ITALY	Campania	75
"	Frantoio Oleario Mossa Domenica	Natyore Bio Selezione Gold	ITALY	Apulia	75
"	Nicolangelo Marsicani	Viride Coratina	ITALY	Campania	75



Serie Oro (260 puntos), con el que Almazaras de la Subbética, al igual que Aceites Oro Bailén Galgón 99, también hace doblete en el TOP10; y *Knolive Epicure*, de Knolive Oils, S.L., que a pesar de obtener los mismos puntos de la pasada edición, 260, desciende desde el tercer hasta el décimo puesto del ranking. Por tanto, absoluta hegemonía de los AOVEs españoles e ita-

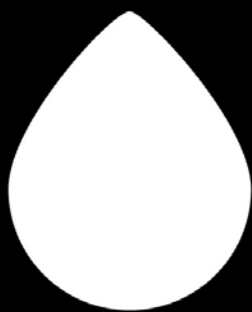
lianos en el TOP10, con siete y tres representantes, respectivamente.

En total, entre los 83 AOVEs que figuran en el ranking World's Best Olive Oils de esta edición 2025/26 encontramos 34 zumos españoles -dos menos que el año pasado-, 31 italianos -20 más respecto a la pasada edición, todo un subidón-, 4 argentinos, 3 brasileños, 2 uruguayos -confirmando la pujanza de los

vírgenes extras del Cono Sur America-no-, 2 portugueses y un representante de Croacia, Grecia, Eslovenia, Túnez, Turquía, Chile y China. Cabe destacar que, entre los 41 zumos más premiados del mundo en la pasada campaña, tan sólo se cuela uno que no es español ni italiano: el chino *Xiang Yu*, un monovarietal de coratina elaborado por Longnan Xiangyu Olive Development Co., Ltd., 11º del mundo con 195 puntos, sin duda toda una sorpresa.

The World's Best Organic Olive Oils 2025/26

En el ranking de los Mejores AOVEs Orgánicos del Mundo, *Unico*, de Miceli & Sensat Azienda Agricola Biologica, asciende al Olimpo de los zumos ecológicos más galardonados durante la pasada campaña al encabezar la clasificación con 365 puntos. Le sigue, con 285 puntos, *Monini Monocultivar Coratina*, de Monini SpA; completando el podio *Oro Bailén Picual Bio*, de Aceites Oro Bailén Galgón 99 (280 puntos), que obtiene la misma puntuación que el hojiblanco *Rincón de la Subbética*, de Almazaras de la Subbética.



Palacín

Sistemas de extracción continua

NUEVO DECANTER P6

Fabricado en España



CONTACTO

+34 953 757 112
info@jpalacin.com





Ranking WBOO 2025/26

A gran distancia de los cuatro primeros, el resto del TOP10 está conformado por tres vírgenes extra italianos y otros tres españoles: *Olio DOP Colline Pontine* (Azienda Agricola Biologica Paola Orsini), *Terrazuza Biologico* (Azienda Agricola Giacomo Nieddu), *Goya Organics* (Goya en España, S.A.U.), *Oleícola Jaén Picual Ecológico* (Oleícola Jaén, S.A.) y *Oro del Desierto Picual* (Rafael Alonso Aguilera, S.L.), todos ellos con 180 puntos. Cerrando la lista de los 10 mejores encontramos otro AOVE de Miceli & Sensat Azienda Agricola Biologica -sin duda la gran triunfadora en la presente edición del ranking WBOO-, *Verde*, con 175 puntos; la misma puntuación que el monovarietal navarro *Artajo 10 Koroneiki Bio*, de Suministros Agroebro, S.L.

En total, entre los 28 AOVEs orgánicos más premiados del mundo en la última campaña hallamos 15 zumos italianos, 12 españoles y uno croata, reafirmando la máxima igualdad entre vírgenes extra españoles y transalpinos tanto en el ranking de AOVEs convencionales como ecológicos.

The World's Best Olive Oil Mills 2025/26

Si nos detenemos en el ranking de las Mejores Almazaras del Mundo, la jienense Aceites Oro Bailén Galgón 99, con un total de 845 puntos, revalida su triunfo del año pasado; seguida a gran distancia por la siciliana Miceli & Sensat Azienda Agricola Biologica y la cordobesa Almazaras de la Subbética, con 730 y 705 puntos, respectivamente.

Al igual que ocurre en el ranking de los mejores AOVEs del mundo, España e Italia, con cinco representantes cada uno, se reparten íntegramente el TOP10. Así, el 4º puesto lo ocupa Azienda Agricola Sabino Leone, con 645 puntos; y el 5º Oleícola Jaén, que se estrena en esta clasificación, con 630. Les siguen Azienda Agricola Quattrociocchi Americo, tercera en la edición anterior (6ª, 565 puntos); Rafael Alonso Aguilera, S.L. (7ª, 520 puntos); Azienda Agricola Tommaso Masciantonio (8ª, 455 puntos); Suministros Agroebro, S.L. (9ª, 440 puntos); y Francio Franci Srl (10ª, 435 puntos). Observando el listado



RANKING OF THE WORLD'S BEST OLIVE OIL MILLS - 2025/2026

Rank	Olive Oil Producer / Mill	Country	Region	Points
1	Aceites Oro Bailén Galgón 99, S.L.	SPAIN	Andalusia	845
2	Miceli & Sensat	ITALY	Sicily	730
3	Almazaras de la Subbética, S.L.	SPAIN	Andalusia	705
4	Az. Agr. Leone Sabino	ITALY	Puglia	645
5	Oleícola Jaén, S.A.	SPAIN	Andalusia	630
6	Az. Agr. Quattrociocchi Americo	ITALY	Lazio	565
7	Rafael Alonso Aguilera, S.L.	SPAIN	Andalusia	520
8	Az. Agr. Tommaso Masciantonio	ITALY	Abruzzo	455
9	Suministros Agroebro, S.L.	SPAIN	Navarra	440
10	Frantoio Franci SRL	ITALY	Tuscany	435
11	Az. Agr. Biologica Paola Orsini	ITALY	Lazio	430
12	Az. Agr. Donato Conserva	ITALY	Puglia	360
13	Goya en España, S.A.U	SPAIN	Andalusia	355
14	Knolive Oils, S.L.	SPAIN	Andalusia	350
15	Decimi Società Agricola	ITALY	Umbria	340
"	Nicolangelo Marsicani	ITALY	Campania	340
17	Az. Agr. Alfredo Cetrone	ITALY	Lazio	335
18	Monini, SpA	ITALY	Umbria	285
19	Venchipa, S.L.	SPAIN	Andalusia	280
20	Aziende Agricole di Martino Sas	ITALY	Puglia	265
21	Frantoio Cutrera Srl	ITALY	Sicily	260
"	Frantoio Intini Srl	ITALY	Puglia	260
"	Melissa Kikizas, S.A.	GREECE	Creta	260
24	Masoni Becciu di Deidda Valentina	ITALY	Sardinia	235
25	Fercom Argentina SRL	ARGENTINA	Buenos Aires Province	200
"	Oleoestepa, S.C.A.	SPAIN	Andalusia	200
"	Soc. Agr. Swiss Olives	ITALY	Tuscany	200



RANKING OF THE WORLD'S BEST ORGANIC OLIVE OIL MILLS 2025/2026

Rank	Olive Oil Producer / Mill	Country	Region	Points
1	Miceli & Sensat	ITALY	Sicily	730
2	Rafael Alonso Aguilera, S.L.	SPAIN	Andalusia	520
3	Almazaras de la Subbética, S.L.	SPAIN	Andalusia	445
4	Suministros Agroebro, S.L.	SPAIN	Navarra	440
5	Az. Agr. Biologica Paola Orsini	ITALY	Lazio	430
6	Monini, SpA	ITALY	Umbria	285
7	Aceites Oro Bailén Galgón 99, S.L.	SPAIN	Andalusia	280
8	Masoni Becciu di Deidda Valentina	ITALY	Sardinia	235
9	Az. Agr. Quattrociocchi Americo	ITALY	Lazio	185
"	Azienda Agricola Caputo Maria	ITALY	Puglia	185
11	Azienda Agricola Giacomo Nieddu	ITALY	Sardinia	180
"	Goya en España, S.A.U	SPAIN	Andalusia	180
13	Oleícola Jaén, S.A.	SPAIN	Andalusia	180
14	Az. Agr. Tommaso Masciantonio	ITALY	Abruzzo	175
15	Az. Agr. Kali	ITALY	Tuscany	100
"	Grupo Pons since 1945, S.L.	SPAIN	Catalonia	100
"	S.C.A. San Vicente	SPAIN	Andalusia	100
"	Soc. Agr. Swiss Olives	ITALY	Tuscany	100
19	Aceites Castellar, S.L.	SPAIN	Andalusia	95
"	Alcanova, S.L.	SPAIN	Castilla-La Mancha	95
"	Emilio Vallejo, S.A.	SPAIN	Andalusia	95
"	Frantoio Oleario Mossa Domenica	ITALY	Puglia	95
"	Redoro SRL Frantoi Veneti	ITALY	Veneto	95
24	Az. Agr. Torrerivera	ITALY	Puglia	90
"	Frantoio Intini SRL	ITALY	Puglia	90



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



POINTS SCHEME FOR WBOO RANKING 2025/2026

(Competiciones en grupos por puntos y en orden alfabético)

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



Heiko Schmidt, creador del ranking y presidente de WBOO.



de las 27 mejores almazaras del mundo en la campaña 2025/26 asistimos a un *sorpasso*: Italia suma 16 empresas frente a 9 españolas -invirtiendo la tendencia del año pasado-, una de Grecia y otra de Argentina.

The World's Best Organic Olive Oil Mills 2025/26

Por último, en el ranking "The World's Best Organic Olive Oil Mills 2025/26" Almazaras de la Subbética, tercera con 445 puntos, cede esta vez ante Miceli & Sensat Azienda Agricola Biologica, que conquista con autoridad el primer escalón del podio con 730 puntos; y Rafael Alonso Aguilera, S.L., segunda con 520. Completan un TOP10 monopolizado de nuevo por Italia (6 almazaras) y España (4) las empresas Suministros Agroebro, S.L.,

4ª con 440 puntos; Azienda Agricola Biologica Paola Orsini (5ª, 430 puntos); Monini SpA (6ª, 285 puntos); Aceites Oro Bailén Galgón 99 (7ª, 280 puntos); Masoni Becciu di Deidda Valentina (8ª, 235 puntos); y Azienda Agricola Quattrociocchi Americo y Azienda Agricola Caputo Maria, que completan las 10 primeras posiciones del ranking, ambas con 185 puntos. En conjunto, Italia cuenta con 14 almazaras entre las 25 mejores del ranking, seguida por España con 11. Una vez más, el eterno duelo España-Italia está servido.

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

Seis han sido los concursos y competiciones valorados en la edición 2025/26

del ranking WBOO, siempre en busca del mayor rigor y credibilidad: EVOOLEUM Awards, Expoliva, Mario Solinas Quality Award (Hemisferio Norte y Hemisferio Sur), Premio OVIBEJA, Leone d'Oro y SOL d'Oro Hemisferio Norte. En el Grupo 2, este año no se celebró ArgOliva, reemplazado por Mario Solinas Quality Award Hemisferio Sur 2025. Como novedad, tanto Leone d'Oro como SOL d'Oro Hemisferio Norte ascienden al Grupo 1 al cumplir ambos concursos el requisito de la confirmación notarial de lotes y el posterior proceso dirigido por un notario.

Cabe recordar que, entre las novedades incorporadas hace tres ediciones, la organización de WBOO elevó la puntuación otorgada a los distintos concursos y estableció una mayor distinción entre medallas para que la suma de las mis-

Una vez más, **EVOOLEUM Awards**, el concurso privado más prestigioso e influyente del mundo del virgen extra, vuelve a encabezar el grupo de las competiciones que otorgan mayor puntuación

mas se diferenciase más que en el pasado, con el fin de que en la clasificación final hubiese menos aceites con las mismas puntuaciones. Por otra parte, el ranking ha adaptado sus normas a los cambios introducidos en los concursos Mario Solinas Quality Award y Premio OVIBEJA, que han redefinido los grupos/tipos de productores (grandes/pequeños) y diferenciado a los productores de los envasadores, cada uno con sus respectivas producciones y lotes mínimos exigidos.

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

Si atendemos a las cifras, y en declaraciones exclusivas a *Mercacei*, el creador del ranking y presidente de WBOO, Heiko Schmidt, señala que “durante la campaña 2025/26 un total de 238 AOVEs han ganado al menos una medalla: de ellos, uno ha obtenido medallas en cinco concursos y otro, en cuatro; al tiempo que ocho vírgenes extra han conquistado medallas en tres concursos, 31 en dos y 197 AOVEs han logrado una medalla en un concurso”.

En cuanto al número de competiciones que integran el ranking, Schmidt lamenta que, un año más, “no se anime ninguno de los restantes concursos internacionales a seguir la misma línea de transparencia y rigor que caracteriza a todas las competiciones que forman parte de nuestro ranking”.

“Por eso -concluye-, no queda otra que esperar que cada vez más concursos se esfuercen por cumplir con los requisitos y criterios establecidos por la organización de WBOO para sumarse a nuestro ranking, el más serio y estricto de los que existen en la actualidad, toda una referencia de prestigio y calidad para los productores de aceite de oliva virgen extra de todo el mundo”. ♦

www.worldsbestoliveoils.org



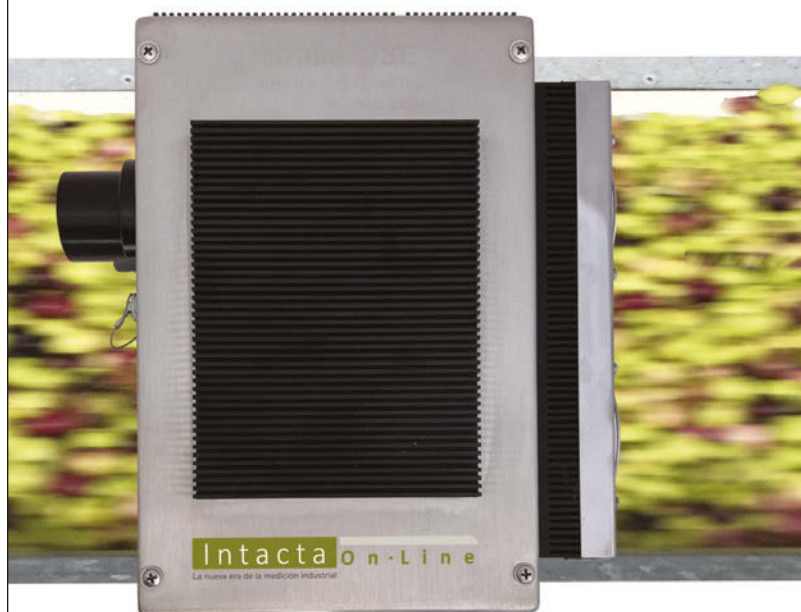
Intacta On-Line
La nueva era de la medición industrial

MEDICIÓN EN CONTINUO

Aceituna entera sobre Cinta Transportadora

GRASA, HUMEDAD Y ACIDEZ

- ✓ Análisis completamente automático
- ✓ Sin necesidad de tomar muestras
- ✓ Sin necesidad de molturación
- ✓ Sin atención humana
- ✓ Analiza la descarga completa



Soluciones Integrales de Laboratorio S.L.

P. Ind La Llave, C/ Cereal, 34-36 Nave 1
19170 El Casar (Guadalajara)

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



El I Congreso Internacional de Agricultura y Biodiversidad hace un llamamiento para integrar la biodiversidad en la producción agraria y en el mercado



Autoridades presentes en la inauguración del congreso.



[Texto: Cristina Revenga Palacios]

El I Congreso Internacional de Agricultura y Biodiversidad, organizado por SEO/BirdLife en el marco del proyecto LIFE Olivares Vivos+, reunió del 14 al 17 de abril a más de un centenar de expertos, investigadores, responsables públicos, organizaciones agrarias, empresas y productores. Con 63 pósteres científicos, 23 comunicaciones orales, cuatro ponencias marco, cuatro mesas redondas y una conferencia inaugural a cargo de María Helena Semedo, exdirectora general adjunta de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), el encuentro se ha consolidado como un espacio de referencia internacional para analizar cómo integrar la biodiversidad en la agricultura desde la ciencia, las políticas públicas, el mercado y la práctica agraria.

El acto inaugural tuvo lugar en el Auditorio del Museo Íbero de Jaén y reunió a representantes institucionales, comunidad científica, sector agrario y sociedad civil. Conducido por la periodista Olivia Aranda, comenzó con la proyección del vídeo *"Lo que permanece"*, un homenaje a las personas que trabajan con la tierra y construyen un territorio vivo. Tras la proyección tuvo lugar la mesa inaugural, con la participación de la directora ejecutiva de SEO/BirdLife, Asunción Ruiz; el rector de la Universidad de Jaén (UJA), Nicolás Ruiz; el director ejecutivo del Consejo Oleícola

Internacional (COI), Jaime Lillo; la concejala de Promoción Económica y Comercio del Ayuntamiento de Jaén, Isabel Cano Caballero; la diputada de Medio Ambiente de la Diputación Provincial de Jaén, Isabel Uceda; el subdelegado del Gobierno de España en Jaén, Manuel Fernández Palomino; la consejera de Sostenibilidad y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, Catalina García; y la vicepresidenta tercera del Gobierno y ministra para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, Sara Aagesen.

La conferencia inaugural corrió a cargo de María Helena Semedo, exdirectora general adjunta de la FAO, una de

las voces más influyentes a nivel internacional en la relación entre agricultura, sostenibilidad y desarrollo. Bajo el título *"Biodiversity as the Foundation of Food Systems: Rethinking Production for a Sustainable Future"*, Semedo defendió que la biodiversidad no es un límite para la producción, sino su base estructural. Su intervención destacó la dependencia de los sistemas agroalimentarios de la biodiversidad a todos los niveles -ecosistemas, especies y diversidad genética- y subrayó que no es posible garantizar la seguridad alimentaria sin conservar la flora y la fauna. La experta también puso en valor el Marco Global



Maria Helena Semedo, exdirectora general adjunta de la FAO.



El ministro Luis Planas.



Asunción Ruiz, directora ejecutiva de SEO/BirdLife.

de Biodiversidad de Kunming-Montreal como hoja de ruta para transformar los sistemas agrarios, y señaló la necesidad de reforzar la conexión entre ciencia y políticas públicas, mejorar la coherencia entre sectores y situar a los agricultores en el centro de la transición.

También participó en el congreso el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, quien defendió que los sistemas alimentarios sostenibles “son la base del presente y del futuro de nuestro planeta”. Planas subrayó el apoyo específico al olivar tradicional,

impulsado por el Gobierno, al considerar que desempeña un papel clave en la conservación del medio rural y el mantenimiento del paisaje agrario.

Durante el congreso, se pusieron de manifiesto tres claves principales: el papel estratégico de la biodiversidad para

Trabaja con conexión al SIEX o sin ella.

AGROCUADERNO

100%

Fácil
Seguro
Eficiente



PROSUR
INFORMÁTICA

Transforma el cambio en evolución.

El Cuaderno de Campo Digital de los Agricultores.



AGROCUADERNO

Download on the App Store

GET IT ON Google Play

prosur.agrocuaderno.com



El congreso incluyó varias conferencias y mesas redondas



Caterina Contini, de la Universidad de Florencia.



Francisco Camacho, de la Universidad de Jaén.



Lorena Fornás, de SEO/BirdLife.



Sergio Valdelomar, de la Universidad de Jaén.



Mesa sobre políticas públicas y herramientas para escalar la integración de la biodiversidad.



Mesa sobre barreras y oportunidades para integrar biodiversidad en los agrosistemas.



Mesa sobre biodiversidad en la gestión agraria cotidiana: experiencias, decisiones y retos en finca.

la resiliencia y la productividad de los cultivos; la importancia de que la ciencia llegue al campo; y la necesidad de que el mercado y las políticas acompañen en el proceso de transición a modelos productivos sostenibles.

“Es un absoluto éxito que, después de un proyecto demostrativo como Olivares Vivos, lleguemos a este primer congreso en el que se han adquirido compromisos claros para poner en marcha un nuevo modelo agrario que

tenga en cuenta la biodiversidad. Compromisos que van desde los sindicatos agrarios hasta las cooperativas e incluso las instituciones públicas a todos los niveles”, afirmó Asunción Ruiz, directora ejecutiva de SEO/BirdLife.

Una aliada esencial: la biodiversidad

Así, entre las principales conclusiones que se desgranaron entre todas las ponencias presentadas, se observa cómo la

biodiversidad continúa ocupando un lugar secundario en el debate sobre sostenibilidad, pese a ser el motor fundamental de los ecosistemas y de los servicios que sostienen la producción agraria. La evidencia científica presentada confirma que la pérdida de flora y fauna en los cultivos incrementa la dependencia de insumos externos y, con ello, la vulnerabilidad económica y geopolítica del sistema agrario.

Por ello, los expertos coincidieron en que la agricultura debe convertirse



Eva Murgado, profesora e investigadora en el área de Comercialización e Investigación de Mercados en el Departamento de Organización de Empresas, Marketing y Sociología de la UJA.

en un actor central en la recuperación de la biodiversidad, y que las políticas públicas deben avanzar hacia instrumentos claros, medibles y orientados a

resultados, sustentados en indicadores robustos y coherentes con los objetivos del Plan Estratégico de la PAC.

Asimismo, el análisis científico presentado en el congreso puso de relieve la complejidad ecológica de los sistemas agrarios y la necesidad de enfoques contextuales. Los efectos de la biodiversidad no son universales: dependen del paisaje, del clima, del manejo y de las características de cada territorio; por lo que, identificar qué prácticas funcionan mejor en cada contexto es esencial para diseñar políticas eficaces y escalables.

La transferencia de conocimiento y el papel de las políticas

Uno de los consensos más repetidos fue la persistente brecha entre el conocimiento científico y su aplicación en el campo. A pesar de los avances en agroecología y biodiversidad, la ciencia no llega con suficiente claridad ni operatividad a las explotaciones. Para

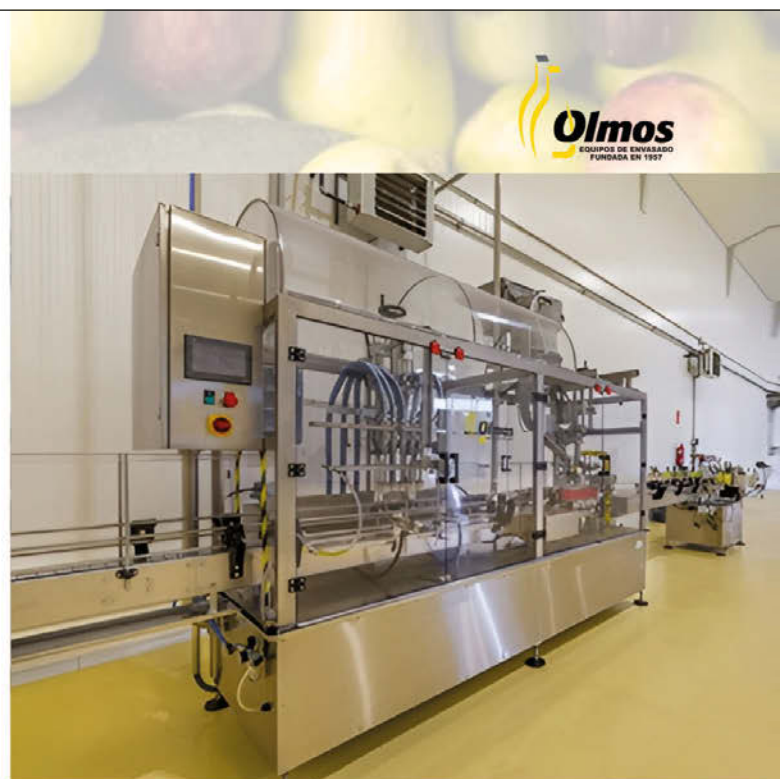
cerrar esta distancia, los especialistas insistieron en la necesidad de traducir la evidencia en medidas simples, tangibles y verificables, acompañadas de información clara sobre dónde funcionan, cuánto cuestan y cómo se monitorizan. La formación práctica y adaptada al perfil real de los agricultores se identificó como una herramienta clave para escalar la adopción, junto con los proyectos demostrativos y el intercambio entre agricultores, que se revelan como mecanismos especialmente eficaces para acelerar la innovación en el territorio.

El congreso también abordó las condiciones estructurales y de política pública necesarias para facilitar el cambio de prácticas. La transición hacia modelos agrarios que integren biodiversidad requiere estabilidad institucional, marcos de apoyo duraderos e incentivos bien definidos. Sin embargo, las inercias del sistema agrario, la percepción de que la biodiversidad implica costes adicionales y la falta de maquinaria o financiación

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.**





adecuada dificultan la adopción. Por ello, se destacó la importancia de avanzar hacia pagos basados en resultados, capaces de reconocer el esfuerzo real de los agricultores y de reducir la incertidumbre asociada a los procesos de cambio.

Asimismo, se destacó la importancia del apoyo institucional para la transición hacia modelos productivos que integran la biodiversidad en su modelo de negocio. Al respecto, Asunción Ruiz declaró durante su discurso de clausura: “Larga vida al Programa LIFE. Sin él no habríamos podido hacer ni Olivares Vivos, ni Agroestepas, ni muchos otros proyectos de conservación no sólo en España, sino a nivel europeo. Hemos abierto una campaña para que, en el próximo periodo de presupuestos, siga en marcha en Programa LIFE y podamos seguir haciendo cosas como éstas porque Olivares Vivos va a seguir, será Campos Vivos aquí y en otras partes de Europa haciendo más rentable y digna la vida de los agricultores”.

“En SEO/BirdLife, siempre hemos sido conscientes de que íbamos a revivir el campo y, con ello, devolver la dignidad a la gente del campo. No nos va a faltar el compromiso de llegar a donde haga falta. Este ha sido el primero de muchos congresos sobre biodiversidad y agricultura. Este es nuestro *lobby* ganador, el de la conversación que hace que podamos tener de verdad esta transferencia de conocimientos al campo”, apuntó Ruiz.

Toda la cadena de valor del sistema agroalimentario, el gran reto

Durante la última jornada se analizó la relación entre biodiversidad, mercado y consumidores, uno de los grandes retos para consolidar modelos agrarios sostenibles. De esta forma, quedó patente que la biodiversidad sigue siendo prácticamente invisible en la decisión de compra, debido a la falta de señales claras, reconocibles y estandarizadas.

Además, la comunicación sobre la relación entre el manejo agrícola y los productos derivados la definen como insuficiente y fragmentada, y queda agravada por una multiplicidad de sellos que genera confusión. Para que la bio-

diversidad se convierta en un valor de mercado, en este congreso se ha aconsejado traducirla en mensajes simples, relevantes y adaptados al contexto local, así como reforzar la trazabilidad y mejorar la formación de los agentes que interactúan con el consumidor.

El I Congreso Internacional de Agricultura y Biodiversidad concluyó, según sus organizadores, con un mensaje claro: la transición hacia sistemas agrarios que integren biodiversidad es posible, necesaria y estratégica, pero requiere políticas más ambiciosas, ciencia apli-

cable, mercados que reconozcan el valor ambiental y un acompañamiento real a los agricultores. “La biodiversidad no es un lujo ecológico, sino un pilar esencial para la sostenibilidad, la resiliencia y el futuro del sector agrario”, afirmaron.

El congreso finalizó el 17 de abril con una visita de campo a la finca y a la almazara de O-MED, donde los participantes pudieron conocer de primera mano la aplicación práctica de estos modelos y su conexión con la cadena de valor agroalimentaria, desde la producción hasta el consumidor. 🍷



Durante la última jornada se realizó una visita de campo a la finca y a la almazara de O-MED.

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



Convertir biodiversidad en valor de mercado: percepción, confianza y límites del consumidor



En el marco del I Congreso Internacional de Agricultura y Biodiversidad se celebró la mesa redonda “Convertir biodiversidad en valor de mercado: percepción, confianza y límites del consumidor” -moderada por Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei-, en la que participaron Francisco Vañó, director general de Castillo de Canena; Juan Carlos Cirera, director general de Riet Vell; Fernando Guzmán, director de Carrefour Jaén; y Eduardo Muñoz, director general de Oliva Oliva. En ella se analizó la biodiversidad desde la mirada de los productores y distribuidores, actores claves de la cadena agroalimentaria.

Durante la celebración de la mesa redonda los participantes resaltaron que existe un creciente interés social por los productos sostenibles, aunque todavía existe desconocimiento sobre qué significa realmente biodiversidad. A su juicio, la comunicación y el marketing son fundamentales, porque aquello que no se comunica correctamente no llega al consumidor. Asimismo, coincidieron en que el consumidor suele priorizar el precio y valora la biodiversidad sobre todo cuando se le explican sus beneficios directos. También consideraron que la trazabilidad y las certificaciones generan confianza y ayudan a diferenciar productos sostenibles en el mercado; si bien apuntaron

que el principal obstáculo para aumentar el consumo de estos productos es el sobrecoste y la dificultad de hacerlos accesibles para todos. Y es que para que la biodiversidad pueda convertirse en valor de mercado, no basta con comunicarla: debe poder medirse, trazarse y verificarse con garantías.

Si recorremos el camino desde la finca hasta el lineal, ¿diríais que la biodiversidad deja de tener peso en la decisión de compra? ¿Pierde valor en ese recorrido? ¿Qué puntos de esa cadena creéis que pueden fallar? ¿Comunicación? ¿Packaging?...

Francisco Vañó: En nuestro caso, la sostenibilidad, la expresividad de qué medidas medioambientales has implantado en tu finca, nos resulta mucho

más sencillo, porque estamos perfectamente integrados en la cadena de valor. Para nosotros la sostenibilidad o el respeto al medio ambiente forma parte de un concepto muchísimo más amplio, que es la buena gobernanza de una empresa. Ahí estamos hablando de la responsabilidad social corporativa, del cuidado de los grupos de interés, donde se sitúa primero tu equipo de trabajo. Dentro de este concepto de empresa, integrada verticalmente, lo que intentamos es que en el proceso de ósmosis asciendan todas las actividades que realizamos en nuestro campo, que se han demostrado verificables. Este punto es muy importante: que vayan ascendiendo a la cadena de valor. Y, por lo tanto, más que una pérdida, se produce un enriquecimiento,

**M5002 estándar:
el tractor que
mejor entiende
tu olivar**





por muchísimos motivos. Primero, porque somos capaces de ser trazables. La trazabilidad perfecta, inmaculada e irreprochable es fundamental, a mi juicio, para transmitir cosas de una botella o una etiqueta. Entonces, si hay algún eslabón de esa cadena de valor que pierdes, o bien lo auditas, o bien no puedes decir algo que no es cierto. También hay un tema interesantísimo que es la capacidad de comunicar, es decir, el ABC del marketing. Y es que lo que no se comunica, no existe en una sociedad del siglo XXI, si bien hay una serie de herramientas y elementos con los que contamos hoy en día, a diferencia de hace 30 o 40 años, como son las redes sociales. A mí no me gusta hablar de *influencers*, pero sí de embajadores, de prescriptores y de gente que, de manera altruista, simplemente por fe, por cariño, por afecto o por convicción, defiende el producto que tú haces porque sabe que estás comprometido con el medio ambiente. Todos esos elementos, en nuestro caso, funcionan muy bien, pero porque tenemos esa enorme capacidad y posibilidad de comunicar cosas que son ciertas.

Juan Carlos Cirera: Nosotros venimos de una empresa un tanto peculiar, Riet Vell, que cumple 25 años en 2026 y que nació en los años 90, gracias al impulso, a la visión y a la valentía de una ONG, SEO/BirdLife, que enseguida abrió la relación tan estrecha que existe entre un cultivo como el arroz y la conservación de un humedal tan especial como es el Delta del Ebro. Y a raíz de ahí se realiza un proyecto para ver la viabilidad del cultivo de arroz ecológico, ya que no había nada entonces. Se vio que podía ser viable y se dio un paso al frente. Se envió una carta a los socios, explicando el proyecto y los resultados, afirmando que nos gustaría seguir adelante y crear una empresa. Finalmente, nos sumamos 200 personas, que pusimos un poquito de dinero, compramos una finca, creamos una empresa y empezamos a funcionar con el objetivo de vender biodiversidad y un producto con una vinculación total hacia la conservación de la biodiversidad. Se decidió dejar un 20% de la finca para restaurar un humedal y convertirlo



Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei.



Francisco Vañó, director general de Castillo de Canena.

“Los conceptos de trazabilidad, origen, territorio y respeto al enclave, así como tu interrelación con las comunidades que viven cerca de ti, cada vez tienen un mayor peso”

Francisco Vañó

en un espacio emblemático del Delta del Ebro para la observación y la conservación de las aves. A partir de ahí, empezamos a trabajar en la producción, pero también en la comercializa-

ción, intentando siempre trasladar esa visión y ese mensaje de comunicación de que se trata de un arroz ecológico bueno, pero que además forma parte de un ecosistema donde ese cultivo no

es que sea compatible, sino que es fundamental para garantizar esa biodiversidad que existe en un enclave como el Delta del Ebro.

Posteriormente, comenzamos a trabajar con otros productos, la pasta, la legumbre y, más recientemente, la sal, todos ellos cumpliendo este requisito. La agricultura y la biodiversidad va en nuestro ADN y estamos muy contentos. Además, tenemos la ventaja de ser productores, pero también comercializadores y vendedores, por lo que conocemos todo el proceso. Respecto a dónde se pierde el mensaje o cómo llegar a él, realmente es complicado. Creo que todavía hay un gran desconocimiento sobre lo que es la biodiversidad, aunque cada vez es mayor el conocimiento. No obstante, creo que mucha gente se queda con la idea de que la biodiversidad es que haya muchas mariposas o pajaritos, pero todavía queda muchísimo para asumir que hablar de una biodiversidad bien conservada es hablar de un buen estado de conservación de mi casa, de la casa de las personas. El pajarito nos indica y nos habla de qué sucede allí, pero lo que hay detrás es cómo está nuestro hogar y ese concepto aún no lo tiene la gente o lo tiene poca. Nosotros vivimos de lo que vendemos a grupos de consumo, a gente que está dispuesta en la tienda a elegir nuestro producto en lugar del que está al lado a la mitad de precio, pero precisamente porque saben que hay una apuesta detrás por proteger nuestra casa y nuestra salud a través de la biodiversidad y que les encantan los pajaritos, se está hablando de algo mucho más importante. Sin embargo, es complicado porque existen muchos sellos y muchas dificultades en esa comunicación. Aunque hemos realizado una ampliación de capital recientemente y ya alcanzamos los 400 socios, somos una empresa pequeña y cualquier inversión en comunicación y en marketing para intentar trasladar esa ventaja cuesta mucho. Hay cosas que van más despacio. Hemos sacado una marca nueva, *SEO-food*, con la que queremos apostar por llegar a mucha más gente, por trasladar esa imagen sencilla e intentar hacernos ese hueco que necesitamos. Afortunadamente, poquito a poquito, cada vez hay más consumidores concienciados, además de que exista la opción de poder elegir y apostar por esos productos.

Fernando Guzmán: En Carrefour llevamos muchos años siendo conscientes de la necesidad de incorporar líneas de producto de origen animal y vegetal bajo parámetros de diversidad y de sostenibilidad porque existe un cambio de tendencia en el consumidor. El valor se pone en riesgo cuando hay imprecisión en los datos de origen. Y es que la trazabilidad es importantísima. Hay que dar garantía y confianza al consumidor para que triunfe este tipo de producto. El principal reto es que no hay herramientas en la actualidad que sincronicen lo que es el esfuerzo del productor con toda esa inversión que implica y todos esos esfuerzos con los datos y la información que llega a los consumidores. Ese es el principal *handicap* al que nos enfrentamos actualmente. Existe una obligación por parte de la distribución, pero también de todos los actores de la cadena de valor para hacer



esbelt®

**Bandas transportadoras
termoplásticas**

**La alternativa a las
bandas de caucho**

Atóxicas

Seguridad alimentaria garantizada

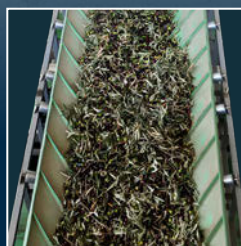
Estables

No requieren retensado

Robustas

Alta carga y durabilidad

**¡Eleva tu cosecha al
siguiente nivel!**



**Homologados por las principales
cooperativas olivereras**

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



esbelt®



llegar al consumidor toda la información y que el consumidor sea consciente del valor que supone este tipo de producto en cuanto a calidad, sabor y textura. Por ejemplo, en el caso del tomate que está en el lineal, ¿realmente el cliente sabe qué valor añadido tiene ese tomate que ha estado cultivado bajo criterios de sostenibilidad, de biodiversidad y de cuidado del planeta?

Como he dicho anteriormente, en Carrefour tenemos dos líneas de origen animal y de origen vegetal en las que se establecen unos criterios muy estrechos para los proveedores con los que trabajamos. Por ejemplo, en el caso de los productos de origen vegetal se tiene en cuenta el cuidado del suelo o el de la biodiversidad.

Eduardo Muñoz: Nosotros tenemos una tienda física en Madrid y, además, vendemos a través de Internet -de nuestra propia página web y el portal de Amazon- en España, Europa, Reino Unido y Estados Unidos, por lo que tenemos un contacto con el consumidor directo y con el consumidor indirecto que compra a través de la información que recibe en la pantalla. Me temo que el consumidor de esto no sabe nada. Mi experiencia es que el consumidor cuando llega a la tienda busca algo que le satisfaga. Recientemente, un neurocientífico aseguraba durante su participación en una feria que el consumidor elige por dos factores: porque este producto es mejor y porque me conviene. Desgraciadamente esa conciencia ecológica en el consumidor mayoritario no está. Hablé con él del proyecto Olivares Vivos y me dijo: “que bien suena olivares y que bien suena vivos, ya es un buen punto de partida”. Pero de alguna manera eso tiene que llegar al consumidor, así como el valor que le va a aportar consumir ese aceite. Lo que veo en este proyecto precioso y en todo lo que tiene que ver con la biodiversidad es que de alguna manera se tiene que trasladar al producto. Por ejemplo, en relación a los AOVEs biodinámicos de Castillo de Canena, hablo de la cata y del hecho de que por ser biodinámico tiene unas intensidades mayores y entonces va a gustar más. Y a partir de ahí entra en el consumidor y le puedes explicar cómo se ha cultivado.



Juan Carlos Cirera, director general de Riet Vell.

“Hay que articular sistemas para que el consumidor, y la sociedad en general, sepa qué es y qué implica la biodiversidad”

Juan Carlos Cirera

El primer eslabón es el del productor al vendedor. A la hora de comprar ese producto, tengo que ser muy consciente de que lo que estoy comprando tiene unas características concretas para, posteriormente, poder trasladárselo al consumidor. ¿Y dónde se pierde? Se pierde en el eslabón entre el productor y el distribuidor o en cualquier perceptor. Alguien que va a hablar con el consumidor tiene que estar muy bien informado sobre lo que está vendiendo y que es lo que está ofreciendo para que al consumidor le llegue. Para mí, ese sería el primer paso donde se rompe la cadena desde el final.

¿Qué entiende realmente el consumidor cuando hablamos de biodiversidad en un AOVE u otro producto alimentario? ¿Realmente conoce este concepto asociado a la producción de alimentos? ¿Es algo que busca o algo que sólo valora cuando se le explica?

Francisco Vañó: En general hay una sensibilización cada vez mayor en los consumidores. Hace 20 o 30 años para

exportar no había necesidad de tener un EFS, ni una ERC, y hoy en día es absolutamente exigible. Hace 30 años el concepto de responsabilidad social corporativa estaba instaurado solamente en las multinacionales y en las grandes compañías, pero ahora mismo está cada vez más universalizado, al igual que los sellos de sostenibilidad, de agricultura regenerativa, de certificación ecológica y biodinámica, etc. La gente va empezando a entenderlo, con dificultad, pero lo va entendiendo. Llevo casi 25 años en este sector y he visto un cambio en la percepción, en la sensibilidad y en el interés del consumidor, que cada vez quiere aprender más, pero no sólo en el caso del aceite de oliva, sino de cualquier producto alimentario. Por ello, los conceptos de trazabilidad, origen, territorio y de respeto al enclave, así como tu interrelación con las comunidades que viven cerca de ti cada vez tienen un mayor peso.

Juan Carlos Cirera: El concepto de biodiversidad no es sencillo y tiene cierta complejidad. Nos falta mucho



recorrido, pero efectivamente poco a poco va habiendo más sensibilidad, más interés y más gente que quiere saber que hay detrás y esa es la onda que hay que intentar aprovechar para seguir adelante con este tipo de productos. No se trata de un sello fácil y las implicaciones de la biodiversidad van mucho más allá de que haya muchas mariposas o florecitas en el campo y ese concepto cuesta trasladarlo, pero también en el planeta nos encontramos en una dinámica un tanto peculiar y especial. Creo que incluso dentro de todo este cierto caos que estamos viviendo en los últimos años puede ser, en cierto modo, una oportunidad para gente más sensible e intentar volver a los orígenes, buscando realmente lo que puede satisfacer. Tenemos que conseguir que el concepto de biodiversidad lo tenga mucha más gente y que haya muchos más consumidores que, además de que se interesen por que sepa bien, huela bien o que el precio

sea acorde, que conozca la implicación que tiene en otros temas de ámbito social, económico o ambiental y ahí que la biodiversidad tenga peso. Hay mucho potencial para impulsarlo.

Fernando Guzmán: Desde Carrefour creemos que depende del cliente. Un 28% de los clientes, según un estudio de la consultora PricewaterhouseCoopers, incluye alimentos que se producen en base a criterios de sostenibilidad y de biodiversidad en su lista de la compra de manera habitual.

Pero sí es cierto que hay un reto que superar y es el precio. La responsabilidad de los operadores de la distribución es amortiguar ese sobre coste que en cada eslabón de la cadena de trabajo se va produciendo, precisamente por ser el tipo de producto que es. Y aquí está el esfuerzo. Todos los eslabones de la cadena debemos invertir para llegar al consumidor de una manera accesible porque hay una percepción de que el precio es mayor.

Nuestra responsabilidad es hacer accesible este tipo de producto para la mayoría de los consumidores y si eso lo hacemos será mucho más sencillo y fácil en el mercado.

Eduardo Muñoz. Todo esto habría que aterrizarlo en el producto de alguna manera, es decir, este producto te va a gustar más o te va a sentar mejor. Podemos referirnos al sabor o a la salud, pero de alguna manera aterrizarlo. Y que la persona elija ese producto porque piensa que le va a beneficiar a ella o a su familia.

Cuando el consumidor está frente al lineal, ¿la biodiversidad compite en igualdad de condiciones con factores como precio, marca, origen ?

Fernando Guzmán: Se trata de un atributo más de lo que es el valor del producto. Nosotros estamos trabajando para incluir la biodiversidad y la sostenibilidad en nuestras marcas propias. La biodiversidad tiene que formar parte

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





de la propuesta de valor, eso es innegable, y, poco a poco, con ese trabajo que tenemos que ir haciendo todos conseguiremos que la biodiversidad y la sostenibilidad sean algo normal. Hace muchos años sucedía con la seguridad alimentaria y ahora nadie se cuestiona valorar si este producto está sujeto a normas de seguridad alimentaria. Hacia ahí tenemos que tender.

¿Conocéis casos concretos donde la biodiversidad sí se ha convertido en un argumento que el mercado reconoce y remunera? ¿Es un argumento que se mantiene a lo largo del tiempo?

Francisco Vañó: Se trata de una tendencia imparable y el tiempo juega a favor nuestro y de aquellas empresas que estamos apostando por la biodiversidad, la sostenibilidad y, desde luego, por tener fincas llenas de vida, animales y plantas. Tengo dos ejemplos muy concretos en materia de exportación. Recuerdo cuando Wethers, que es una cadena bastante importante de pequeños supermercados de barrio o de locales en Reino Unido, a la que llevamos vendiendo desde hace 21 años, implantó entre sus proveedores unos premios para reconocer temas de agua, emisiones de CO₂, medidas de biodiversidad en cada una de las fincas, etc. Un año fuimos reconocidos por la reducción importante de huella hídrica en una finca agrícola.

Otro ejemplo muy impactante ha sido Whole Foods Market, la cadena de supermercados en Estados Unidos que ahora pertenece a Amazon, en la cual el hecho de tener un sello de agricultura regenerativa da puntos, por lo que, al tener más puntos en el lineal, fomentan y estimulan tu presencia en los supermercados y eso lo tutelan mucho.

También me gustaría destacar la necesidad de unificar la información. Es decir, el cliente tiene muy pocos segundos dentro de un lineal para seleccionar un aceite de oliva virgen extra. Por ejemplo, la certificación *B Corp* permite de una manera holística medir todos y cada uno de aquellos elementos que constituyen lo que sería el mundo de la gobernanza, que



Fernando Guzmán, director de Carrefour Jaén.

“Existe un creciente interés social por los productos sostenibles, aunque todavía hay desconocimiento sobre qué significa realmente la biodiversidad”

Fernando Guzmán

está entendida como la expresividad de una empresa, y todas y cada una de sus acciones e impactos que tenga en la sociedad están medidos y siempre tienden a mejorar. Quizá dentro de 20 ó 30 años tengamos un sello que reúna absolutamente todo y que será muy difícil de obtener, porque también se da el hecho de tener una finca normalmente sostenible y luego obtener un producto de una calidad organoléptica y sensorial ínfima.

Juan Carlos Cirera: Por ejemplo, Riet Vell. Nos estamos manteniendo vivos, superando baches y crisis, de las que ha habido en estos últimos 25 años y que han sido abundantes, y contamos con una cartera de clientes muy fiel y sensibilizada, que es lo que nos da fuerzas para poder seguir creando, pero a una escala pequeña.

Hay sellos como *Rainforest Alliance* para productos de selvas tropicales que intenta defender una explotación sostenible de estos ecosistemas y otros mu-

chos que van surgiendo o que existen desde hace algún tiempo.

Sí que hay pequeñas iniciativas que se han ido desarrollando y que van manteniéndose. Eso es una señal de que algo hay, si bien lo que falta es ese impulso para que -esperemos más pronto que tarde- se alcance un nivel de conciencia que haga que realmente se busque y se demande, repercutiendo en un impacto significativo sobre el entorno de cara a la biodiversidad. Es un proceso complicado y no todo lo rápido que nos gustaría a algunos.

Nosotros vamos probando, y como decía antes, hemos lanzado una apuesta importante que es la marca *SEOfood*, que pretende ser mucho más comunicativa y trasladar al consumidor de una manera más sencilla el potencial que hay detrás; la imagen con especies emblemáticas para cada producto; y hemos puesto el QR en las etiquetas. Estamos trabajando con Carrefour en algunos establecimientos y abriendo



caminos nuevos para intentar llegar un poquito más allá, pero es complicado, por lo que las administraciones públicas deberían hacer algo en ese sentido. Por ejemplo, en el caso de la PAC, la ayuda que cobra un productor ecológico de arroz es la misma que la de un productor convencional. El estímulo para la producción ecológica es muy pequeño o nulo. Hay caminos desde la Administración y no se están ejecutando bajo mi punto de vista, pero se van dando pequeños pasos. Confiamos en que se vayan fortificando. Sin embargo, a todos los niveles de la cadena, desde la producción hasta el consumidor, también hay muchas cosas que se pueden ir haciendo.

Fernando Guzmán: Conozco varios ejemplos. En primer lugar, aquellos proyectos en los que el cuidado del entorno influye o se relaciona directamente con la calidad del producto.

Estamos hablando de productos locales. Y es que existe una concien-

cia en el consumidor de que comprar o adquirir productos locales es cuidar del entorno, aunque realmente puede estar sometido a criterios de biodiversidad y sostenibilidad o no, pero esa conciencia existe.

En Carrefour tenemos dos marcas -*Círculo de Calidad* y *Carrefour Bio*- que contemplan estas líneas de productos bajo criterios de sostenibilidad y biodiversidad. Y, además, se sustentan ellas mismas, porque la razón de aceptar marcas es satisfacer la demanda creciente del cliente y su preocupación por productos que respetan el medio ambiente.

Eduardo Muñoz: Como ejemplos podría poner casos de marca: *Castillo de Canena*, *Oro del Desierto* o *Pintarré*, proyectos en los que el cuidado del campo está dentro de la comunicación y eso llega a algunos consumidores. Y enlazando con propuestas, vuelvo al prescriptor. A mi tienda llega mucha gente pidiendo ahora aceite de acebuches, al igual que antes venían recla-

mando aceite de primera presión en frío. Sorprendentemente, ahora los altos polifenoles se han convertido en el gran reclamo en el mundo entero. Tú le pones a un producto *high* polifenol delante y lo vendes. Pero ¿quiénes han sido los prescriptores? En este caso probablemente médicos, los mismos que están recomendando el aceite de acebuchina. Quizás habría que apuntar en esa dirección: en los prescriptores, que de alguna manera comuniquen que los aceites o los alimentos que vienen de origen biodiverso son mejores.

¿Hasta qué punto está dispuesto el consumidor a pagar más por estos productos? ¿Existe un “techo moral” entre lo que dice y lo que hace?

Francisco Vañó: El tema es que el consumidor esté concienciado de que lo importante no es el precio, es el valor del producto. Y el valor del producto es infinitamente superior al precio que va a pagar.

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





Juan Carlos Cirera: Coincido plenamente, si bien me hago una pregunta: ¿en la encuesta o en el lineal? Porque las encuestas nos dan unos datos acerca de que hay un porcentaje altísimo de gente dispuesta a pagar un poco más, pero luego cuesta mucho que en el lineal eso se refleje. Pero bueno, efectivamente, cuando hay un consumidor concienciado que se informa y conoce, los precios son totalmente asumibles para la satisfacción que produce adquirir ese producto.

Fernando Guzmán: Insisto en el dato de que el 28% de los clientes incorpora de forma habitual productos de este tipo a su cesta de la compra. También hay otro dato de la misma encuesta y es que el 37% de los consumidores no compran estos productos por el precio. La distribución tiene que democratizar el acceso a estos productos. Hay que ajustar los precios. El sobrecoste de estos productos hay que amortiguarlo de alguna manera. ¿Cómo? Por utilización de la cadena de suministro o, por ejemplo, a través de economías de escala. En Carrefour hemos bajado 240 productos sostenibles, ecológicos, a menos de 2 euros, lo que ha implicado un repunte de la venta y ha permitido aplicar economías de escala que se han repercutido directamente en el cliente. Creo que es una forma de democratizar este tipo de productos.

Eduardo Muñoz: Depende del consumidor. El amo y ama de casa, desde luego, es muy sensible a los céntimos. Si un virgen extra está a 14,99 euros y el de al lado a 14,98 euros, adquiere el de 14,98 euros. Por su parte, el consumidor que va a comprarlo por otro motivo, es decir, por placer o por salud, es capaz de gastar 5, 6 ó 7 euros más por una botella de medio litro.

¿Qué tiene que cambiar en el sistema-no en el consumidor- para que la biodiversidad se convierta de forma estable en valor de mercado?

Francisco Vaño: Creo que, evidentemente, la legislación debe cambiar y debe favorecer a los productores que sean biosostenibles. Tiene que haber una discriminación positiva a favor



Eduardo Muñoz, director general de Oliva Oliva.

“Alguien que va a hablar con el consumidor tiene que estar muy bien informado sobre lo que está vendiendo y qué es lo que está ofreciendo para que al consumidor le llegue”

Eduardo Muñoz

de ellos. Tenemos que invertir mucho más en comunicación e información y trasladar a las nuevas generaciones, que son las más permeables a este tipo de valores, todos los beneficios que implica para el planeta, para la naturaleza, para el ecosistema y para ellos mismos. En definitiva, se trata de apostar por los productos que a su vez son sostenibles y que, en su caso, son biodiversos.

Juan Carlos Cirera: Concienciación y conocimiento. Hay que articular sistemas para que el consumidor, y la sociedad en general, sepa qué es y qué implica la biodiversidad. Queda mucho por hacer. Pero bueno, también confianza. Hay que implementar la legislación o las condiciones necesarias para que el consumidor pueda confiar en ese mensaje y no haya problemas de engaño o fraude que lleven a equivoco al consumidor. Y luego, efectivamente, intentar influir en toda la cadena de suministro para ajustar los costes al máximo y po-

der llegar en unas condiciones lo más competitivas posible.

Fernando Guzmán: En primer lugar, hay que trabajar sobre el conocimiento y la conciencia del consumidor. Si el consumidor no es consciente del valor añadido que tienen estos productos, no va a cambiar nada. Y, en segundo lugar, también lo hemos hablado, y es el precio. Tenemos que hacer asequible al consumidor este tipo de producto. Y esto solamente se hace de la forma que hemos hablado anteriormente, pero creo que son los aspectos fundamentales que necesitamos trabajar. La herramienta de la que he hablado, que integre y que sincronice ese esfuerzo que hacen los proveedores con la información que le llega al consumidor es básica.

Eduardo Muñoz: Voy a insistir, y es que tiene que llegar que esa biodiversidad, de alguna manera, esté presente en el producto. El producto trae todo ese beneficio para mí. 💧

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

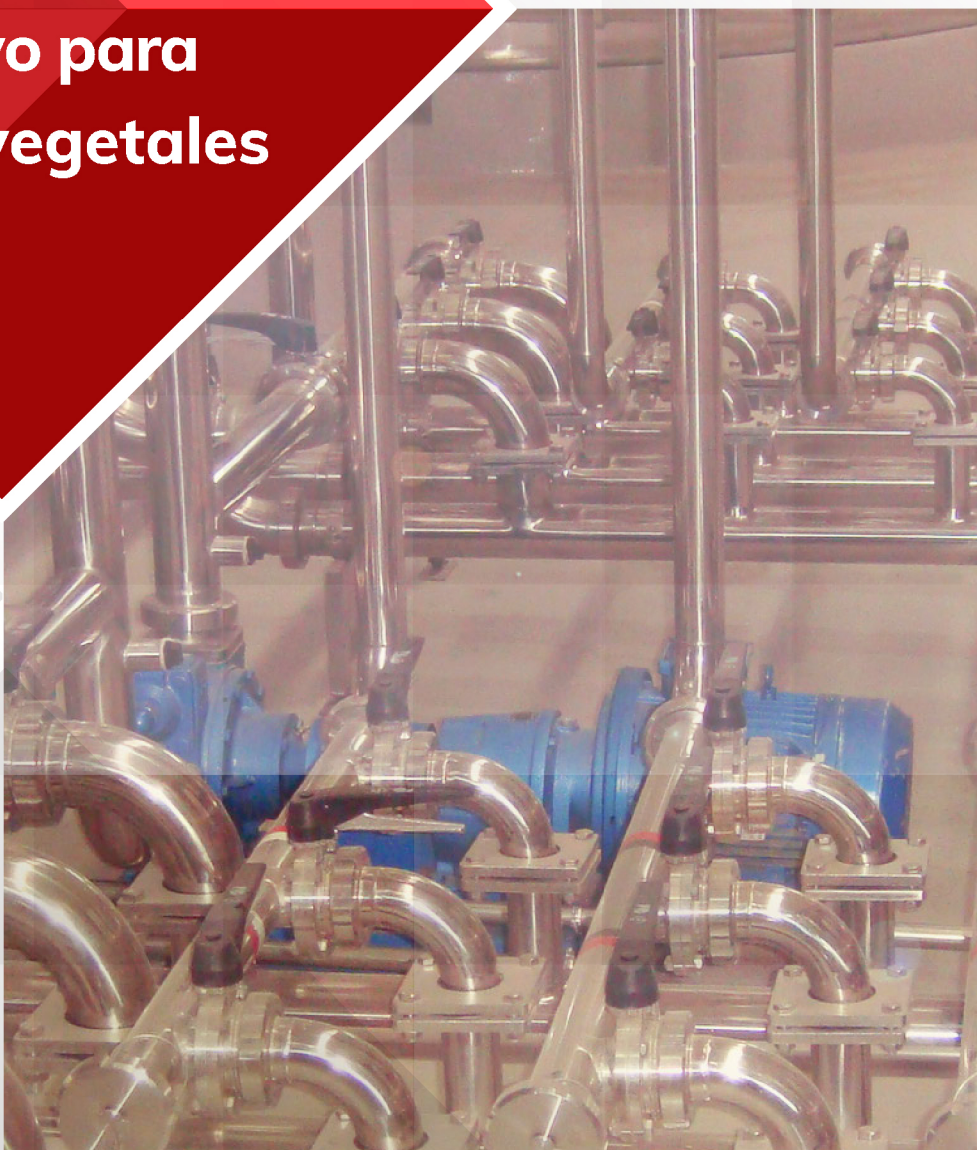


bombas

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



Portugal reflexiona sobre los retos y oportunidades del sector del aceite de oliva



El IX Congresso Nacional do Azeite de Oliva, organizado por CEPAAL (Centro de Estudos y Promoción del Azeite de Oliva del Alentejo) y que este año contó con el apoyo del Ayuntamiento de Moura, reunió el pasado 8 de mayo a los principales protagonistas del sector oleícola portugués para reflexionar sobre los retos y oportunidades que caracterizan a uno de los sectores más relevantes del país y en el que se están produciendo algunas de las transformaciones más dinámicas de la agricultura nacional.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

[Fotos: Voz do Campo]

En la inauguración del Congreso, el presidente de CEPAAL, Manuel Norte Santo, destacó que este encuentro representa mucho más que un espacio para compartir conocimientos: es un momento de reflexión estratégica sobre el presente y, sobre todo, sobre el futuro de un sector profundamente vinculado a la identidad, la economía y el paisaje portugueses.

En un contexto internacional marcado por una creciente demanda de aceite de oliva -cada vez más reconocido como un producto de excelencia asociado a la salud, el bienestar y la calidad de vida-, el sector se enfrenta a retos significativos, desde la volatilidad de los mercados y el aumento de los costes hasta las exigencias medioambientales, la escasez de mano de obra y la creciente complejidad geopolítica.

A pesar de estas presiones, el presidente de CEPAAL subrayó que el sector vive una fase de gran dinamismo y oportunidades. En Portugal, la producción de aceite de oliva se ha quintuplicado en los últimos 26 años y sigue creciendo, lo que refleja una transformación estructural que sitúa hoy al país entre los protagonistas internacionales de la producción oleícola.

Según Manuel Norte Santo, Portugal se sitúa a la vanguardia de la producción de aceite de oliva al combinar una calidad reconocida internacionalmente, la innovación tecnológica y la digitalización, sin perder el valor de la experiencia acumulada de los olivicultores. Por ello, defendió una convergencia efectiva entre tradición e innovación, entre diferentes generaciones y modelos productivos, como condición esencial para asegurar un crecimiento sostenible y

reforzar la competitividad del aceite de oliva portugués.

Una agricultura más productiva, pero con un déficit creciente de talento

La ponencia inaugural corrió a cargo de Pedro Santos, director general de CONSULAI, quien presentó las principales conclusiones del estudio *"Evolución del trabajo en la agricultura en Portugal"*.

El análisis revela una profunda transformación económica y laboral del sector agrícola en las últimas tres décadas: aunque el número de trabajadores se ha reducido a casi la mitad, la productividad se ha más que duplicado, impulsada por la mecanización, la modernización tecnológica y la creciente profesionalización de las explotaciones.

En 2023, la agricultura portuguesa generó 3.362 millones de euros de



El presidente de CEPAAL, Manuel Norte Santo.

del 40% de la población activa -una proporción que se ha cuadruplicado en la última década y que se ha vuelto indispensable para la continuidad de la producción-.

Al mismo tiempo, el informe detalla que la edad media de los agricultores ha aumentado hasta los 59 años, lo que refleja la dificultad para atraer a las nuevas generaciones. A pesar de que los salarios han aumentado más del 50% en los últimos diez años, siguen estando significativamente por debajo de la media nacional, lo que compromete la capacidad de atraer a jóvenes y profesionales con competencias técnicas y digitales.

Para Pedro Santos, el futuro dependerá de la capacidad de combinar la innovación tecnológica con la valoración del capital humano, a través de políticas públicas eficaces, inversión en cualificación y una mayor coordinación entre empresas, asociaciones e instituciones educativas.

Valor Añadido Bruto (VAB), sostenida por tan solo 211.500 trabajadores, lo que refuerza su papel estratégico en la economía nacional, la seguridad alimentaria y la gestión sostenible de los recursos naturales.

Sin embargo, el estudio pone de manifiesto unas debilidades estructurales preocupantes. En la actualidad, la agricultura es el sector más dependiente de la mano de obra extranjera en Portugal, que ya representa más



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



Pedro Santos, director general de CONSULAI.

La diversidad del olivar portugués es una ventaja competitiva estratégica

En la mesa redonda *“Del seco a la seto: eficiencia y diversidad en el olivar nacional”*, los expertos del sector defendieron que la principal riqueza del olivar portugués reside precisamente en la coexistencia de diferentes modelos productivos.

Moderado por António Correia Nunes, de Caja Rural del Sur, el debate contó con la participación de António Bento Dias, de la Universidad de Évora; Francisco Sepúlveda Castanheira, olivicultor; Henrique Herculano, de Casa Relvas; João Domingos, de Fio da Beira; y José Maria Falcão, de Torre das Figueiras.

El debate puso de relieve la profunda evolución del sector en las últimas cuatro décadas, impulsada por el riego, la mecanización y la innovación tecnológica. La conclusión fue clara: el futuro pasa por encontrar un equilibrio entre productividad, sostenibilidad y resiliencia, garantizando las condiciones para que los diferentes modelos (secano, regadío, tradicional y en seto) puedan coexistir en igualdad competitiva.

La gestión eficiente del agua, el cambio climático, la preservación de las variedades autóctonas, la investigación aplicada y la escasez de mano de obra se señalaron como prioridades estratégicas para garantizar que Portugal continúe como uno de los grandes protagonistas mundiales del aceite de oliva.



Mesa sobre eficiencia y diversidad en el olivar nacional.



Mesa sobre el papel de la IA en la toma de decisiones agrícolas.



Mesa sobre casos de éxito en la valorización a través de la diferenciación.

La financiación especializada cobra importancia en el sector

En la presentación de Caja Rural del Sur, Eládio Petro Gonçalves destacó la necesidad de una banca más cercana y especializada, capaz de responder a las particularidades del sector del aceite de oliva.

Entre los principales retos identificados se encuentran la volatilidad de los precios, los costes energéticos, la necesidad de modernizar los sistemas de riego y las almazaras, la presión climática, la internacionalización y los largos ciclos de tesorería.

Según el responsable de esta entidad, el sector necesita soluciones financieras a medida, incluyendo financiación para nuevas plantaciones, reconversiones, modernización industrial y eficiencia hídrica, con plazos y carencias ajustados a la realidad agrícola.

A su juicio, la sostenibilidad también surge como un área prioritaria, con una tendencia creciente hacia condiciones ventajosas en proyectos vinculados a criterios ESG, energía solar y eficiencia en el uso del agua.



Álvaro Beleza, presidente de SEDES.

La IA se posiciona como el "nuevo compañero estratégico" del olivar

Uno de los temas centrales del Congreso fue el papel de la Inteligencia Artificial en el proceso de toma de decisiones agrícolas.

En la mesa redonda moderada por Rute Xavier, de la Universidad Católica Portuguesa; Luís Rosado, de Fraunhofer; Miguel Bello, de Nova SBE; Pedro Santos, de CONSULAI; Ricardo Santos Lopes, de Capgemini; y Vítor Rodrigues, de Magic Beans, defendieron que la IA

será determinante para aumentar la competitividad, la eficiencia y la sostenibilidad en el sector del aceite de oliva.

Desde la optimización del riego hasta la previsión de cosechas, pasando por el control de plagas y la eficiencia de las almazaras, la IA, según apuntaron, se perfila como una herramienta capaz de transformar grandes volúmenes de datos en conocimiento útil para tomar decisiones más rápidas e informadas.

Los expertos subrayaron que la siguiente etapa será la denominada IA física, con aplicaciones en robotización, sistemas autónomos y humanoides sobre el terreno.

Sin embargo, advirtieron de retos críticos como la ciberseguridad, la fiabilidad de los datos y la dificultad de ampliar los proyectos piloto a operaciones reales.

La recomendación a los productores fue clara: empezar ya, identificando prioridades concretas, invirtiendo en formación y eligiendo socios especializados para integrar la IA en sus procesos.

VITROVAL

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





La diferenciación y el *storytelling*, fundamentales para crear valor

En la mesa redonda dedicada a los casos de éxito en la creación de valor a través de la diferenciación participaron Carlos Mendes Gonçalves, de Casa Mendes Gonçalves; João Paulo Magalhães, de Ventozelo; José Duarte, de la Cooperativa Agrícola de Moura e Barrancos/CAP; Mariana Carmo e Costa, de Casa Agrícola HMR; Rita Rivotti, de Rita Rivotti Design Studio; y Sérgio Nicolau, de Vinha Viva, quienes defendieron que el futuro del aceite de oliva portugués depende de la capacidad de transformar un producto tradicional en un activo de marca global. El debate fue moderado por Paulo Salvador.

Inspirándose en la trayectoria del sector vitivinícola, los participantes resaltaron la importancia del posicionamiento, el diseño, la innovación de producto y la comunicación estratégica.

Se subrayó la necesidad de reforzar la valorización del aceite de oliva envasado, apoyar la internacionalización de las marcas, sobre todo de las pequeñas y medianas producciones, y construir

una narrativa colectiva sólida para el aceite de oliva portugués.

Asimismo, los participantes remarcaron que el *storytelling* es una herramienta fundamental para la valorización, desde la etiqueta hasta la experiencia global asociada a la marca, que influye no solo en la percepción del consumidor, sino también en el valor económico del producto.

Portugal necesita pensar estratégicamente en su futuro

La ponencia de clausura corrió a cargo de Álvaro Beleza, presidente de SEDES, quien presentó una amplia reflexión sobre el posicionamiento del país bajo el tema “*Portugal: puerto de refugio de Europa*”.

En su intervención, el ponente destacó el sector del aceite de oliva como ejemplo de éxito y transformación, subrayando que la calidad es un factor decisivo para la creación de valor económico y reputacional.

Beleza defendió que los agricultores desempeñan un papel esencial como guardianes del territorio y de la sostenibilidad medioambiental, especialmente en un contexto de creciente desequilibrio entre la costa y el interior.

Desde una perspectiva más amplia, alertó sobre la urgente necesidad de reformas estructurales en los ámbitos fiscal, judicial y del mercado laboral, así como sobre la importancia de la inmigración como respuesta al declive demográfico y como apoyo a la economía nacional.

El mensaje final fue inequívoco: “Portugal necesita más visión estratégica, mayor ambición económica y capacidad para transformar las oportunidades en progreso sostenible”.

La sesión de clausura del IX Congreso Nacional do Aceite de Oliva corrió a cargo de Álvaro Mendonça e Moura, presidente de la Confederación de Agricultores de Portugal (CAP), y Ricardo Pinheiro, presidente de la CCDR Alentejo.

Desde CEPAAL resaltaron que el Congreso se reafirmó como un espacio privilegiado para reflexionar sobre el futuro del sector del aceite de oliva, en un momento en el que “Portugal consolida su posición entre los principales productores mundiales y se enfrenta a decisiones estratégicas determinantes para garantizar el crecimiento, la diferenciación y la sostenibilidad”. 🍷



GP

González y París

La experiencia marca la diferencia



Futurooliva 2026 une innovación técnica, alta gastronomía y cultura del olivar y el aceite de oliva



Futurooliva 2026 clausuró su decimocuarta edición superando las previsiones de la organización en cuanto a público, hasta casi los 10.000 visitantes; calidad de la programación; y, especialmente, en el carácter profesional de sus asistentes. Además, la feria -que se celebró del 7 al 9 de mayo en Baeza (Jaén)- ha dejado de ser un evento regional para atraer el interés de delegaciones y profesionales de Corea, Túnez, Grecia y Brasil, según resaltó Pópulo Servicios Turísticos, entidad organizadora.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

El acto de apertura de Futurooliva contó con una amplia representación institucional, subrayando el peso estratégico de esta cita para la economía y la innovación agroalimentaria.

La comitiva oficial, tras el tradicional corte de cinta, se desplazó al espacio Gastrofuturooliva, donde intervinieron los principales representantes de las entidades organizadoras y colaboradoras. Así, el alcalde de Baeza, Pedro Javier Cabrera, resaltó el papel fundamental que juega Baeza “como ciudad de mayor producción y calidad de los aceites de oliva vírgenes extra”.

Por su parte, Sebastián Moreno, responsable de Pópulo Servicios Turísticos

y co-organizador de la muestra, se refirió al crecimiento de la feria, que este año ha captado el interés de delegaciones internacionales y de empresas expositoras de diferentes puntos de España.

En el acto también participaron la secretaria de Estado de Agricultura y Alimentación, Begoña García Bernal, quien afirmó que el liderazgo mundial del aceite de oliva virgen extra español pasa por la Inteligencia Artificial y la apertura de nuevos mercados, por lo que consideró clave que la Unión Europea mantenga su política de firma de nuevos acuerdos comerciales, como los alcanzados con Mercosur, India o Australia; mientras que la directora general de Industrias, Innovación

y Cadena Agroalimentarias de la Junta de Andalucía, Cristina de Toro, resaltó que el sector oleícola andaluz, en el que trabajan más de 300.000 familias, “forma parte de nuestra cultura”.

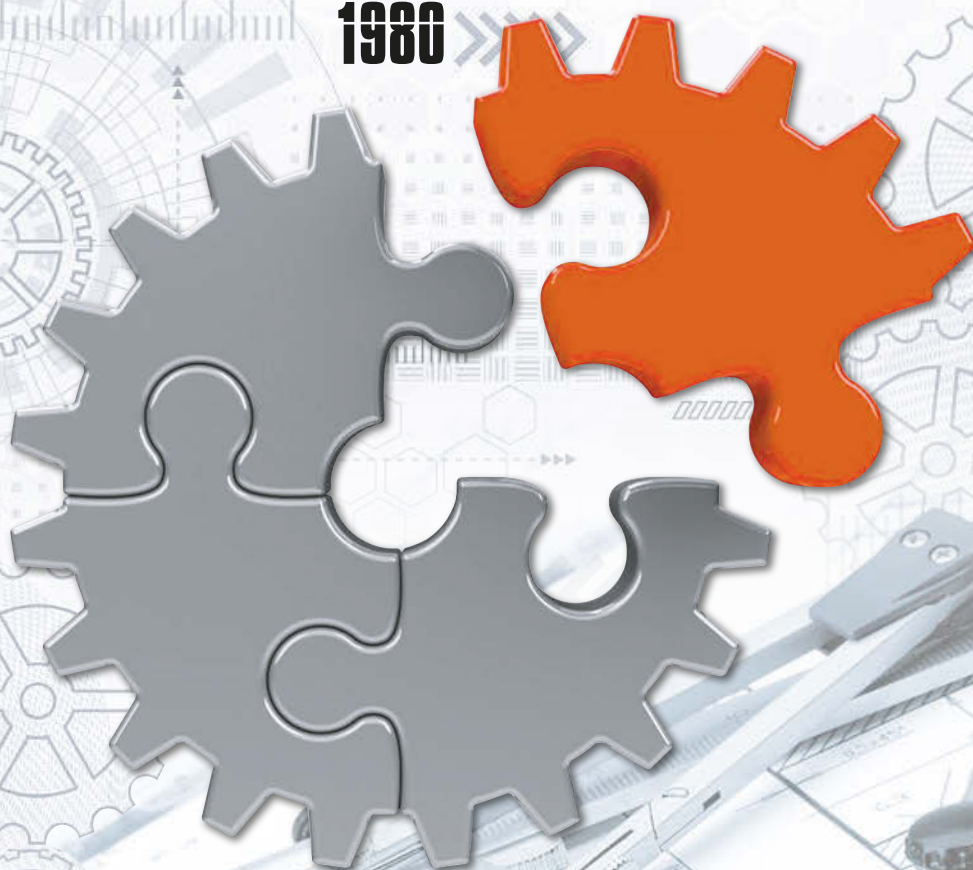
El vicepresidente de la Diputación de Jaén, Juan Latorre, remarcó que “Baeza se convierte en el epicentro del sector del aceite de oliva de la provincia de Jaén, también de Andalucía y de España. Y la Administración provincial siempre ha estado apoyando Futurooliva y lo hacemos en esta ocasión mostrando lo mejor de nuestro producto, con los AOVEs Jaén Selección, pero también hablando del peso del sector industrial para el aceite de oliva”.

A su vez, el secretario general de UPA, Cristóbal Cano, subrayó la importancia de



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



Acto de inauguración de Futuroliva.

la expansión en mercados internacionales, sin olvidar los precios justos para los agricultores; y el gerente de Grupo Interóleo, Esteban Momblán, valoró que este Grupo sea motor estratégico de Futuroliva una edición más desde su fundación.

Finalmente, el director comercial de CaixaBank en Granada y Jaén, Amador Carmona, se refirió al papel de la entidad bancaria en el desarrollo del sector en la comarca y la provincia de Jaén.

El ambiente en el Recinto Ferial de Baeza estuvo marcado por un notable optimismo, propiciado en gran medida por las recientes lluvias, “que han mejorado las perspectivas de la próxima cosecha”, según la organización, que remarcó que este clima de confianza se tradujo en resultados tangibles para los expositores, los cuales manifestaron “una alta satisfacción tras haber cerrado importantes acuerdos comerciales durante los tres días de feria”.

Asimismo, la entidad organizadora destacó que el crecimiento de la muestra también se reflejó en la incorporación de nuevas firmas de referencia en el sector que eligieron Futuroliva para mostrar sus productos y servicios, como GEA, IMS Control Industrial, FOSS, Alfa Laval, Palacín o THA Higiene. En total, en la feria se dieron cita 160 expositores.

Uno de los grandes pilares de esta edición fue su programa profesional, que contó con la presencia de alrededor de 600 asistentes. Entre las sesiones cele-



bradas figuró la jornada sobre la “*Reutilización de agua residual en la industria del aceite de oliva*”, impartida por la empresa AZUD; y las “*Jornadas de UPA-Jaén*”, donde se analizaron los retos del sector ante los acuerdos comerciales de la UE y que contaron con la participación de la secretaria de Estado de Agricultura y Alimentación, Begoña García Bernal; y el presidente de la IGP Aceite de Jaén, José Gilabert; además de Cristóbal Cano, secretario general de UPA.

El programa de Futuroliva acogió la celebración, entre otras, de la Jornada “*Proceso de filtración en las bodegas de Interóleo*” y las “*Jornadas de innovación en el cultivo del olivar*”, de Nutesca.

En cuanto a las novedades, tuvo lugar la mesa “*AOVE y gastronomía: el binomio indivisible*”, moderada por el director general de Castillo de Canena, Francisco Vañó, y en la que participaron miembros de la Academia Andaluza de Gastronomía y Turismo, críticos y expertos en gastronomía.



Además, la feria albergó el espacio Futuroliva Motor, que contó con vehículos eléctricos aplicados a la agricultura, la maquinaria robotizada, los drones y diversas innovaciones en maquinaria oleícola y agrícola.

El AOVE de alta gama, protagonista absoluto

Por otro lado, la cultura del AOVE tuvo un lugar preferente a través de actividades que colgaron el cartel de completo.

ORIGEN
EXCELENCIA*y*



CAJA RURAL
JAÉN



La feria acogió diversas jornadas técnicas y mesas de debate.



Ganadores y finalistas de FuturoChef.

Así, el chef con estrella Michelin y embajador de la IGP Aceite de Jaén Juan Carlos García, del restaurante Vandelvira (Baeza), protagonizó una ponencia magistral que conectó la excelencia del producto certificado con la alta cocina. Junto a Miguel Soto, secretario general de la IGP Aceite de Jaén, el chef demostró la versatilidad y excelencia de los aceites jiennenses con este sello de calidad.

A su vez, la mesa de los aceites se convirtió en un espacio dedicado a los AOVE de alta gama que sirvió de escaparate para la calidad Premium de la provincia.

También se celebró el V Concurso FuturoChef, el certamen de cocina joven que volvió a demostrar el talento de las nuevas generaciones y su compromiso con el oro líquido. Irene Jiménez, natural de La Línea de la Concepción (Cádiz) y estudiante de la Escuela de

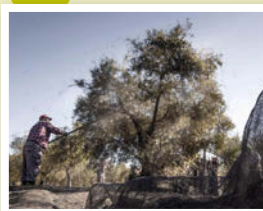
X Concurso de Fotografía "La Cultura del Olivo"

2º PREMIO



"Fin de la jornada", de Jaime Charles Bernis.

1º PREMIO



"Los maestros vareadores", de Jorge Gutiérrez Lucena.

3º PREMIO



"Fruto de las manos sabias", de Rocco Corselli.

En el marco de Futuroliva tuvo lugar el X Concurso de Fotografía "La Cultura del Olivo", un certamen fotográfico de carácter nacional en el que compitieron alrededor de 140 obras.

La obra de Jorge Gutiérrez Lucena, La Rambla (Córdoba), titulada "Los maestros vareadores", se alzó con el primer premio. El segundo premio recayó en Jaime Charles Bernis, de Alcarrás (Lleida), con su obra "Fin de la jornada"; mientras que el tercer premio fue otorgado a Rocco Corselli, de La Zubia (Granada), con su obra "Fruto de las manos sabias".

También recibieron menciones en este certamen Jorge Gutiérrez Lucena, de La Rambla (Córdoba); José Ramón Luna de la Ossa, de Tarancón (Cuenca); Jaime Charles Bernis, de Alcarrás (Lleida); Floren Fernández Parra, de Baeza (Jaén); Jesús Mendoza Torres, de Úbeda (Jaén); y Antonio Atanasio Rincón, de Villarrubia de los Ojos (Ciudad Real).

Hostelería de Sevilla, se alzó con el primer premio. Su plato, titulado "Olibaeza en carmesí", convenció al jurado por su equilibrio, creatividad, sabor y por

el protagonismo absoluto otorgado al AOVE Premium de la marca Olibaeza, variedad picual, que apadrinó su participación. El segundo puesto fue para el



El chef Juan Carlos García, del restaurante Valdenvira.

gallego y chef que desarrolla su carrera profesional en Alicante Fabio Santamaría, apadrinado por la marca *Campos de Biatia*, quien deleitó a los presentes con su creación de *"Olivar de Jaén, espárrago blanco y guisante lágrima"*. El tercer premio recayó en Rostyn Altuve, jefe de partida del restaurante Vandelvira en Baeza, quien presentó un plato de *"Quisquillas, AOVE royal, tomate verde, jaramago y carrueco"* bajo el apadrinamiento del aceite de oliva virgen extra Premium Balcón del Guadalquivir.

Santiago Calvo, responsable de Pópulo Servicios Turísticos y co-organizador de la muestra, resaltó que "FuturoLiva 2026 ha demostrado que el sector está más vivo que nunca. Ver a más de 600 profesionales debatiendo sobre innovación y sostenibilidad en nuestras jornadas técnicas confirma que somos el foro de referencia necesario para el agricultor y la industria. Baeza es calidad y cantidad, y también corazón del conocimiento del sector oleícola".

Por su parte, Sebastián Moreno, responsable de Pópulo Servicios Turísticos y también co-organizador de la muestra, subrayó que la feria ha superado "nuestras expectativas más optimistas. Hemos logrado atraer a un visitante mucho más profesional, interesado en la innovación y la tecnología. La satisfacción de nuestros expositores, el negocio generado y la presencia de países tan diversos como Corea o Brasil nos confirman que el camino de la especialización y la calidad es el correcto para Baeza y para el sector".

JAENCOOP
grupo

**DEL ORIGEN
NACE LA EXCELENCIA**



jaencoop.com

AENOR

ACEITE DE OLIVA
VIRGEN EXTRA



Internacionalización e Inteligencia Artificial protagonizan el XIX Encuentro de Maestros de Almazara de GEA



En un contexto marcado por la transformación digital, GEA celebró el 28 de mayo en la Ermita Madre de Dios de Úbeda (Jaén) su XIX Encuentro de Maestros y Responsables de Almazara, una cita que contó con la presencia de más de 250 asistentes y que ofreció una ambiciosa programación diseñada para abordar los principales temas de interés del sector, así como los desafíos de futuro a los que se enfrenta el cultivo, la elaboración y la comercialización del aceite de oliva. En este sentido, la agenda de este año puso el foco en la tecnología del futuro, la Inteligencia Artificial, la eficiencia operativa y el análisis estratégico de la situación global del mercado.

[Texto: Cristina Revenga Palacios]

La jornada arrancó a primera hora de la mañana con la inauguración oficial en la que participaron Pedro Muñoz Gómez, country managing director de GEA Iberia; y Jaime Lillo López, director ejecutivo del Consejo Oleícola Internacional (COI). Junto a ellos, intervinieron Manuel Fernández Palomino, subdelegado del Gobierno de España en Jaén; y Bartolomé González Ruiz, presidente de la Confederación de Empresarios de Jaén (CEJ), mostrando el apoyo unánime del tejido institucional y empresarial a la innovación oleícola.

En su intervención, Pedro Muñoz resaltó que el Encuentro de Maestros y Responsables de Almazara, en su 19ª edición, mantiene intacta su esencia de “divulgar y transmitir el conocimiento” del sector del aceite de oliva con el propósito de estar cerca de los profesionales. “El programa del presente encuentro combina visión de futuro,



aplicación práctica y análisis estratégico; y está construido con un criterio muy claro: ofrecer contenido de máxima calidad, útil para tomar mejores decisiones. Ese es el verdadero valor de este encuentro”, señaló.

El responsable de GEA reafirmó el firme compromiso de la compañía con el territorio: “Tenemos una apuesta clara como grupo por el aceite de oliva, una apuesta por Andalucía y, en este caso

concreto, por la ciudad de Úbeda, donde está nuestro Centro de Excelencia para Aceite de Oliva”.

En un contexto de plena transformación, Muñoz situó la calidad y excelencia no como metas aspiracionales, sino como exigencias ineludibles del mercado que deben controlarse meticulosamente en cada fase del proceso productivo, desde la recolección ágil hasta la molturación eficiente. Para responder



tivo donde residen las grandes oportunidades de mejora para el sector”.

Por su parte, Jaime Lillo puso de relieve que el Encuentro de Maestros y Responsables de Almazara de GEA ofrece un espacio idóneo de reflexión y análisis junto a empresas para descifrar cómo la IA puede ayudar a obtener los mejores aceites. Lillo señaló que, ante las dudas y oportunidades que traen estos avances, la IA ya es una realidad que acelera la modernización de un sector en constante evolución, desde la cosecha mecanizada y temprana hasta la toma de decisiones en la almazara. Para el director ejecutivo del COI, esta tecnología es clave para afrontar grandes desafíos como la adaptación al cambio climático, el impulso de producciones sostenibles y la respuesta a una demanda internacional creciente de aceites de oliva virgen extra de alta calidad. En definitiva, Lillo calificó de “absolutamente extraordinario” el salto evolutivo que ha experimentado el sec-

a este reto, consideró que el futuro de la industria depende de la integración de la tecnología, la colaboración y la digitalización, mediante el uso de datos e Inteligencia Artificial, posicionando al Centro de Excelencia de Aceite de Oliva de GEA como un aliado clave para

mejorar el rendimiento, formar a los profesionales y avanzar firmemente en materia de sostenibilidad.

Para concluir, Pedro Muñoz invitó a los asistentes a participar de forma activa compartiendo ideas y experiencias, “ya que es en ese intercambio coopera-

CDROxiTester

Sistema de Análisis
para el Control de Calidad del Aceite



Rápido



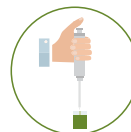
Sencillo



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



Mesa sobre IA aplicada al sector alimentario.



Mesa sobre gestión integral de la almazara.



Sesión dedicada a la optimización de la almazara.



Mesa sobre la situación de la olivicultura a nivel internacional.



tor en los últimos 40 o 50 años a todos los niveles, pasando prácticamente del capacho tradicional a la vanguardia de la Inteligencia Artificial.

Contenidos técnicos

El bloque técnico de la mañana se inició con un análisis profundo sobre la Inteligencia Artificial aplicada al sector alimentario. En esta mesa se expusieron casos reales de cómo el aprendizaje automático y el análisis predictivo de datos están transformando y optimizando la producción en fábrica. Moderada por David Camacho, senior director Automation Center of Excellence de GEA, contó con la intervención de Rosa Gallardo, directora de la Cátedra Internacional de IA y Agricultura de la Universidad de Córdoba (UCO), y Pablo Cano, profesor de la Universidad de Jaén (UJA).

A continuación, la tecnología se trasladó directamente al corazón de la fábrica con una sesión eminentemente práctica a cargo de Francisco Javier Reche y Andrés Junco, expertos de GEA Group. Ambos centraron su intervención en la opti-

mización de procesos dentro de la almazara, mostrando soluciones avanzadas para incrementar el rendimiento industrial y blindar la calidad del producto final.

Tras la pausa para el desayuno, el encuentro retomó su actividad poniendo el foco en la gestión integral de la almazara a través de experiencias de éxito. Moderada por Jeremías Lancastre, director general de Olivogestão, esta mesa redonda reunió a destacadas profesionales del sector como María Concepción Martínez, directora financiera de Castillo de Canena; Carmen Morillo, directora financiera de Oleícola Jaén; María del Carmen Gámez, gerente de la SCA Ciudad de Jaén; y María del Mar Manrique, gerente de la SCA San Antonio Abad de Arquillos. Todas ellas desglosaron los retos operativos y las estrategias de gestión necesarias en un mercado cada vez más exigente.

El broche de oro de los contenidos técnicos llegó con una mesa redonda clave sobre la situación de la olivicultura a nivel internacional, que contó con la apertura de Jaime Lillo y fue modera-

da por Juan Vilar. El debate se articuló en torno a tres pilares fundamentales: el eje agronómico, defendido por Javier Moreno, director general de John Deere; la visión industrial y de fábrica, analizada por José Ramón Segura, CEO de IRADU Ingeniería, y Aymen Bejaoui, sales manager de GEA; y la comercialización mundial, con el análisis estratégico de Eduardo Valverde, director general de Conde de Benalúa, y Carlos Jiménez, director de operaciones del Grupo Acesur.

La clausura corrió a cargo de Francisco Plaza, responsable de la aplicación de aceite de oliva de GEA; Juan Manuel Jariego, responsable de Ventas del Centro de Excelencia para el Aceite de Oliva (CEAO) de GEA; Javier Perales, diputado de Agricultura de la Diputación Provincial de Jaén; y Francisco Javier Lozano, concejal de Agricultura del Ayuntamiento de Úbeda.

Tras las conclusiones, los asistentes disfrutaron de un cóctel *networking* en el que maestros de almazara, productores y ponentes compartieron impresiones y estrecharon lazos profesionales. 🍷



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 ...



**INDUSTRIAS
DE LA ROSA**

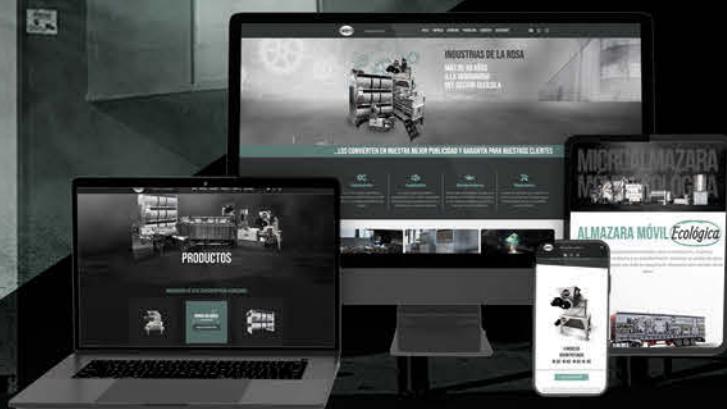
**40 AÑOS A LA VANGUARDIA
DEL SECTOR OLEÍCOLA**

**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



Fercam concluye su 64ª edición con cifras récord de exposición e intensa actividad comercial y profesional



La 64ª Feria Nacional del Campo (Fercam) cerró sus puertas el pasado 28 de junio en Manzanares (Ciudad Real) tras cinco jornadas de intensa actividad comercial y profesional. El balance de la muestra, según sus organizadores, fue “muy positivo”, ya que contó con 202 empresas expositoras procedentes de 11 Comunidades Autónomas y 100.000 visitantes. Además, batió récords en volumen de mercancía expuesta, con más de 3.300 referencias, cuyo valor alcanzó 48 millones de euros.



[Texto: Cristina Revenga Palacios]

En la mañana del 24 de junio el presidente de Castilla-La Mancha, Emiliano García-Page, acompañado por el alcalde de Manzanares, Julián Nieva; el consejero de Agricultura, Julián Martínez Lizán; y el presidente de la Diputación Provincial de Ciudad Real, Miguel Ángel Valverde, entre otros representantes institucionales, dieron el pistoletazo de salida a la 64ª edición de la Feria Nacional del Campo que batió récords con el 100% del recinto ferial ocupado por empresas de maquinaria agrícola, sistemas de riego y elementos tecnológicos de vanguardia.

Durante su intervención, el presidente de Castilla-La Mancha, Emiliano García-

Page, avanzó que el Gobierno autonómico “pone en marcha y publica un sistema de avales” para respaldar la viabilidad de los proyectos del sector primario de la Comunidad Autónoma, destinando 12 millones de euros para facilitar el acceso al crédito por parte de los profesionales del sector, “que podrá movilizar 120 millones de euros de inversión para la modernización de explotaciones”. Respecto a Fercam, García-Page subrayó que se trata de una “feria anual y de primer nivel que es un orgullo para esta tierra”.

Y es que, con más de 60 años de historia, Fercam ha ido creciendo edición tras edición hasta consolidarse como uno de los eventos más importantes del país, cuya celebración sigue teniendo

“mucho sentido”, según el alcalde de Manzanares. Nieva destacó que “estamos en una feria en la que se hace negocio. Y lucharemos para que siga siendo así. Porque en el momento en el que esto no ocurra, dejará de tener sentido su celebración como ya ha sucedido con otros muchos eventos de este tipo en España y en el mundo. Pero si Fercam sobrevive es porque las empresas que vienen siguen haciendo negocio y porque este evento se ha convertido en patrimonio de Manzanares y de la sociedad castellanomanchega”.

A su vez, el consejero de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, Julián Martínez Lizán, subrayó la evolución de Fercam, especialmente en la última década,



El presidente de Castilla-La Mancha, Emiliano García-Page.



El alcalde de Manzanares, Julián Nieva.



El consejero de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, Julián Martínez Lizán.



El presidente de la Diputación de Ciudad Real, Miguel Ángel Valverde.

asegurando que se trata de “un altavoz extraordinario de innovación y tecnología” que ha logrado posicionarse entre las ferias más importantes de España.

En el acto inaugural de Fercam también participó el presidente de la Diputación de Ciudad Real, Miguel Ángel Valverde, quien consideró que “la calidad y diversidad de expositores, proyección profesional y capacidad de convocatoria en el sector la sitúan como una de las ferias agrícolas y ganaderas más importantes de España”.

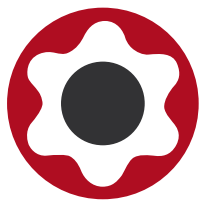
Tras los discursos de apertura a cargo de las autoridades, la comitiva realizó un recorrido por algunos de los más de 200 stands que llenaron los 120.000 metros cuadrados del recinto ferial y su pabellón de muestras, con otros 3.000 metros cuadrados más.

Actividades y reconocimientos

El programa oficial de Fercam incluyó conferencias técnicas sobre innovación, digitalización, energías renovables, seguros agrarios o nuevos cultivos, entre

otros asuntos, de la mano de diversas organizaciones y entidades. Además, el sector agroalimentario cobró un protagonismo especial con la celebración de múltiples catas comentadas con un total de 600 plazas ofertadas. Para el público infantil, además de las actividades habituales, se organizó un taller didáctico de esquila de ovejas destinado a difundir las tradiciones ganaderas.

A su vez, la organización de la Feria Nacional del Campo premió con la Medalla de Oro de esta 64ª edición,



Cazaux

Fabricante de bombas desde 1954

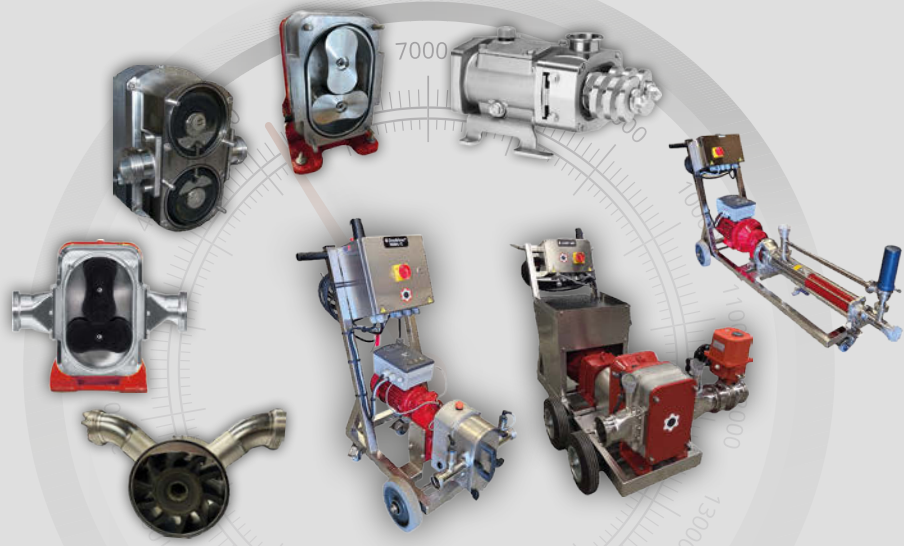


Consulta nuestro sitio web

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



Los AOVEs manchegos triunfan en el concurso nacional de Fercam 2026

Los AOVEs de Castilla-La Mancha fueron los grandes triunfadores del XI Concurso Nacional a la Calidad del Aceite de Oliva Virgen Extra, consiguiendo seis de los diez premios otorgados. El público asistente a la feria pudo degustar todos estos AOVEs, además de los vinos y quesos manchegos, en el stand de los premios agroalimentarios del recinto ferial durante los cinco días de Fercam 2026.

En concreto, en la categoría de Frutado Maduro, el primer premio fue para *Valdenvero*, monovarietal lecciana de la Sociedad Cooperativa Olivarrera de Valdepeñas (COLIVAL), de Valdepeñas (Ciudad Real); el segundo premio fue para *Son Catiu* (DOP Oli de Mallorca), monovarietal arbequina de S'Oliera de Son Catiu SAT, de Inca (Islas Baleares); y el tercer premio fue para *Pagos de Aherca*, monovarietal arbequina de AHERCA 2020, de Valdepeñas (Ciudad Real).

Por su parte, *Vieiru* (DOP Gata-Hurdes), ecológico monovarietal manzanilla cacereña de Agropecuaria Carrasco, de Eljas (Cáceres), se alzó con el primer premio en la categoría Frutado Verde Dulce; *Señorío de Camarasa* (DOP Sierra Mágina), monovarietal picual de la SCA Santa Isabel, de Torres (Jaén), obtuvo el segundo; y *Olibracana* (DOP Priego de Córdoba),

monovarietal hojiblanca de la SCA Nuestra Señora del Carmen, de Almedinilla (Córdoba), recibió el tercero.

En Frutado Verde Intenso, el primer premio fue para *Almagre*, monovarietal picual ecológico de Aceites Almagre, de Almagro (Ciudad Real); mientras que la empresa Al Alma del Olivo, de Toledo, se alzó con el segundo premio con *Al Alma del Olivo Hojiblanca Ecológico* y con el tercer premio con *Al Alma del Olivo Picual Ecológico*.

Asimismo, el premio al mejor aceite de producción ecológica fue también para *Almagre*, de Aceites Almagre.

Este año el jurado de este certamen -dirigido por Beatriz Maeso- cató 57 muestras de AOVEs de Castilla-La Mancha, Andalucía, Extremadura e Islas Baleares.



Máquina VitiBot.



Prototipo del agricultor José Ramón Arias para optimizar la cosecha de aceituna.

por su fidelidad y compromiso durante 23 ediciones, a Agriman, una empresa dedicada al sector agrícola ubicada en Manzanares junto a MP Racing, distribuidor oficial de primeras marcas. Su gerente, Pedro José Torres, recogió el galardón y resaltó la importancia de Fercam para consolidar y asentar su firma en esta ciudad.

También se entregó la Medalla de Oro a la Innovación Tecnológica de Fer-

cam 2026 a Grupo Avilés, de Villafranca de los Caballeros, que presentó en esta edición la máquina *VitiBot*, un robot 100% eléctrico diseñado para labores en viñedos de espaldera con una autonomía de hasta 16 horas.

El jurado también concedió una mención especial al proyecto ideado por el agricultor José Ramón Arias, de Moral de Calatrava, que destacó por su capacidad para optimizar la cosecha de acei-

tuna. Su prototipo es un sistema orbital de bajas revoluciones que complementa la acción de los vibradores convencionales. Mediante una cámara cenital de 360 grados, el agricultor monitoriza desde el tractor las zonas con presencia de fruto para incidir con total precisión sobre las ramas con los peines superiores que pueden acoplarse a cualquier pinza de recolección. José Ramón Arias calificó su primera experiencia como ex-



positor de "gratificante" tras la acogida de su sistema y el interés de varios fabricantes en su patente.

Asimismo, durante la tarde del sábado 27 de junio, Fercam entregó sus reconocidos premios agroalimentarios -entre ellos a los mejores AOVEs- y ganaderos con los que reconoce la excelencia y el esfuerzo del sector primario. La ceremonia puso de relieve la calidad excepcional de los productos de la tierra y el compromiso de los profesionales que sostienen la economía regional.

En el acto de clausura oficial de Fercam, el concejal de Ferias Comerciales y director del certamen, Pablo Camacho, ofreció un balance "muy positivo" del evento y aseguró que la feria "es negocio, innovación y conocimiento. Pero, por encima de todo, es confianza de quienes vienen cada año porque saben que aquí merece la pena estar".

Para Camacho, el mejor indicador del éxito no reside solo en las estadísticas, sino en la actividad económica real. "Hay



una imagen que resume muy bien lo que fue esta edición: los carteles de 'vendido' que vimos en distintos espacios del recinto", afirmó. Tras cada uno de esos carteles "existe una empresa que avanza, una explotación que se moderniza y una familia que apuesta por el trabajo en el campo", resaltó el edil.

Por su parte, el alcalde de Manzanares puso en valor el "crecimiento sostenible" de Fercam desde que el equipo de Gobierno se puso al frente en 2015. Tal y como destacó Julian Nieva, la Fe-

ria Nacional del Campo ha incrementado un 14% su número de expositores, ha ampliado su espacio en 8.000 metros cuadrados y ha alcanzado un valor de maquinaria expuesta cercano a los 50 millones de euros.

La organización tiene la vista puesta en el futuro y ya prepara la 65ª edición, que tendrá lugar en 2027, con el fin de buscar nuevas fórmulas que mejoren este proyecto colectivo "que solo puede seguir creciendo con el compromiso de todos".



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



El aceite de oliva, uno de los productos estrella de la 42ª edición de Ovibeja

La 42ª edición de Ovibeja, celebrada del 29 de abril al 3 de mayo en el Parque de Feiras e Exposições Manuel de Castro e Brito en Beja (Portugal), fue un éxito gracias al trabajo de la organización y al esfuerzo de los cerca de 1.000 expositores presentes en el evento. Según ACOS-Associação de Agricultores do Sul, entidad organizadora, entre los asistentes destacó el aumento de los expositores españoles en representación de diversos sectores de actividad. El aceite de oliva fue uno de los productos estrella de esta muestra, que albergó el Pabellón del Vino y el Aceite de Oliva.



[Texto: Cristina Revenga Palacios]

Con la presencia de más de 100.000 visitantes, la feria ofreció importantes experiencias sensoriales a los asistentes, además de iniciativas para profesionales relacionadas con el sector ganadero, presentaciones y demostraciones de maquinaria y equipos agrícolas, reuniones empresariales y encuentros de investigadores.

En la sesión inaugural de Ovibeja estuvieron presentes la ministra de Medio Ambiente y Energía, Maria da Graça Carvalho, y el ministro de Agricultura y Mar, José Manuel Fernandes, que presentaron medidas para acelerar las inversiones estructurales y reforzar los instrumentos de apoyo al sector, que repercuten en la competitividad de la agricultura.

Por su parte, el presidente de ACOS, Rui Garrido, se refirió en su discurso al difícil periodo que atraviesa el sector que, además de enfrentarse a un largo período de lluvias intensas y consecuti-



vas, también afronta las consecuencias de la guerra en Oriente Medio.

Ovibeja organizó conferencias, debates y seminarios que contextualizaron las realidades de la producción, la transformación y la comercialización del

aceite de oliva, entre otros productos. Así, se abordó el aceite de oliva en el nuevo panorama global, analizando los retos y oportunidades de este producto en los mercados emergentes; así como las alternativas, oportunidades y renta-

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:





Rui Garrido, presidente de ACOS.



La ministra de Medio Ambiente y Energía de Portugal, Maria da Graça Carvalho.



En la feria se entregaron los reconocimientos del XV Concurso Internacional de AOVE- Premio CA Ovíbeja.

bilidad del olivar moderno de secano; o la neutralidad de carbono en el sector.

Asimismo, en el Pabellón del Vino y el Aceite se llevaron a cabo a diario actividades relacionadas con estos dos productos, con catas abiertas al público, gastronomía, presentaciones de marcas presentes en el mercado y un concurso de vinos, entre muchas otras propuestas. Además, en otros espacios de la feria se organizaron *showcooking*s y catas de productos a cargo de los expositores presentes.

Una de las zonas de Ovíbeja más visitadas por los asistentes es siempre el espacio de restauración, que cuenta

con la presencia de restaurantes de carnes con Denominación de Origen Protegida. Solar da Campaniça es el nombre de uno de los restaurantes más solicitados, que presentó diferentes recetas de cordero de esta raza autóctona criada en régimen extensivo. La diversidad de los productos agroalimentarios también quedó patente en otros muchos espacios de la feria.

Consolidada a nivel nacional e internacional, según resaltó ACOS, "Ovíbeja es el mejor escaparate para el ámbito agrícola. Un escenario para el debate, la investigación y el conocimiento; y un

instrumento de trabajo en defensa de los intereses de la agricultura y del Alentejo".

Ceremonia de entrega del Premio CA Ovíbeja

En el marco de la 42ª edición de Ovíbeja se entregaron, a su vez, los premios a los ganadores del XV Concurso Internacional de Aceite de Oliva Virgen Extra-Premio CA Ovíbeja.

La edición de este año, que recibió alrededor de 120 aceites procedentes de 12 países, distinguió a los mejores en las categorías de Frutado Maduro, Frutado Verde Ligero, Frutado Verde Medio, Frutado Verde Intenso y Hemisferio Sur.

En concreto, en la categoría de Frutado Verde Medio figuraron las empresas españolas Oleícola Jaén (Medalla de Oro), Aceites Oro Bailén Galgón 99 (Medalla de Plata) y Olivapalacios (Medalla de Bronce); mientras que en la categoría de Frutado Verde Intenso fue reconocida la SCA Ntra. Sra. de los Remedios (Medalla de Bronce).

Además de AOVes portugueses y españoles, resultaron galardonados en este concurso zumos procedentes de Italia, Croacia, China y Jordania. En la categoría de Hemisferio Sur fueron reconocidos cinco zumos de Brasil y uno de Chile.

El jurado del concurso, compuesto por alrededor de 30 catadores profesionales procedentes de diez países, estuvo presidido por José Gouveia, experto mundial en aceites de oliva. 🫒



NUEVA CENTRÍFUGA VERTICAL SERIE V

- ◆ POSIBILIDAD DE LIMPIEZA IN-SITU, SIN NECESIDAD DE DESMONTAJE, GRACIAS AL SISTEMA CLEAN IN PLACE (CIP)
- ◆ FACILIDAD DE USO
- ◆ MONITORIZACIÓN CONTÍNUA DE LAS OPERACIONES ATRAVÉS DE UNA PANTALLA PLC
- ◆ BAJO NIVEL DE RUIDO
- ◆ MENOR COSTE DE MANTENIMIENTO
- ◆ HASTA UN 15% DE AHORRO DE ENERGÍA

HAUS
TECNOLOGÍAS DE CENTRÍFUGA

#BECAUSEWECARE

hausiberia.com    HAUSiberia



El muro del millón de euros: por qué el relevo en el olivar no es una cuestión de vocación, sino de viabilidad



El problema del relevo generacional en el olivar no reside en la falta de interés de los jóvenes, sino en una barrera financiera infranqueable denominada “el muro del millón de euros”. Este concepto define la inversión mínima necesaria para acceder a una explotación de 50 hectáreas, dimensión crítica para alcanzar la rentabilidad profesional y superar un modelo tradicionalmente basado en la “ficción contable” del trabajo familiar no remunerado. Dado que el mercado de arrendamiento se encuentra actualmente bloqueado por el temor de los propietarios jubilados a perder sus ventajas fiscales, se propone una reestructuración valiente basada en la gestión colectiva, avales públicos y una “fiscalidad de relevo” que permita el acceso al campo a profesionales cualificados sin necesidad de un patrimonio heredado.

Por Antonio Ruz Carmona¹, Manuel Parras Rosa² y Sergio Colombo³

Existe un mantra recurrente en los foros agrarios, las tertulias de pueblo y los despachos oficiales: “la juventud ya no quiere el campo”. Se describe a la nueva generación como desapegada de sus raíces, atraída por las bondades de la ciudad y ajena al sacrificio que exige el olivar. Sin embargo, este diagnóstico es tan cómodo como erróneo. Traslada la responsabilidad del fracaso del relevo generacional a una supuesta falta de carácter de los

El modelo de “mano de obra familiar gratis” ha muerto con la jubilación de la generación anterior, y no va a resucitar

jóvenes, evitando así cuestionar las estructuras económicas y fiscales que hemos construido.

La realidad que arrojan los datos y la experiencia a pie de campo es muy distinta. El problema no es la falta de vocación, sino una absoluta falta de viabilidad. Lo que hoy llamamos “falta de relevo” es, en realidad, una respuesta racional de una generación formada que se niega a heredar una “ficción contable”. El joven de hoy no rehuye el trabajo, huye de un modelo que le exige ser un héroe financiero para obtener una rentabilidad que, a menudo, es negativa si se contabiliza con rigor. ¿Faltan jóvenes o sobran barreras?

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)

* Cátedra Caja Rural de Jaén José Luis García-Lomas Hernández de Economía, Comercialización y Cooperativismo Oleícola (<https://www.catedraaceitesdejaen.com/>)

El acceso a la tierra por compra es hoy una utopía financiera para cualquier joven agricultor de primera instalación



La “ficción contable” y el coste real del olivar tradicional

Durante décadas, el olivar tradicional de Jaén, por su excesiva parcelación y el pequeño tamaño de las explotaciones, ha sobrevivido como segunda actividad y gracias a una economía de subsistencia familiar. En la mayoría de estas pequeñas explotaciones, la rentabilidad aparente se apoya en un pilar invisible: el trabajo gratuito. La familia no se paga un sueldo, no tiene en cuenta el valor de la inversión que representa su tierra y no valora su tiempo de gestión.

A través de la herramienta *OliCost* (Ruz-Carmona et al., 2023¹), hemos podido arrojar luz a esta oscuridad. El análisis técnico basado en tiempos reales de operación revela que el coste “monetario” o aparente que maneja el agricultor tradicional ronda los 2,98 euros/kg. Es una cifra que, con los precios actuales del aceite, se antoja atractiva. Sin embargo, cuando aplicamos criterios de economía profesional -cobrando salarios de mercado por cada hora de trabajo y calculando el coste que supone la inversión de la tierra- el coste salta a los 4,98 euros/kg.

Aquí reside la primera gran barrera. No podemos pedirle a un joven que se incorpore al sector para perpetuar un modelo de “autoexplotación”. Un joven profesional necesita que su explotación genere un excedente suficiente para vivir, cotizar y reinvertir. El modelo de “mano de obra familiar gratis” ha muerto con la jubilación de la generación anterior, y no va a resucitar.

El tamaño sí importa: la eficiencia como base de la viabilidad

Para superar el “muro del millón de euros” no basta con facilitar el acceso a la tierra; es imperativo que las unidades de producción resultantes respondan a una dimensión óptima

¹ Ruz-Carmona, A., Parras-Rosa, M., & Colombo, S. (2023). Quantification of production inefficiencies as a cost-savings tool for increasing the viability of traditional olive farms. *New Medit*, 22(2), 29–49. <https://doi.org/10.30682/nm2302c>

TU ACEITE INOLVIDABLE DESDE EL ENVASE

ENVASES
AYRTAC 



VISÍTANOS EN

CONTÁCTANOS



envasesybotellasyrtac





Es necesario un marco integral de política pública que sustituya el lamento por ingeniería financiera y fiscal

que garantice su sostenibilidad económica y ambiental.

Los datos extraídos de la herramienta *OliCost* demuestran que la excesiva fragmentación actual no sólo supone un reto logístico, sino una sangría financiera que hace inviable cualquier proyecto profesional. En la *Figura 1* se representa la influencia del tamaño de parcela en los tiempos de operación de un pase de atomizador (tratamiento foliar). El gráfico detalla cómo la superficie de la parcela (SP) condiciona directamente el tiempo perdido en desplazamientos (medido en horas por hectárea), lo que impacta de forma determinante en la superficie total completada en una jornada real (SJ). Se observa claramente que, en parcelas de reducido tamaño, el tiempo improductivo dedicado a la logística y traslados devora la rentabilidad; mientras que el avance hacia dimensiones mayores permite maximizar la capacidad de trabajo diaria, validando la tesis de que la eficiencia técnica es el único camino hacia una agricultura profesional y competitiva.

Tal y como se observa en la gráfica, en una jornada agraria, una explotación con parcelas de 0,1 hectáreas sólo permite tratar 1,78 ha., mientras que con parcelas de 5 ha. la superficie tratada asciende a 12,11 ha., una eficiencia siete veces mayor. Para lograr una reducción significativa de costes y un incremento en la sostenibilidad, el tamaño óptimo de parcela para el olivar tradicional se encuentra entre 2,50 y 2,75 hectáreas; de hecho, en el olivar tradicional no mecanizable (OTNM) el coste desciende de los 4,94 euros/kg. en parcelas de 0,25 ha. hasta los 3,76 euros/kg. en parcelas de 5 ha., un ahorro de 1,18 euros/kg. de aceite.

En el plano medioambiental, el aumento del tamaño de parcela reduce

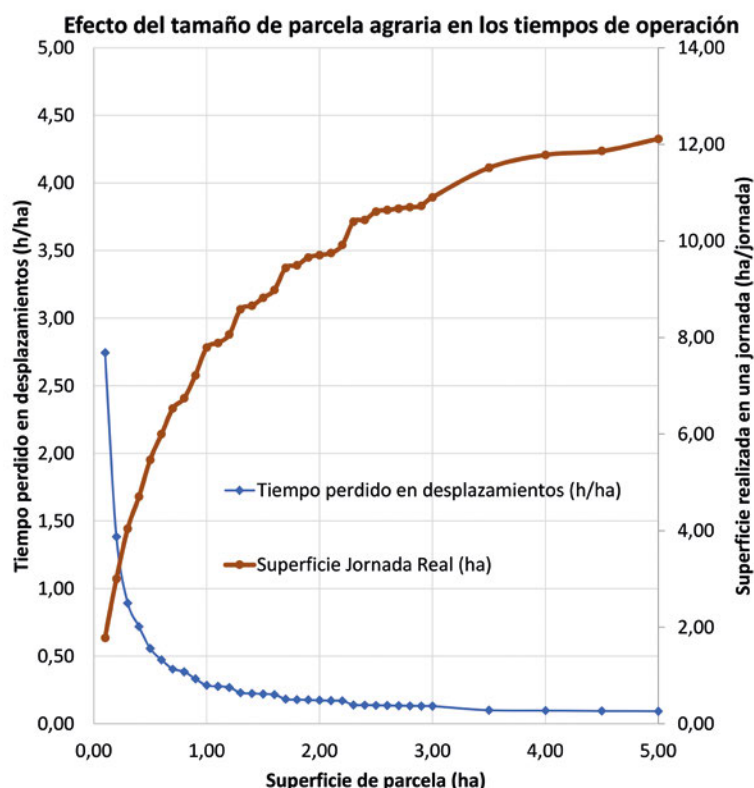
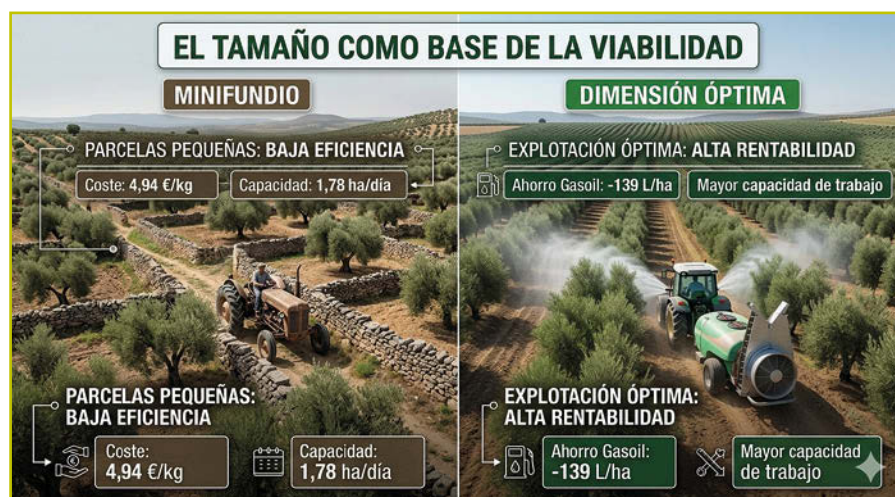


Figura 1. Influencia del tamaño de parcela en los tiempos de operación de un pase de atomizador (tratamiento foliar). La superficie de la parcela (SP) condiciona directamente el tiempo perdido en desplazamientos (medido en horas por hectárea), lo que impacta de forma determinante en la superficie total completada en una jornada real (SJ).



drásticamente el tiempo perdido en desplazamientos y el consumo de combustible; en el olivar tradicional mecanizable de secano (OTMS), pasar de parcelas de 0,25 a 5 ha. supone un ahorro de 139 litros de gasoil por hectárea y año, evitando la emisión de casi 390 kg. de CO₂ por hectárea.

Por otro lado, la viabilidad de un joven agricultor depende de lograr una dimensión mínima, necesaria para alcanzar una economía de escala que permita amortizar la maquinaria y profesionalizar la gestión. Los datos obtenidos gracias a la herramienta *OliCost* establecen umbrales de superficie por



debajo de los cuales el coste de amortización hace la actividad prácticamente inviable. Para una explotación de tipo profesional con maquinaria propia, el coste unitario se dispara en superficies inferiores a las 20 ha. debido a la infratilización de los equipos. La dimensión para maximizar la rentabilidad en modelos mecanizados se proyecta entre las 40 y 70 ha.

La barrera del capital: un club exclusivo para herederos

Si el coste de producción es el primer escollo, el acceso a la propiedad es el muro definitivo. Como se ha comentado, en el olivar tradicional la dimensión óptima para que una explotación sea rentable y permita la profesionalización (mecanización, gestión técnica, seguros) se sitúa en torno a las 50 hectáreas. Acceder a esas 50 hectáreas por la vía de la compra supone una inversión inicial que puede superar el millón de euros.

Estamos ante una anomalía de mercado: un sector que exige una inversión de capital de alto nivel para un retorno que, en muchas campañas, apenas cubre costes. Esta situación convierte al campo en un "club privado" donde sólo entran quienes heredan. El joven con talento, con formación agronómica o con capacidad de gestión, pero sin patrimonio previo, queda excluido por el sistema. El acceso a la tierra por compra es hoy una utopía financiera para cualquier joven agricultor de primera instalación.

Ante la imposibilidad de compra, el arrendamiento debería ser la vía natural. Sin embargo, el mercado de alquiler de tierras rústicas en Jaén está bloqueado por un "miedo fiscal" profundamente arraigado en los propietarios jubila-

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.**



Es hora de derribar el muro del millón de euros y abrir las puertas a una gestión colectiva, rentable y, sobre todo, real

dos. El sistema de Estimación Objetiva (Módulos) es una “balsa de aceite” fiscal para el propietario. Con un índice de rendimiento neto del 0,26², reducciones por gasóleo y la percepción de un 12% de IVA compensatorio que no tiene que liquidar, el dueño de la tierra prefiere mantener la ficción de que él sigue explotando la finca.

El castigo al arrendador

En el momento en que ese propietario firma un contrato de arrendamiento legal a un joven, el sistema le cambia las reglas del juego:

1. Pérdida de incentivos: deja de percibir el 12% de IVA compensatorio.
2. Gastos mínimos deducibles: como arrendador de fincas rústicas, apenas puede deducir el IBI o pequeños gastos de mantenimiento en su declaración de la renta. No existen las reducciones del 50%³, e incluso del 90%, que sí tiene el alquiler de viviendas para jóvenes.
3. Inseguridad sucesoria: existe el riesgo real de que la Agencia Tributaria considere que la finca ya no es una “actividad económica”, obligando a sus herederos a pagar el Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones íntegro sobre el valor de mercado de la tierra⁴.



El resultado es que hay propietarios que ya no pueden trabajar la tierra, pero que se niegan a arrendar legalmente. Esto deja al joven en una situación de precariedad: trabaja tierras sin contrato, no puede pedir ayudas de modernización, no puede acreditar solvencia ante un banco y vive en una inseguridad jurídica permanente.

La propuesta: cooperación y gestión profesionalizada. Estrategias para romper el muro

Si la propiedad individual es un muro y el arrendamiento está bloqueado, ¿cuál es la salida? La respuesta está en la transición del modelo de ‘parcela’ al modelo de ‘explotación gestionada’. Las soluciones concretas que atacan ese “nudo fiscal y financiero” podrían ser las siguientes:

1. “Pasaporte fiscal” para el propietario jubilado

Esta medida reduce el miedo del propietario actual de perder la calificación de “ingresos agrarios” al pasar a cobrar un “alquiler”.

- **La medida:** Crear una figura de “Arrendamiento de Relevo Generacional”. Si el propietario arrienda su tierra a un joven agricultor (menor de 41 años), bajo un contrato de larga duración (mínimo 10 años), los ingresos por arrendamiento deberían mantener el mismo tratamiento fiscal que si siguiera explotando la tierra directamente.
- **El argumento:** El Estado no pierde dinero, simplemente mantiene una ventaja fiscal existente a cambio de garantizar que la tierra no se abandone y que un joven empiece a cotizar.

2. Avals públicos para el “arrendamiento con opción a compra”

Si la compra es inviable hoy, hay que facilitar que lo sea mañana.

- **La medida:** Líneas de avales públicos (tipo ICO) que garanticen el pago de las rentas al propietario. Esto ofrece seguridad al dueño y permite al joven capitalizarse. Los contratos de “cultivo compartido” con opción a compra, donde parte de la renta de arrendamiento se compute como pago a

² Sin embargo, en la práctica, este 0,26 suele ser incluso menor debido a dos factores. El primero son las reducciones excepcionales: debido a la sequía y otras crisis, el Ministerio suele publicar órdenes anuales (como la Orden HAC/408/2025) que reducen este índice de forma temporal -a menudo al 0,13 o incluso al 0,05 en municipios específicos- para aliviar la carga fiscal. Y el segundo, las minoraciones adicionales: al rendimiento calculado con el 0,26 se le restan el 35% del gasto en gasóleo agrícola y el 15% del gasto en fertilizantes.

³ Reducción del rendimiento neto del capital inmobiliario (art. 23.2 de la Ley del IRPF): 50% con carácter general en arrendamientos destinados a vivienda habitual; 60% cuando se trate de arrendamientos formalizados con anterioridad a la entrada en vigor de la Ley 12/2023 (régimen transitorio); 70% cuando el arrendatario tenga entre 18 y 35 años en zonas no tensionadas o en determinados supuestos incentivados; y 90% cuando el inmueble esté situado en zona de mercado residencial tensionado y se haya reducido la renta al menos un 5% respecto del contrato anterior.

⁴ A efectos del Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones, la aplicación de beneficios fiscales asociados a la transmisión de empresas o explotaciones agrarias exige que la actividad constituya una verdadera actividad económica, en los términos del artículo 27 de la Ley del IRPF, implicando la ordenación por cuenta propia de medios de producción y recursos humanos. En caso contrario, la Administración tributaria podrá calificar los bienes como meramente patrimoniales, resultando inaplicables las reducciones previstas en la normativa estatal y autonómica, y debiendo tributar por el valor real o de mercado conforme a la Ley 29/1987 del Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones.



contrapartida, el Estado consigue eliminar paulatinamente la excesiva parcelación y el minifundio que lastiman la rentabilidad agraria, logrando el objetivo histórico de la concentración parcelaria.

3. Incentivos a la "agrupación de gestión" (modelo SGF)

Si la dimensión óptima son 50 ha. y es imposible que un joven las compre de golpe, hay que favorecer que las pueda gestionar.

- **La medida:** Bonificar fiscalmente al propietario que ceda su tierra a una Sección de Gestión de Fincas (SGF) de una cooperativa, siempre que ésta asigne esa unidad de gestión a un joven profesional.
- **El argumento:** El propietario se desprende de la carga de trabajo, mantiene su vinculación con la cooperativa y el joven accede a una "unidad de explotación" ya dimensionada (las 50 ha.) sin tener que haberlas comprado.

- cuenta si el joven decide comprar la finca tras 10 años de gestión exitosa.
- **El argumento:** Al mitigar el riesgo de impago para el propietario, se incentiva la salida al mercado de tierras que hoy están "bloqueadas" por el recelo del jubilado. Para el joven, este sistema transforma el alquiler de un gasto

a fondo perdido en una herramienta de capitalización gradual. El aval público le otorga la solvencia necesaria ante el dueño de la tierra, permitiendo que el esfuerzo de su trabajo diario construya, contrato a contrato, la propiedad del mañana sin necesidad de un patrimonio previo heredado. Como

www.valeformoso.com



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

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



4. Fondos de inversión de “impacto rural”

- **La medida:** Crear vehículos de inversión donde el inversor sea la propia comunidad o entidades financieras locales. El fondo compra la tierra -soluciona el problema del capital- y el joven la explota bajo un modelo de *renting* agrícola a muy largo plazo.
- **El argumento:** Esta medida permite desacoplar la titularidad de la tierra de su explotación directa, resolviendo de raíz el problema del “millón de euros”. El fondo actúa como un pulmón financiero que profesionaliza el sector: el inversor obtiene una rentabilidad ética y estable vinculada a la tierra, mientras que el joven agricultor accede a una economía de escala competitiva (las 50 ha. necesarias) bajo un modelo de *renting* agrícola. Ello elimina la losa de la deuda hipotecaria inicial, permitiendo que los beneficios de la cosecha se reinviertan en tecnología y sostenibilidad en lugar de destinarse íntegramente a pagar intereses bancarios.

5. Hipoteca inversa agraria. Concepto adaptado al ámbito rural

- **La medida:** Se trata de un instrumento financiero diseñado para que los agricultores de edad avanzada reciban una renta mensual (o un pago único anual) utilizando su explotación como garantía, sin perder en ningún momento la propiedad ni el uso de la tierra. A diferencia de un préstamo convencional, el titular no devuelve el capital en vida, la deuda acumulada sólo se liquida tras el fallecimiento, momento en el que los herederos deciden si cancelan el importe para conservar la finca o la venden para saldar la cuenta.
- **El argumento:** Esta solución ataca directamente la precariedad de las pensiones agrarias sin obligar al abandono de la actividad. Al asegurar una liquidez inmediata para el jubilado, se elimina la necesidad de “exprimir” la tierra hasta el último aliento por pura necesidad económica. Esto facilita una transición ordenada: el titular mantiene

El Toolkit del Relevo: Matriz de Acción

Barrera Estructural		Solución Aplicada	
Miedo Fiscal del Arrendador	→	Pasaporte Fiscal de Relevo (Mantiene Módulos)	✓
Falta de Capital Inicial (>1M€)	→	Avales Públicos ICO / Fondos de Impacto	✓
Tamaño Pequeño e Ineficiente	→	Agrupación Cooperativa (SGF)	✓
Baja Pensión Agraria del Mayor	→	Hipoteca Inversa Agraria	✓



su arraigo y su tierra, mientras que la gestión operativa puede pasar a manos de un joven profesional. En definitiva, la hipoteca inversa permite que el patrimonio histórico acumulado por una vida de trabajo se convierta en el motor que financie una jubilación digna y, simultáneamente, abra la puerta al relevo generacional. Así, la hipoteca inversa funciona como un puente social entre generaciones: al asegurar la liquidez del propietario, se facilita que éste ceda la gestión a un joven profesional de forma ordenada. El relevo deja de ser una ruptura traumática o una espera hasta el momento del fallecimiento para convertirse en una transición financiera planificada, donde la tierra sigue produciendo y generando valor para ambas partes.

Conclusión: una decisión de provincia

El olivar de Jaén se encuentra ante una bifurcación histórica. Podemos optar por la inercia: seguir ocultando los cos-

tes reales bajo el trabajo familiar, mantener el bloqueo fiscal del arrendamiento y confiar en que los precios altos nos salven puntualmente. Un camino que conduce al abandono progresivo de las explotaciones menos competitivas, a la concentración de la producción en unidades de mayor escala, a la consiguiente pérdida de tejido socioeconómico en el medio rural y, finalmente, a la transformación de los pueblos rurales en museos de fin de semana.

O podemos elegir la reestructuración: ser valientes, profesionalizar la gestión, exigir a la administración una “fiscalidad de relevo” que no castigue al propietario que cede su tierra y apostar por el modelo cooperativo como unidad de gestión económica.

El problema no es que los jóvenes no quieran el campo. El problema es que el campo, tal y como está estructurado hoy, no los deja entrar. Es hora de derribar el muro del millón de euros y abrir las puertas a una gestión colectiva, rentable y, sobre todo, real. 🌱

FABRICAMOS TRACTORES



Llega una nueva generación de tractores John Deere: las nuevas Series 6M, 6R de 180-260 cv, Serie 8 de 280-410 cv y Serie 8 de 440/490/540 de alta potencia. Más rendimiento, más precisión, más comodidad.

ACÉRCATE A LAS NOVEDADES: VISITA TU CONCESIONARIO JOHN DEERE Y SIENTE LA DIFERENCIA.



JOHN DEERE

NOTHING RUNS LIKE A DEERE

El IFAPA aporta la evidencia científica definitiva para autorizar el uso de enzimas en la extracción de AOVE



Almazara del centro IFAPA Venta del Llano.

Un equipo de investigadores del centro IFAPA Venta del Llano ha demostrado que la aplicación de enzimas en la etapa de batido a bajas temperaturas utilizando frutos de la variedad arbequina de recolección temprana permite lograr un incremento del rendimiento industrial sin afectar a los parámetros de calidad y pureza; además de conseguir un aumento de la vida útil y la concentración de compuestos fenólicos como el oleocantal y la oleaceína.

La tendencia global hacia la producción de AOVES de recolección temprana ha revolucionado el sector en busca de la máxima excelencia sensorial y nutricional. No obstante, esta práctica conlleva importantes desafíos técnicos en las almazaras. Las aceitunas verdes e inmaduras presentan altos índices de humedad y una gran cantidad de pectinas intactas en sus paredes celulares, lo que suele derivar en la formación de las temidas “pastas difíciles”. Dichas pastas generan emulsiones muy estables que atrapan el aceite y dificultan

enormemente su extracción mecánica, provocando mermas y pérdidas económicas directas al productor.

Para dar respuesta a este reto, un equipo de investigación del centro IFAPA Venta del Llano (Mengíbar, Jaén), integrado por los investigadores Gabriel Beltrán, Abrahán M. Gila, Araceli Sánchez, María de la Paz Aguilera y Antonio Jiménez, ha publicado un revolucionario estudio científico en la prestigiosa revista internacional *Food Chemistry*. En el trabajo se evalúa con éxito el impacto de un tratamiento enzimático combinado a escala industrial y bajo condiciones estrictas de extracción en frío.

Un avance tecnológico clave frente a las limitaciones de la normativa actual

Actualmente, la legislación de la Unión Europea prohíbe el empleo de cualquier coadyuvante con actividad bioquímica en la obtención de aceites de oliva vírgenes, permitiendo únicamente el uso de talco micronizado al considerarse un agente puramente físico. Esta prohibición se remonta al año 2001, después de que algunos estudios aislados sugirieran que las enzimas podrían alterar ciertos índices regulados en determinadas condiciones de madurez o alta temperatura.



Los científicos del IFAPA han demostrado, en condiciones reales de molturación industrial y a una temperatura extraordinariamente fría, que el uso de preparados enzimáticos soluciona el problema de las “pastas difíciles” en aceitunas de cosecha temprana

Sin embargo, el nuevo enfoque de los investigadores del IFAPA cambia el escenario que regula el uso de enzimas. El ensayo se diseñó utilizando un preparado enzimático aplicado directamente en la batidora sobre una pasta de

aceitunas arbequinas de cosecha temprana con más del 60% de humedad. La gran innovación tecnológica consistió en operar a una temperatura de batido excepcionalmente baja, de tan sólo 19 °C. Se trata de una temperatura idónea

para conservar los volátiles más frescos del fruto, pero críticamente compleja para los procesos de separación convencionales y el empleo de enzimas.

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





Más rendimiento comercial y un potente impulso saludable

Los resultados obtenidos a escala de almazara industrial demuestran el notable beneficio de esta tecnología:

- **Mayor eficiencia extractiva:** El uso de las enzimas permitió elevar de forma directa el rendimiento industrial, pasando de un 8,99% en el testigo control a un 9,79% en la pasta tratada. Esto supone una mejora significativa en la capacidad de recuperación del aceite en condiciones tan extremas de frío y humedad.
- **Extraordinario enriquecimiento bioactivo:** Lejos de mermar las propiedades del aceite, el tratamiento permitió liberar de forma selectiva los fenoles y su transferencia hacia la fase oleosa. El contenido en fenoles totales creció un 31%. Conviene destacar el incremento en dos de los antioxidantes naturales y antiinflamatorios más valorados por el consumidor saludable: la oleaceína aumentó un 68% y el oleocanthal se disparó un 35%.



El uso de preparados enzimáticos logra incrementar el rendimiento industrial de la variedad arbequina y dispara un 31% el contenido total de fenoles, especialmente los compuestos saludables oleocanthal y oleaceína

- **Mayor vida útil:** Gracias al mayor contenido de antioxidantes naturales y de pigmentos (clorofilas y carotenoides), los aceites procedentes del tratamiento con enzimas mostraron una estabilidad oxidativa sustancialmente superior, garantizando una vida comercial más larga en el lineal.
- **Perfil sensorial preservado:** Los aceites mantuvieron el frutado característico de la variedad y manifestaron intensidades más elegantes de amargo y picante, una consecuencia natural de su mayor riqueza fenólica.

El argumento definitivo: autenticidad certificada al 100%

Más allá de las ventajas productivas y nutricionales, la verdadera trascendencia sectorial de este trabajo radica en su rigurosa solidez normativa. A diferencia de otras investigaciones del pasado que sólo analizaban unos pocos marcadores químicos, el equipo del IFAPA llevó a cabo una validación pionera y exhaustiva de la batería completa de parámetros de pureza y autenticidad regulados por la Comisión Europea y el Consejo Oleícola Internacional (COI).

El estudio detalla que los aceites extraídos con la ayuda de enzimas se mantuvieron dentro de los límites legales exigidos para la categoría virgen extra. No se detectó alteración bioquímica alguna en el perfil de ácidos grasos, los esteroides totales, el eritrodil, el uvaol ni en los alcoholes alifáticos. Asimismo, biomarcadores críticos que alertarían sobre tratamientos térmicos o fraudes, tales como los estigmastadienos, el 2-gliceril monopalmitato, los diacilglicerol o la pirofotofitina A, permanecieron inalterados e idénticos a los del proceso tradicional.

El camino hacia la reautorización comunitaria

Según destacan los autores del trabajo, este estudio aporta la evidencia científica más robusta y completa obtenida hasta la fecha en el sector. El hecho de



demostrar que las preparaciones enzimáticas actúan de forma segura como verdaderos coadyuvantes tecnológicos

El hito más trascendental de la investigación radica en que, por primera vez, se valida analíticamente que el aceite obtenido cumple estrictamente el 100% de los parámetros de pureza y autenticidad exigidos por la UE y el COI, lo que aporta una base científica clave para su futura autorización legal

-facilitando mecánicamente la liberación del aceite sin modificar estructuralmente su identidad ni dejar huellas bioquímicas negativas- supone un punto de inflexión normativo.

Los datos obtenidos por el centro IFAPA Venta del Llano constituyen un avance significativo con potencial para optimizar la viabilidad y resiliencia del sector oleícola internacional. Los datos se perfilan como el pilar técnico para

respaldar y solicitar formalmente una revisión de la normativa de la Unión Europea, con vistas a la reautorización de los coadyuvantes enzimáticos en las almazaras.

Una aprobación que promete dotar a los productores de una herramienta clave para maximizar la rentabilidad de sus aceites Premium de cosecha temprana sin sacrificar su pureza e identidad natural. 🟡

Dosificación y Medición del Aceite de Oliva

DISTRIBUIDOR
EXCLUSIVO
EN ESPAÑA DE:

BOPP & REUTHER
MESSTECHNIK



CONTADOR DE RUEDAS OVALADAS OD



LA MEJOR ALTERNATIVA PARA LA DOSIFICACIÓN

- Dosificación directa y medición de fluidos.
- No precisa tramos rectos de entrada ni salida.
- Construcción compacta y robusta.
- Hasta 2.000 impulsos por litro.

CAUDALÍMETRO MÁSICO COROLIS SERIE FMD

PARA LA MEDICIÓN

- Medición directa de la masa.
- Medición de líquidos no conductivos.
- Tiempo de llenado reducido desde 250 ms.
- Hasta 63.660 impulsos por kilo.



MABECONTA

ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification



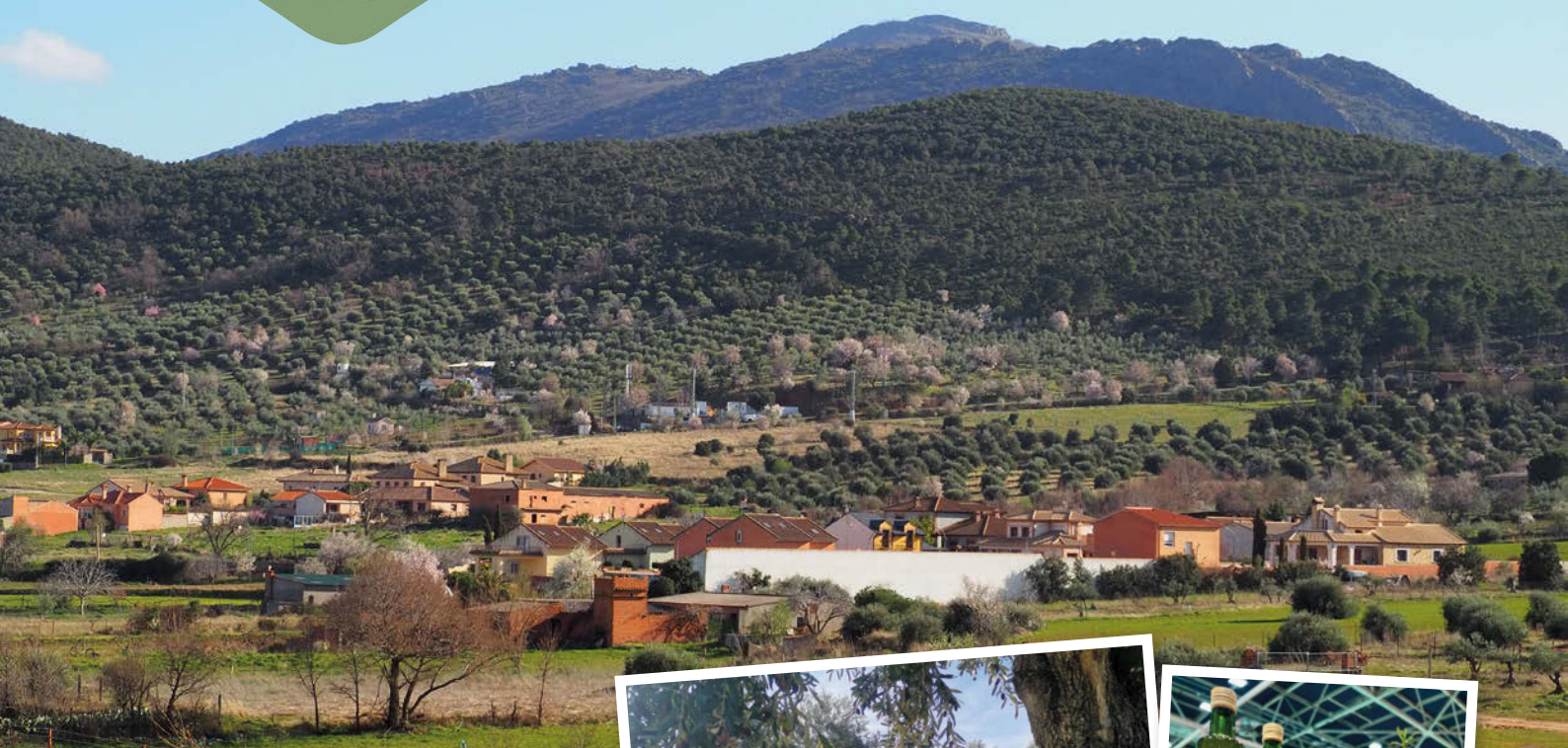
Avda. de la Albufera, 323 • Edificio VALLAUSA • 28031 Madrid
Tel.: 91 332 82 72 • info@mabeconta.net • www.mabeconta.net

Visite nuestra web





La Galinda, una promesa cumplida de orgullo y carácter



En el corazón del Parque Nacional de Cabañeros, donde la naturaleza se muestra en su máximo esplendor y la tierra respira vida, nace el aceite de oliva virgen extra *La Galinda*, elaborado por la Cooperativa San Miguel de Navahermosa, un tributo a la belleza y la abundancia de este mágico entorno caracterizado por su excepcional biodiversidad.



[Texto: Alfredo Briega Martín]

Con sede en Navahermosa, en la comarca de los Montes de Toledo, la Cooperativa San Miguel, S.C.L. -todo un símbolo de esta localidad- se fundó en 1968, cuando 36 agricultores, cansados de trabajar los frutos y no conseguir precios justos para subsistir, decidieron unirse para poner en valor sus cosechas y lograr mayor

presión a la hora de negociar los precios de venta. No fue hasta 1970 cuando se iniciaron las obras de la almazara y desde entonces la cooperativa ha invertido grandes esfuerzos tanto en la mejora de sus instalaciones como en la calidad de sus productos y servicios.

El sueño de estos 36 visionarios fundadores lo comparten actualmente más de 800 orgullosos socios y socias -la

mayoría de las familias de Navahermosa- que presumen de unas instalaciones de 8.560 m² a las que se han añadido otros 5.200 de reciente adquisición, un terreno adyacente que se convertirá en una moderna envasadora industrial con el que la cooperativa dará un paso más allá en su estrategia empresarial para poder comercializar sus productos a mayor escala.



Tradición e innovación se unen para que elabores el mejor aceite

Asegura la productividad de tu almazara con nuestras soluciones energéticas



Certificados de Ahorro Energético (CAE)

Te ayudamos a convertir tus ahorros energéticos en ingresos.



GLP para quemadores

Protege tus cultivos de malas hierbas con Repsol y Envo-Dan.



Solred

Accede a los beneficios de la tarjeta Solred y paga con Waylet.



Nuestros productos

Gasóleo B Nexa 100% renovable, AgroDiésel e+10 y lubricantes.



Nuevas aplicaciones de agricultura regenerativa

Utilizamos azufre y biochar para devolver al suelo su fertilidad natural.



Valorización de residuos

Convierte residuos en energía renovable para impulsar la economía circular.

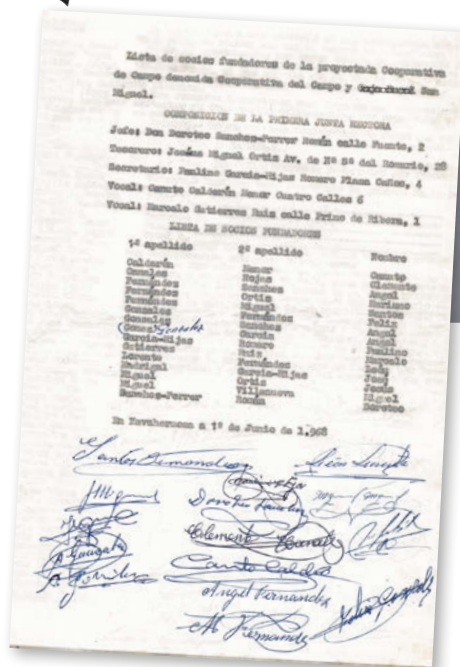


Autoconsumo / riego solar

Consume tu propia energía utilizando placas solares para el riego automático.

¿Quieres saber más?
Escanea este QR





Acta fundacional de la Cooperativa San Miguel de Navahermosa (izqda.) y placa conmemorativa colocada en 2018 con motivo de su 50º aniversario (dcha.)

Casi 60 años después de su fundación, la filosofía y valores de la cooperativa no han cambiado, ni tampoco la apuesta inequívoca por la calidad como elemento clave para lograr la diferenciación

El Consejo rector de San Miguel, S.C.L. está formado por nueve miembros, cinco hombres y cuatro mujeres: presidente, vicepresidente, secretario, tesorero y cinco vocales. Además de tres interventores de cuentas, el resto de los trabajadores de la cooperativa se reparten en las diferentes áreas: Administración -contabilidad y atención al público-, recepción de la aceituna, Fabricación y Ventas, dedicado a la comercialización tanto del AOVE envasado como a granel.

Casi 60 años después de su fundación, la filosofía y valores de la cooperativa no han cambiado, ni tampoco la apuesta inequívoca por la calidad -desde el campo hasta la mesa- como elemento clave para lograr la diferenciación en un mercado tan competitivo como el del aceite de oliva.

Para lograr esos estándares de calidad, la cooperativa fomenta la profesionalización del sector mediante la formación y asesoramiento de sus agricultores en la adopción de buenas prácticas que repercutan en el producto final, al tiempo que preconiza la flexibilidad y conciliación familiar para agradecer a sus trabajadores su esfuerzo y compromiso.

Como señala su presidente, Paulino García, "la visión de nuestra empresa es consolidarnos como una cooperativa referente reconocida por su calidad, sostenibilidad y compromiso con el de-



Miembros de la Junta Directiva de San Miguel, S.C.L. junto con la ex vocal y secretaria Blanca Corroto, presidenta de ASAJA Toledo, homenajeadas por sus más de 25 años de dedicación a la cooperativa.

sarrollo de los socios. Todas nuestras decisiones buscan maximizar el rendimiento y la rentabilidad de los agricultores asociados. Y, para conseguirlo, nuestra misión es producir y comercializar un AOVE de alta calidad mediante prácticas agrícolas responsables, garantizando el mayor beneficio económico para nuestros socios agricultores".

El reino de la cornicabra

La cooperativa San Miguel de Navahermosa dispone de 4.000 hectáreas de olivar de secano de la variedad autóctona cornicabra -de las que aproximadamente 400 son de olivar ecológico-, junto con unas 500 hectáreas de otras como picual y arbequina -cultivadas en los últimos 15 años- en el somontano toledano. Hablamos de un olivar tradicional con un marco de plantación de unos 90 pies por hectárea situado en la depresión de una raña en las faldas de los Montes de Toledo, en la zona norte

del Parque Nacional de Cabañeros, con suelos pobres y poco profundos donde únicamente prospera el olivar: ni la almendra ni los cereales son productivos en estas tierras.

El Parque Nacional de Cabañeros es conocido por su excepcional biodiversidad, albergando una variedad de hábitats que comprenden desde bosques mediterráneos hasta ríos cristalinos. Esta diversidad proporciona un entorno rico y saludable para los olivos, lo que, unido a la influencia del clima mediterráneo, ofrece condiciones ideales para su cultivo, permitiéndoles prosperar en armonía con la naturaleza circundante.

Los inviernos suaves y los veranos cálidos y muy secos, junto con la cantidad adecuada de lluvia, permiten que los árboles -algunas plantaciones alcanzan los 300 años de antigüedad- crezcan vigorosos y saludables, produciendo aceitunas de la más alta calidad. Además de su propia producción, la cooperativa

Es (algo) personal

Para ti tu trabajo es más que un trabajo.
Y para nosotros también lo es.



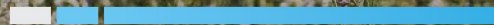
Ponemos a tu disposición
soluciones digitales
y gestores especializados.

Impulsa tu negocio
en CaixaBank.es



Tú y yo.

Nosotros.





El castillo templario de Dos Hermanas (siglo XII) en Navahermosa formaba parte de la red de fortificaciones templarias que protegían la encomienda de Montalbán.

también recibe frutos de municipios ale-
daños de tradición olivarera como son
Hontanar o San Martín de Montalbán.

Su destino principal es la elaboración
de aceite de oliva virgen extra. Aunque la
producción varía de una campaña a otra,
ésta suele superar los 8.000.000 kilos de
aceituna -el récord absoluto está estable-
cido en 12 millones de kilos-, de los que
se obtienen alrededor de 1.200.000 kilos
de aceite, sin contar con el orujo. De esa
cantidad, aproximadamente 150.000 li-
tros se destinan al aceite envasado para
socios y clientes, mientras que el resto
es vendido a granel a envasadoras de
España, Italia y Francia.

Firmemente comprometida con la
preservación del ecosistema que le
rodea, la empresa adopta prácticas
agrícolas sostenibles que respetan la
biodiversidad local y promueven la con-
servación del medio ambiente, asegu-
rando que sus hectáreas de olivar sean
un refugio seguro para la vida silvestre y
un testimonio duradero de este compro-
miso con la sostenibilidad.

Además del cuidado y esmero mostra-
dos en su elaboración, las características
edafológicas y climáticas de la zona ex-
plican la personalidad y excelente calidad
de los zumos producidos por la coopera-
tiva, caracterizados por su alto contenido
de ácido oleico -hasta un 70%- y elevado
contenido en polifenoles. A nivel organo-
léptico se trata de frutados medios-altos
donde aparecen los aromas a hierba-
buena, cantueso, jara, brezo, madroño
y romero; además de notas a alcachofa,
hierba recién cortada, frutos secos como
la almendra y matices vegetales y fruta-
les, con un buen equilibrio entre amargo
y picante. Los frutos son rápidamente
transportados a la almazara y molturados



Instalaciones de la Cooperativa San Miguel, S.C.L. en Navahermosa (Toledo). De izqda. a dcha., y de arriba a abajo: patio de recepción (1 y 2), zona de extracción (3 y 4), bodega (5), envasadora (6) y tienda (7).

en las siguientes horas para garantizar su
calidad. Todos los aceites producidos por
la cooperativa son analizados en labora-
torios independientes para catalogar sus
cualidades y descartar posibles defectos.

Hasta 12 millones de kilos de aceituna por campaña

Con una capacidad de molturación que
puede superar los 12 millones de kilos
de aceituna por campaña, la cooperativa
San Miguel de Navahermosa dispone de
unas instalaciones equipadas con maqui-
naria y tecnología de última generación.
Así, el patio de recepción cuenta con
cintas transportadoras de Treico y tres
líneas del modelo *SAFI.com 70*, dos para
aceituna convencional y otra para ecoló-
gica, con una capacidad de 70.000 kg./
hora. Junto con la lavadora, la despallilla-
dora de 2 x 1,50 metros elimina el 95%
de los palos, tallos y demás impurezas
que acompañan al fruto, mientras que
los ventiladores que posee a la salida lo
secan para evitar que el agua -perjudicial
para la masa- llegue al molino. En esta
zona también encontramos un analiza-

dor *Olivia* de FOSS, que permite obtener
análisis de cada partida en 25 segundos
sin necesidad de triturar la aceituna. Des-
pués de limpiarla y pesarla, se almacena
en ocho tolvas pulmón de 50.000 kilos,
una de ellas para ecológico.

La zona de extracción está compues-
ta por tres líneas -dos para convencio-
nal y una para ecológico- de Pieralisi y
Centrifugación Alemana. La primera, el
modelo *SPI 444 S* de Pieralisi, con una
capacidad de 7.000 kg./hora, consta de
un molino de 60 CV, una bomba de masa
y una batidora de 18.000 kg. de masa;
a las que se añade una centrífuga verti-
cal de la marca GEA con una capacidad
de 3.000 litros/hora. A continuación, en-
contramos otra línea de Centrifugación
Alemana, modelo *Hiller 350*, formada
por dos molinos de 60 CV, una bomba
de masa de Talleres Espí, una batido-
ra de 18.000 kg. de masa de Pieralisi y
una centrífuga vertical con capacidad de
4.000 l./hora de Centrifugación Alemana.
Por último, la línea ecológica está com-
puesta por un molino de 40 CV, una ba-
tidora de dos cuerpos de 30.000 kg. de



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.



Gama de AOVEs *La Galinda* en sus diferentes formatos.

La Cooperativa San Miguel de Navahermosa desarrolla una estrategia activa de promoción basada en la presencia sectorial, la formación y el contacto directo con el consumidor

El primero de ellos cuenta con versiones en ecológico -envasado en formato de vidrio de 500 ml. y PET de 3 l.- y de cosecha temprana -el último en incorporarse, tanto convencional como ecológico-, que también está disponible en envase de vidrio de 200 ml.

El branding & packaging de *La Galinda*, a cargo del estudio ubetense Cabello x Mure, se construyó con el objetivo de crear una identidad única, reconocible y coherente que genere valor, diferenciación y conexión emocional con el público. Para ello la imagen de marca recurre al entorno circundante, a la naturaleza viva de los Montes de Toledo y el Parque Nacional de Cabañeros. A destacar el color marrón tierra de la botella de cristal, la tonalidad característica de la zona conocida popularmente como “La Mascara”, que reúne la extensión más grande de olivar de Navahermosa. La etiqueta, por su parte, representa toda la flora y fauna autóctona del Parque Nacional de Cabañeros.

La cooperativa comercializa sus vírgenes extra envasados tanto en su tienda física -ubicada en sus instalaciones- como *on line*, inaugurada en 2023, que constituye un canal de venta en crecimiento que refuerza la visibilidad de sus aceites y amplía el alcance comercial más allá del entorno local, acercando el producto directamente desde la almazara al consumidor.

En el mercado local, la cooperativa abastece a las tiendas de Navahermosa y localidades próximas como San Martín de Montalbán, Menasalbas, Pulgar o Navas de Estena, además de algunos establecimientos gourmet y restaurantes de la capital toledana. Más allá de la

masa y un decánter horizontal (modelo 333), todo ello de Peralisi, junto con una centrífuga vertical de GEA (2.000 l./hora).

La cooperativa cuenta con dos bodegas, una de reciente creación y otra más grande, para una capacidad total de unos 3.000.000 kilos de almacenamiento de aceite. La primera, a pie de fábrica, consta de 16 depósitos de acero inoxidable de 29.000 kilos cada uno de la firma Herpasur, donde se clasifican los aceites por variedades y calidades. La bodega más grande cuenta con 14 depósitos de acero inoxidable de 100 toneladas cada uno con una capacidad total de 1.400 t., también de Herpasur. Finalmente, en la parte exterior, dos depósitos de 250 t. y otro de 300 t. se destinan a los aceites convencionales de final de campaña.

Existe otra bodega para el aceite ecológico con una capacidad total de 300 t. formada por 12 depósitos de acero inoxidable de 25 t.; mientras que otros tres depósitos de acero inoxidable de la firma Cedinox sirven para separar los aceites de inicio de campaña (picual, arbequina y cornicabra).

La zona de filtrado está compuesta por dos filtros: uno de tierras diatomeas

de la firma Esteryfil con el que se filtra gran parte del aceite envasado y otro de celulosa de Maquivi para aceites tempranos. Asimismo, la cooperativa dispone de dos envasadoras de la marca Ifamensa, una para garrafas de 3 y 5 litros y otra para envases de 1 l., 500 y 250 ml.

Las instalaciones de San Miguel, S.C.L. se completan con un almacén de venta de productos agrícolas (abonos, fertilizantes, utensilios relacionados con la poda y recogida de aceituna...) y una estación de suministro de gasóleo, todo ello a precios muy competitivos para sus socios.

La Galinda: AOVEs convencionales, ecológicos y de cosecha temprana

La cooperativa San Miguel de Navahermosa comercializa sus AOVEs bajo la marca *La Galinda*, que toma su nombre de la Sierra de la Galinda, en la que está enclavado el pueblo de Navahermosa. El catálogo de la marca está formado por tres monovarietales de cornicabra -el más demandado-, picual y arbequina que se presentan en formato de vidrio de 200 y 500 ml. y PET de 1, 3 y 5 l.



ifamensa

INDUSTRIAS DE FABRICACIÓN DE MÁQUINAS ENVASADORAS, S.L.

El aceite más puro, merece el envasado más preciso

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



QMS
ISO 9001
REGISTERED

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



Estand de *La Galinda* en la World Olive Oil Exhibition (WOOE) 2024. De izqda. a dcha., Rosana González, vocal y encargada de redes sociales; Paulino García de las Hijas, presidente; y Laura Pérez, vicepresidenta.

comarca, *La Galinda* también está presente en la hostelería de grandes ciudades españolas como Madrid y Bilbao.

Aunque hasta la fecha su ámbito de actuación se centra en el mercado local y nacional, a finales de 2025 la cooperativa cerró un acuerdo con un cliente en Francia para distribuir en sus supermercados el AOVE arbequino *La Galinda*. En este sentido, y en pleno proceso de expansión comercial, su vicepresidenta, Laura Pérez, apunta que “sería muy importante para la empresa encontrar comerciales y distribuidores de nuestro aceite envasado, tanto nacionales como internacionales, con el objetivo de consolidar nuestro crecimiento”.

Activa estrategia de promoción

La Cooperativa San Miguel de Navahermosa desarrolla una estrategia activa de promoción de su AOVE y divulgación de la cultura del virgen extra basada en la presencia sectorial, la formación y el contacto directo con el consumidor. Para reforzar su posicionamiento y reconocimiento dentro del sector, la empresa participa desde hace varios años en ferias como la World Olive Oil Exhibition (WOOE) en Madrid, un encuentro internacional que supone “una oportunidad estratégica para dar a conocer nuestros aceites a profesionales, distribuidores y consumidores de distintos países, además de favorecer el intercambio de conocimiento y permitirnos conocer las tendencias del sector”, apunta Laura Pérez.

Cooperativa San Miguel de Navahermosa en cifras



- Año de constitución: 1968
- Producción media anual de aceite de oliva: 1.200.000 kg. (87,5% granel y 12,5% envasado)
 - Aceite de oliva virgen extra: 100%
- Producción media anual de aceituna: 8.000.000 kg.
- Variedad de aceituna: Cornicabra, picual, arbequina
- Marca de aceite de oliva: *La Galinda* (virgen extra)

Los AOVEs *La Galinda* también están presentes en la Embajada de España en Alemania, donde son utilizados y valorados como referencia agroalimentaria española de calidad.

La cooperativa colabora con diferentes entidades formativas desarrollando actividades educativas relacionadas con el aceite de oliva, acercando al alumnado el conocimiento del sector agrícola y del proceso productivo; al tiempo que organiza visitas a sus instalaciones dirigidas a colegios e institutos -también centros escolares franceses con los que se realizan intercambios- en las que los participantes conocen de primera mano todo el proceso de elaboración y realizan degustaciones guiadas.

De forma interna, “celebramos periódicamente jornadas dirigidas a nuestros socios, fomentando la transparencia, el sentimiento de pertenencia y el conocimiento directo de la actividad de la cooperativa y del aceite que producen y consumen. Somos conscientes de la falta de relevo generacional y por ello intentamos dar la mayor visibilidad posible a nuestro trabajo. Debemos comprometernos con un gran proyecto de futuro para las siguientes generaciones y en la creación de nuevos puestos de empleo en las zonas rurales”, añade la vicepresidenta de la Cooperativa San Miguel.

Las redes sociales son utilizadas como canal directo de comunicación con socios, clientes y consumidores finales. Así, la cooperativa cuenta con presencia activa y perfiles en YouTube -mediante vídeos donde se explica el proceso de producción, se promocionan sus AOVEs y se informa acerca de la actualidad de la cooperativa-, Facebook

-para comunicar novedades, campañas, actividades y noticias relevantes de forma cercana- e Instagram -mostrando su gama completa de productos mediante contenidos visuales orientados a la promoción comercial y al posicionamiento de marca, y actuando como escaparate digital para dirigir a los usuarios hacia la tienda *on line*-. La fidelidad de sus seguidores se premia con sorteos de lotes de aceite, visitas a la almazara y catas guiadas o alojamiento en casas rurales de la zona.

Afán de mejora constante

La mejora constante es uno de los pilares fundamentales de la filosofía de San Miguel, S.C.L. Una vez acometida la actualización de la maquinaria y tecnología de producción, y adquirido el terreno que acogerá a la envasadora industrial, la cooperativa está fomentando la contratación de personal cualificado en comercio interior y exterior, además de apostar por el oleoturismo para otorgar visibilidad al entorno natural y paisajístico.

Y es que “en San Miguel no sólo concedemos importancia al producto, sino que nos gusta realzar la experiencia que supone la visita a nuestra comarca -afirma Paulino García-. Una de nuestras señas de identidad es el lugar donde habitamos y nos enorgullece formar parte de la España rural. De ahí que hayamos entrado a formar parte de la red de colaboradores de Parques Nacionales (EUROPARC)”.

S.C.C.L.M. San Miguel de Navahermosa (Toledo)
info@cooperativasanmiguel.es
www.lagalinda.com

A close-up photograph of an olive branch with several green olives and silvery-green leaves, set against a dark green background with faint circular patterns.

Pasión por nuestro trabajo

Nuestro impulso creador e innovador se basa en mejorar continuamente. Innovar es la única forma de mantenerse competitivo, ninguna ventaja es sostenible a largo plazo. En Magusa ofrecemos una solución integral a tus necesidades y una atención personalizada en cada proyecto.

**Magusa, desde 1975 fabricando
la mejor maquinaria oleícola.**

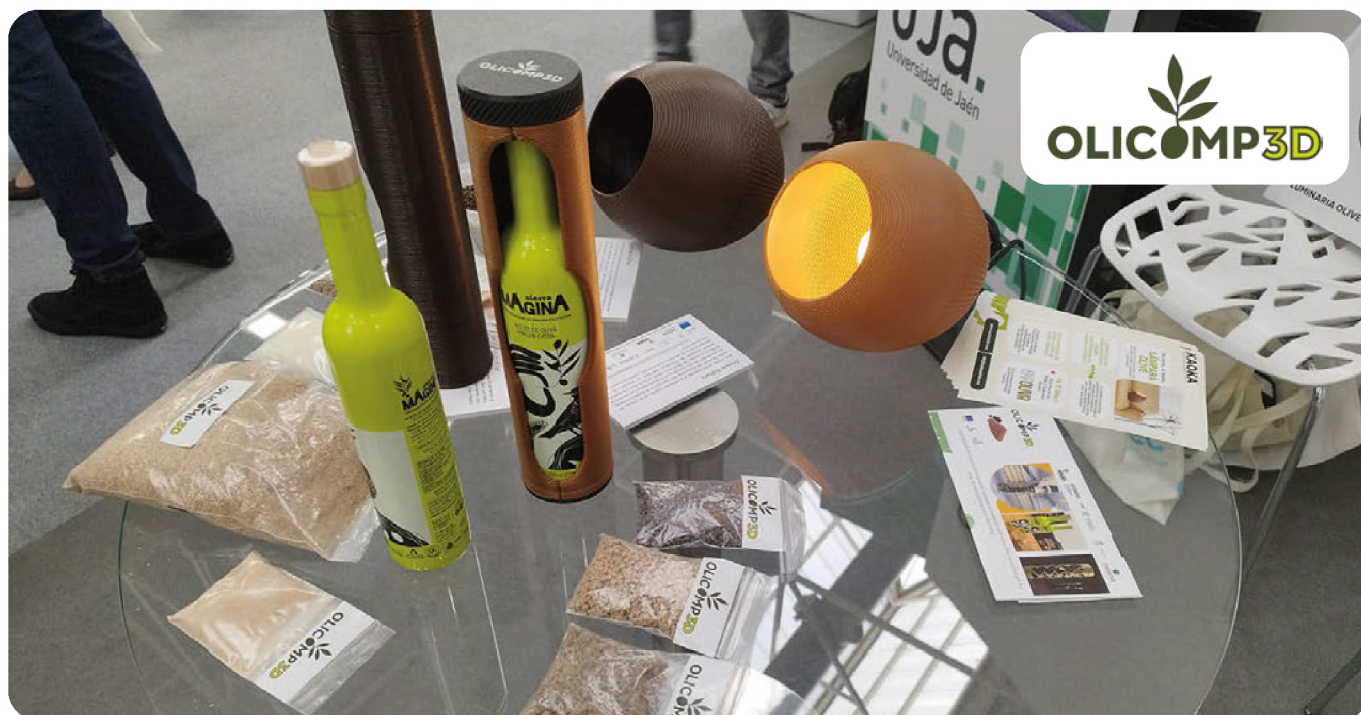


*Servicio postventa y asistencia 24 horas.



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

El reto de los residuos del olivar: el proyecto OLICOMP3D



El sector del olivar en Andalucía no sólo representa el motor económico de la región, sino también una herencia cultural incalculable. Sin embargo, este motor genera históricamente un gran volumen de subproductos cuya gestión supone un reto logístico y ambiental. El proyecto OLICOMP3D (<https://olicomp3d.com/>) surge como una iniciativa pionera diseñada para transformar los subproductos del olivar en biocomposites poliméricos sostenibles, obtenidos a partir de la combinación de polímeros y fibras de olivo o hueso de aceituna. Mediante el desarrollo de estos materiales con propiedades óptimas para su procesabilidad a través de tecnologías innovadoras del sector del plástico, se exploró el empleo de la fabricación por granulado fundido (FGF) en aplicaciones relacionadas con el sector del olivar, como la elaboración de envases.

Por María Dolores La Rubia García

Catedrática del área de Ciencias de Materiales e Ingeniería Metalúrgica. Unidad de Ingeniería de Procesos del Instituto Universitario de Investigación en Olivar y Aceites de Oliva de la Universidad de Jaén

El consorcio del proyecto OLICOMP3D ha estado integrado por un equipo multidisciplinar que combina la excelencia investigadora con la capacidad técnica e industrial. Este grupo operativo ha estado liderado por la Fundación Andaltec I+D+i, centro tecnológico encargado de la coordinación y el desarrollo de los biocomposites, y ha contado con la participación científica de la Universidad de Jaén (UJA), responsable de la selección y carac-

terización química de los residuos; y la Universidad de Cádiz (UCA), experta en los materiales y tecnologías de fabricación aditiva. La vertiente industrial y de mercado la ha aportado Matersia, empresa de base tecnológica orientada a la comercialización de nuevos materiales; mientras que el sector productor ha estado representado por el Consejo Regulador de la DOP Sierra Mágina, que ha actuado como validador de los prototipos finales y proveedor de la materia prima (residuos de poda y hueso de aceituna).

¿Cómo se fabrican los composites?

Durante la ejecución del proyecto, se desarrollaron protocolos específicos de tratamiento para el hueso de aceituna y los restos de poda procedentes de la DOP Sierra Mágina. Este enfoque de "kilómetro cero" ha sido vital para garantizar que el valor añadido permanezca en el territorio de origen. El proceso técnico se dividió en varias fases:

1. Tratamiento y clasificación: Los subproductos fueron triturados y clasifica-



[El proyecto dio lugar a la lámpara *Olive*, un elemento de iluminación con una forma orgánica inspirada en la aceituna que demostró el potencial estético del biocomposite]

dos granulométricamente para asegurar una homogeneidad que permitiera su uso industrial.

2. **Compounding:** Mediante este proceso se combinaron polímeros de base biológica con el refuerzo natural del olivar. El reto fue lograr una adhesión perfecta entre la fibra vegetal y la matriz plástica.
3. **Optimización para FGF:** El resultado fue un material con propiedades me-

cánicas y térmicas óptimas, específicamente diseñado para la tecnología de Fabricación Granular Fundida (FGF).

Esta técnica de impresión 3D a partir de pellet (gránulos) ha supuesto una revolución, ya que ha permitido fabricar piezas de gran formato y geometrías complejas que serían difíciles de realizar mediante moldes tradicionales. Al utilizar recursos de proximidad, el pro-

yecto ha logrado minimizar la huella de carbono asociada al transporte y la producción de materias primas vírgenes.

Para asegurar la sostenibilidad integral de la propuesta, el proyecto ha implementado un riguroso análisis bajo una doble perspectiva: ambiental y económica. Por un lado, se ha realizado un Análisis de Ciclo de Vida (LCA), que



- Fabricantes de Calderas de Biomasa Industriales para almazaras.
- Tolvas y sistemas de transporte y llenado de biomasa.
- Optimizamos el sistema térmico completo de la almazara para mejorar el rendimiento del proceso de extracción.
- Servicio Técnico Especializado



 www.calderasbiomasa.eu
 +34 656 858 970
 info@calderasbiomasa.net

Fabricado en España

Rango de potencias 75 kW hasta 500 kW



Proceso de impresión 3D mediante la tecnología FGF.



Conjunto de demostradores y materiales utilizados en el proyecto OLICOMP3D.



Presentación del proyecto OLICOMP3D en el stand de la DOP Sierra Mágina en la pasada edición de Expoliva.



Luminaria Olive y demostrador Bidhara, dos de los resultados del proyecto OLICOMP3D.

permite cuantificar y minimizar la huella ambiental de los nuevos biocomposites desde la obtención de la poda hasta su fin de vida. Por otro, se ha llevado a cabo un Análisis de Coste de Ciclo de Vida (LCC), garantizando que estos innovadores materiales no sólo sean respetuosos con el entorno, sino también una alternativa económicamente viable y competitiva para el sector oleícola.

Hitos alcanzados: diseño, identidad y sostenibilidad

La fase de ejecución de OLICOMP3D no se restringió al desarrollo conceptual ni a la experimentación en laboratorio. El proyecto se ha materializado en demos-

tradores funcionales que evidenciaron una estética diferencial y una coherencia narrativa total con el sector oleícola. En el ámbito del packaging se ha creado *Bidhara*, un estuche Premium concebido específicamente para las botellas de aceite de la DOP Sierra Mágina. De este modo, el residuo procedente del hueso de aceituna vuelve simbólicamente a la botella para proteger y poner en valor el aceite de oliva virgen extra, cerrando así un ciclo coherente de economía circular.

Por otra parte, el proyecto dio lugar a la lámpara *Olive*, un elemento de iluminación con una forma orgánica inspirada en la aceituna que demostró el potencial estético del biocomposite.

Actualmente es producida y comercializada por la firma Kaoka Hábitat (<https://www.kaokahabitat.com/>), lo que representa un ejemplo tangible de transferencia desde el prototipo de laboratorio hasta su llegada al mercado.

La presentación de estos prototipos en foros internacionales como el Salón Gourmets de Madrid, la feria Expoliva y el Simposio Científico-Técnico ha confirmado el interés del sector por soluciones que refuercen la identidad Premium del AOVE a través de la sostenibilidad.

Tras completar su ejecución, el proyecto ha concluido demostrando con éxito la viabilidad técnica de esta nueva cadena de valor, confirmando que es técnica y económicamente posible reducir la dependencia de los plásticos convencionales. Por otro lado, el con-



sorcio ha demostrado que la colaboración público-privada es la vía más eficaz para transferir el conocimiento científico al tejido productivo real.

Un antes y un después en la valorización de subproductos

El proyecto OLICOMP3D ha marcado un antes y un después en la forma en que



el sector oleícola percibe sus subproductos. Su legado supone la consolidación de una nueva cadena de valor para el olivar y el cierre de un ciclo. Lo que antes era un residuo ahora se contempla como un recurso de alto valor, como una materia prima capaz de competir en los mercados más exigentes, abriendo una ventana de oportunidad para la reindus-

trialización de las zonas olivereras. Al demostrar que la poda y el hueso pueden sustituir a polímeros vírgenes, se fomenta la creación de empleo verde especializado y la retención de talento joven en el territorio. La capacidad de fabricar productos de alto valor añadido directamente en el origen no sólo reduce la huella de carbono logística, sino que posiciona a la provincia de Jaén como un referente en la transición hacia una industria del plástico más responsable, descarbonizada y profundamente ligada a sus raíces.

Este proyecto ha sido financiado con Fondos Europeos Agrícolas de Desarrollo Rural (FEADER) y por la Junta de Andalucía en la convocatoria para el Funcionamiento de Grupos Operativos Regionales de la Asociación Europea de Innovación en Materia de Productividad y Sostenibilidad Agrícola (EIP AGRI) de 2020. Gracias a este apoyo institucional, el olivar no sólo produce el mejor aceite, sino que ahora también lidera la vanguardia de los materiales del futuro. 🍋

GALLARDO

ELEGANCIA EXTERIOR NOBLEZA INTERIOR



Llenadora ponderal para aceite
20.000 botellas/hora

Nuestras máquinas para salsas y aceites, equipadas con caudalímetros máxicos 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 con la mejor tecnología y automatismos de control y medición. 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, salsas, lácteos y cremas.



moya
OLEOTECA

Desde Úbeda al mundo



Situada en Úbeda, Moya Oleoteca es una tienda especializada en aceites de oliva vírgenes extra *Made in Jaén* fuertemente comprometida con la promoción de la excelencia de los zumos y productos de la provincia. Su misión es ofrecer al público no sólo AOVEs de excepcional calidad, sino una experiencia completa que incluye el aprendizaje sobre el origen, las variedades y los procesos de elaboración; así como disfrutar del rico patrimonio y la tradición oleícola de Jaén.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

Fundada en 2017 por Salvador Moya, un enamorado de la gastronomía y del AOVE temprano que se considera a sí mismo un embajador del virgen extra, Moya Oleoteca ha ido consolidándose en sus casi 10 años de vida como un referente en la difusión y el reconocimiento de la calidad oleícola de Jaén, el mayor productor de aceite de oliva virgen extra del mundo. Desde su apertura, la acogida por parte del público ha sido muy positiva, destacando especialmente el interés mostrado por turistas y amantes de la gastronomía.

“La idea de abrir Moya Oleoteca surgió por mi amor hacia Úbeda, Jaén y su olivar, con el objetivo de promover la cultura del aceite de oliva virgen extra y acercar y mostrar al público productos de alta calidad”, señala su fundador. Todos los productos que ofrece en su tienda localizada en el número 13 de la calle Real de Úbeda, en el corazón del centro histórico de esta bella ciudad declarada Patrimonio de la Humanidad, están elaborados en la provincia jiennense y cuentan con los distintivos de Compromiso de Calidad Turística, Oleoturismo España, Degusta Jaén y OleotourJaén que avalan su excelencia

y compromiso con la promoción del AOVE local.

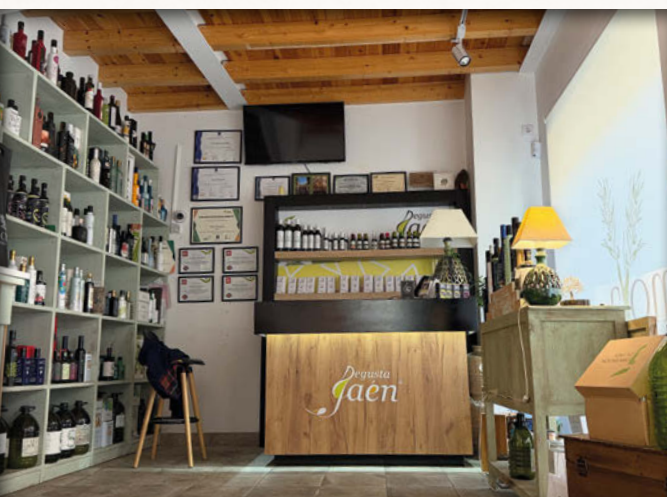
La elección del emplazamiento en una zona estratégica con gran afluencia de visitantes fue un aspecto prioritario, “ya que este tipo de ubicación favorece la visibilidad del negocio y el acceso a un público turístico”, añade Salvador. Cabe destacar que aproximadamente el 80% de los clientes son turistas, sobre todo nacionales -que acuden a Moya Oleoteca porque ya conocen el local o disponen de referencias-, con una creciente presencia de franceses, alemanes, ingleses y norteamericanos, así como portugueses o visitantes del Cono Sur Americano.



La elección del **emplazamiento** en una **zona estratégica** con **gran afluencia** de visitantes fue un **aspecto prioritario** para favorecer la **visibilidad del negocio** y el acceso a un **público turístico**



Salvador Moya, fundador y propietario de Moya Oleoteca en Úbeda (Jaén).



Los clientes suelen demandar información sobre el producto, solicitar degustaciones y dejarse recomendar. Si bien su nivel de conocimiento es muy dispar, “existe interés por aprender y descubrir el mundo del AOVE”, confirma el propietario de Moya Oleoteca.

Con formación como sumiller de AOVE y varios cursos de cata y análisis sensorial realizados en la Escuela Europea de Cata de Mar Luna, en su establecimiento se realizan a diario catas y degustaciones del mejor AOVE. Para ello cuenta además con su propia sala de

catas, situada en la planta baja (cantina), “un lugar único orientado al aprendizaje y el disfrute de los sentidos”. Existe asimismo la posibilidad de disfrutar de una cata privada previa reserva -tanto individuales como para grupos, dentro y fuera del establecimiento-, “toda una experiencia educativa y sensorial”, afirma Salvador. El personal de Moya Oleoteca cuenta con formación específica en el sector del aceite de oliva, lo que permite ofrecer un asesoramiento especializado y una experiencia más completa al cliente.

La decoración de la tienda, un espacio acogedor y minimalista con paredes de piedra, muebles de madera y amplios ventanales a modo de escaparates, se



caracteriza por un ambiente cuidado y adaptado al producto, con una estética de aire *vintage* que busca resaltar la calidad del AOVE y generar una experiencia de compra agradable para el cliente.

Apuesta por los pequeños productores y la cosecha temprana

Con más de 50 marcas que superan el centenar de referencias, en Moya Oleoteca se pueden encontrar AOVes tempranos convencionales y ecológicos de variedades como picual, acebuchina, royal, frantoio, arbequina, hojiblanca, cornicabra, pico limón, changlot real, arbosana, koroneiki o taggiasca, entre otras. Todos ellos presentados en múltiples formatos: cristal, lata, PET, *bag in box*... El rango de

Moya Oleoteca comercializa también su propia marca de AOVE, obtenido de **olivares de montaña** situados en las **comarcas de Sierra de Cazorla y Sierra Mágina** que son **seleccionados por el propio Salvador**

precios oscila entre 7 y 29 euros en envases de 500 ml., con suculentas ofertas en grandes formatos como el de 5 l.

Entre las marcas más populares figuran *Verde Íbero*, *Contempo*, *Rita la Cantora*, *Señorío de Camarasa*, *Familia Santías* o *Esencial Olive*. No obstante, Moya Oleoteca comercializa también su propia marca de AOVE (*Moya Oleoteca* y *Maestro Moya*), obtenido de olivares

de montaña situados en las comarcas de Sierra de Cazorla y Sierra Mágina que son seleccionados por el propio Salvador, cuyos frutos son molturados con mimo en la microalmazara Campos de Jaén en Peal de Becerro.

La selección de AOVes se basa en criterios de calidad y origen certificado, apostando por los pequeños productores y las cosechas propias. Su catálogo de



¡Sabor que da vida!



El aceite de oliva virgen extra con DOP Antequera da vida a tus platos y alimenta el corazón de los pueblos de nuestra comarca.



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN



Fondos
Europeos

Junta
de Andalucía



La selección de AOVEs se basa en criterios de calidad y origen certificado, apostando por los pequeños productores y las cosechas propias

vírgenes extra procede principalmente de zonas con Denominación de Origen tales como Sierra Mágina, Sierra de Cazorla y Sierra de Segura. Entre ellos nunca faltan los AOVEs de “Jaén Selección”, así como otros que portan la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Aceite de Jaén.

No sólo AOVE

Además de vírgenes extra, Moya Oleoteca comercializa otros productos que forman parte de una oferta gourmet orientada a completar la experiencia gastronómica: aceitunas, chocolates, mermeladas, patés y perlas de AOVE, aceites aromatizados o cosmética.

La tienda *on line*, alojada en su web y en funcionamiento desde 2021, recibe pedi-

dos a nivel nacional e internacional, sobre todo de Andalucía, Madrid, Cataluña y la Comunidad Valenciana. Fuera de nuestras fronteras, destaca el volumen proveniente de países europeos como Francia, Alemania, Polonia o Países Bajos.

Con presencia en Facebook e Instagram, las redes sociales son utilizadas no sólo como vehículo de promoción y venta de productos, sino para difundir la cultura del virgen extra y otros contenidos gastronómicos.

Junto con las degustaciones y catas diarias, que contribuyen a promocionar el producto y a fidelizar clientes, la empresa organiza diferentes actividades, en español e inglés: visitas a almazaras y rutas por olivares de la provincia -incluidas en

los catálogos de experiencias de OleotourJaén y Oleoturismo España- o alojamiento en Cazorla estelar, un exclusivo hotel formado por cuatro burbujas de lujo y seis habitaciones de estilo moderno situado a sólo unos kilómetros de Cazorla y del Parque Natural de las Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas, ideal para los amantes de la naturaleza y la aventura.

En cuanto a los planes de futuro, Salvador Moya indica que “aunque no tenemos proyectos concretos definidos, existen numerosas ideas ligadas al crecimiento y evolución del negocio que pondremos en marcha a corto y medio plazo, por ejemplo un centro o escuela de cata”. 🍷

www.moyaoleoteca.com

Expertos en Análisis de Aceites y Aceitunas

Laboratorio y consultoría
para la industria oleícola y
el sector del olivar

Más de 20 años garantizando
análisis fiables de calidad, pureza
y contaminantes



Laboratorio
reconocido por el
**Consejo Oleícola
Internacional (COI)** y
acreditado **ISO 17025**

Análisis y consultoría alimentaria

- Aceituna para aceite
- Aceites de oliva y aceites de orujo de oliva
 - Asesoramiento en almazara
 - Clasificación de bodega
 - Aceites para venta a granel
 - Aceites para venta envasados y etiquetados
- Seguridad y calidad alimentaria (análisis de contaminantes)
 - Plaguicidas, Metales pesados, Acrilamida, Micotoxinas, Benzopirenos (HAPs), MOSH y MOAH, Bifenilos policlorados (PCBs), Dioxinas y furanos, PFAS, Cloratos, Percloratos, Fosetil aluminio o Glifosatos
 - Detenciones de la FDA
 - Asesoramiento legal y técnico

Análisis y consultoría agronómica

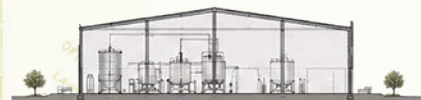
- Aguas de riego y suelos
- Soluciones fertilizantes
- Tejidos vegetales (foliares, savias y frutos)
- Auditorías hídricas y nutricionales
- Seguimiento nutricional de cultivos
- Mapas nutricionales (GIS y NDVI)



atencioncliente.esp@agqlabs.com

955 738 908

agqlabs.es



Factores que intervienen en el diseño de las almazaras



Son numerosos los factores que debe tener en cuenta el ingeniero proyectista de almazaras al realizar su diseño. Entre los principales se hallan la disponibilidad de materias primas, los impactos medioambientales del proyecto y sus medidas correctoras, las características geológicas del terreno, la normativa legal vigente o los aspectos técnico-sanitarios. Pero hay dos elementos que son determinantes en dicho diseño: el terreno disponible y los equipos existentes en el mercado. Por otra parte, abordamos la nueva revolución de la ingeniería oleícola: la almazara inteligente -o Almazara 4.0- representa la evolución hacia una industria donde los datos y la digitalización adquieren un protagonismo indiscutible.

*Por Francisco Montes Tublo, Dr. Ingeniero agrónomo
y José María Pencó, director de AEMO*

La importancia de efectuar un estudio exhaustivo del terreno, antes de emprender el proyecto, viene dada por la gran superficie que pueden llegar a ocupar estas instalaciones, así como por el hecho de que la ley permite ubicar las industrias agrarias en terrenos no urbanizados, anejos a las explotaciones agrícolas.

Supongamos que la ley autoriza ubicar una industria agroalimentaria en una finca que anteriormente podía estar destinada al cultivo del olivo y la superficie que ésta ocupa fuese de unos 50.000 m². Al urbanizarla, el suelo que anteriormente se empapaba del agua de la lluvia ahora la despidе y, para una precipitación puntual de 10 litros/m², la escorrentía que se genera supondría

unos 500 m³, que habría que evacuar para evitar el encharcamiento; de ahí que sea fundamental en el diseño estudiar detalladamente las cotas del terreno primitivo y modificado para darle salida natural al agua de lluvia.

En la modificación del terreno primitivo deben estudiarse minuciosamente las cotas de cada una de las zonas de la almazara: patio de recepción, lim-

Desde el campo a la almazara

En IADA Ingeniería Agraria abarcamos desde el asesoramiento en fincas de olivar orientado a la obtención de producciones de AOVes de máxima calidad; proyección de almazaras concebidas para la obtención de Aceites Premium, con un diseño único que exprese el alma del proyecto; y diseños de olivares con futuro, sostenibles y basados en la rentabilidad y calidad de sus producciones.



Consultoría en Olivicultura.
Asesoramientos.
Plantaciones.



Ingeniería de Proyectos:
Almazara 4.0. Diseño
y Calidad Agroalimentaria.



Calidad de AOVes.
Aceites Premium.

IADA ingeniería
agraria



+34 953 263 223 | +34 636 158 688 | +34 626 568 714
info@iadaingenieria.com





[En la **modificación**
del **terreno primitivo**
deben **estudiarse**
minuciosamente las
cotas de cada una de
las **zonas** de
la **almazara**]

pieza y lavado de aceitunas, nave de fábrica, bodega de almacenamiento de aceite y balsas de evaporación de efluentes, con objeto de que el proceso de elaboración funcione en lo posible por gravedad. Normalmente, el patio de recepción de aceitunas debe ocupar la zona más alta del terreno y las balsas, la más baja.

Para conseguir esto, habrá que rebajar las cotas del terreno primitivo en algunas zonas, efectuando desmontes; y en otras realizar rellenos de tierras o terraplenes, que habrá que compactar cuidadosamente para evitar hundimientos. Como norma general se debe evitar, en la medida de lo posible, construir los edificios de la industria en zonas de relleno, ya que este hecho podría afectar negativamente a las cimentaciones. La importancia de tener en cuenta estos aspectos radica en que una equivocación en alguno de ellos es muy difícil de corregir una vez concluida la obra.

Por otro lado, las construcciones alejadas del núcleo urbano suelen carecer de suministro de agua, red de desagües y electricidad, etc., por lo habrá que dotar a la industria de tales servicios, teniendo presente que, si los puntos de toma de agua potable están alejados de la industria, las tuberías de suministro podrían afectar a numerosas parcelas de distintos propietarios, lo que complica la ejecución. La alternativa de buscar agua de pozo en la propia parcela es una opción, pero está sometida a mayores controles sanitarios.

En la práctica, el suministro de energía eléctrica en alta tensión suele resultar menos complicado que la ejecución de las conducciones de abastecimiento

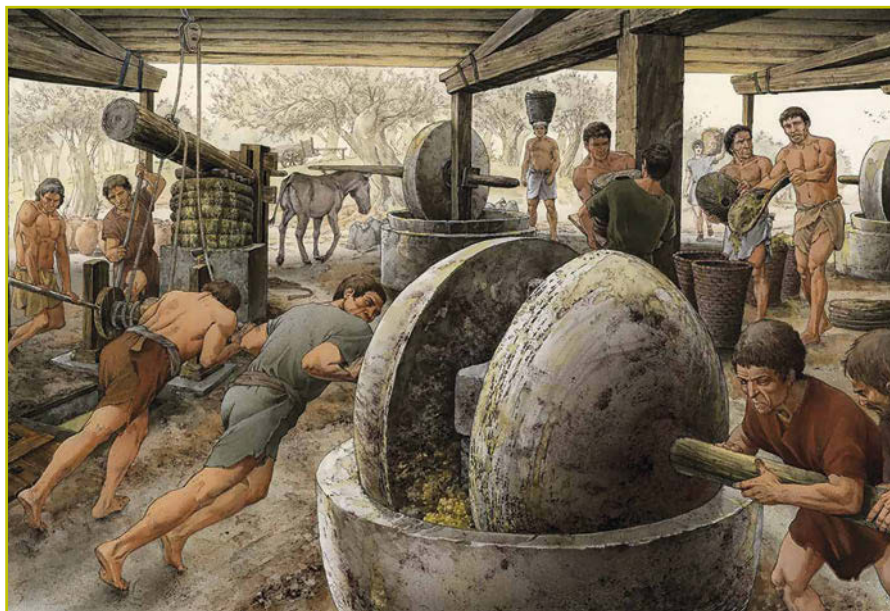


Figura 1. Imagen de una almazara romana. Fuente: National Geographic.

de agua, pues los postes del tendido eléctrico afectan menos negativamente a las parcelas por las que deban pasar que las zanjas de las canalizaciones de agua; además de que presentan más alternativas a su trayectoria.

La inexistencia de desagües de la red municipal puede suplirse con la construcción de una fosa séptica al recibir únicamente los vertidos de los aseos del personal de la industria, ya que los procedentes del proceso de fabricación se evaporarán en las balsas.

Evolución de los equipos de extracción del aceite de oliva

El otro factor clave en el proyecto de una almazara son los equipos de extracción del aceite existentes en el mercado, que han ido evolucionando a lo largo del tiempo en función de la tecnología y de la energía disponibles en cada época.

Aunque no fueron los romanos los introductores del cultivo del olivo en Andalucía, ni tampoco de la extracción del aceite de oliva, a ellos se debe la implantación de una moderna tecnología que ha llegado sin grandes variaciones hasta nuestra época y que comprendía dos etapas principales: la molienda y el prensado. Veamos la evolución de los equipos empleados en ambas etapas a través de la historia, comenzando por las almazaras romanas.

Equipos empleados en los procesos de extracción de aceite en la almazara romana

Maquinaria de molturación

El molino de aceitunas empleado por los romanos era conocido como *trapezum*. Se trataba de un molino de fricción compuesto por un mortero de piedra volcánica en cuyo interior dos muelas despulpadoras con forma de casquetes esféricos -denominados orbes- eran accionadas por una palanca que les imprimía un movimiento giratorio.

Una vez depositadas las aceitunas en el mortero, éstas podían dilacerarse totalmente o sólo la pulpa, sin molturar el hueso, según la separación entre los casquetes y el mortero. La palanca que imprimía el movimiento a los casquetes era accionada por varios esclavos; en esa época y otras posteriores se usará la llamada “energía de sangre”.

La Figura 1 nos muestra el interior de una almazara romana idealizada, en la que se representa en primer plano el molino o *trapetum*, pudiendo observarse que las condiciones sanitarias eran mucho menos exigentes que en la actualidad. Ello podría explicarse por el hecho de que gran parte del aceite obtenido no se dedicaba a la alimentación, sino que se quemaba en las lámparas con destino a la iluminación; de ahí que se denominase aceite lampante al de inferior calidad.



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





Figura 2. Prensa de torno utilizada en las almazaras romanas. Fuente: Sonia Blanco.



Figura 3. Reconstrucción 3D de la almazara romana de Cerro Lucerico en Fuente Tójar. (TFM. A. Exojo).

[A los **romanos** se debe la implantación de una **moderna tecnología** que ha llegado sin grandes variaciones hasta nuestra época]

Equipo de prensado

Los romanos utilizaron una prensa de palanca de segundo género conocida como torcular (Figura 2). Las aceitunas molidas se colocaban en unos capachos o serones que se situaban debajo de la prensa, donde se exprimían para extraer el aceite. En muchos casos se alteraba el proceso y se comenzaba prensando las aceitunas enteras, y la masa prensada era molida posteriormente.

Equipos empleados en los procesos de extracción de aceite en las almazaras medievales

El pintor flamenco Johannes Stradanus vivió muchos años en Italia, conociendo bien el funcionamiento de las almazaras del país. Representó ocho



Figura 4. La almazara medieval o oleum olivarum. Fuente: Johannes Stradanus y Philips Galle.

industrias agroalimentarias medievales con gran fidelidad, entre ellas las almazaras, reflejando no sólo los equipos empleados, sino también los distintos oficios de los almazareros: husilleros, garrafadores, aceiteros, etc. Sus dibujos fueron ampliamente

divulgados por los grabadores Philips Galle y Hieronymus Cock.

La Figura 4 representa una almazara medieval, que continúa utilizando las dos etapas clásicas de molienda y prensado. La primera etapa se realiza mediante la denominada *mola olearia*, una



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.

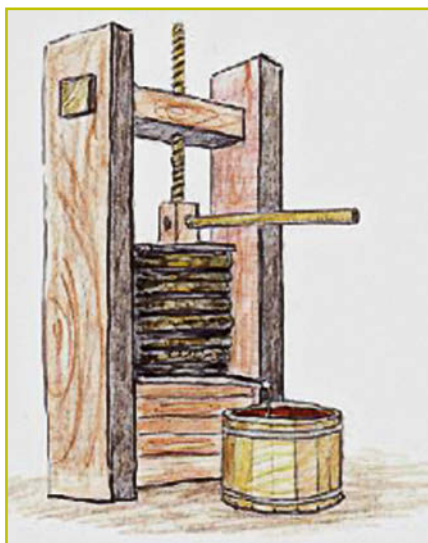


Figura 5. Prensa de capilla o rincón.

muela cilíndrica que gira sobre la base circular o alfarge, molturando las aceitunas. Mientras, el prensado se efectúa mediante una prensa de madera llamada de capilla o rincón (Figura 5), en la que se depositan los capachos con las aceitunas molturadas y que eran regadas con agua hirviendo para facilitar la extracción del aceite.

Equipos utilizados en las almazaras de los siglos XVI al XIX

La prensa romana (torcular) fue sustituida por la prensa de viga y quintal (Figura 6), a la que se le colocaba una piedra de gran peso en su extremo. Esta prensa se empleará en las almazaras y lagares andaluces hasta las primeras décadas del siglo XX, junto con los molederos de piedra cilíndrica inicialmente y el moledero cónico a partir de finales del siglo XVIII. Naves alargadas y muy estrechas adaptadas a la prensa de viga y quintal, dotadas con torre de contrapeso, son las propias del diseño de almazaras en los siglos XVI al XIX.

Los equipos de las almazaras en la revolución industrial

En 1843, Don Diego de Alvear y Ward introduce la primera prensa hidráulica manual empleada en España en la almazara del Carril de Montilla (Figura 7).

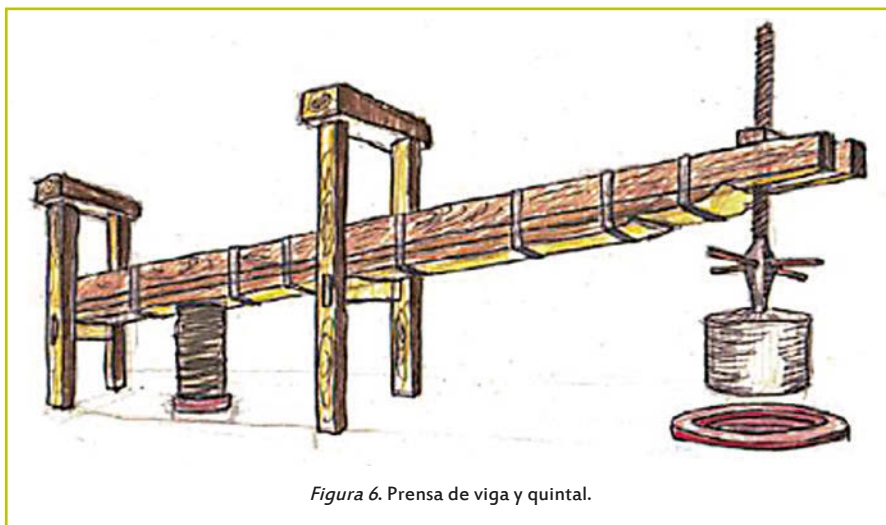


Figura 6. Prensa de viga y quintal.

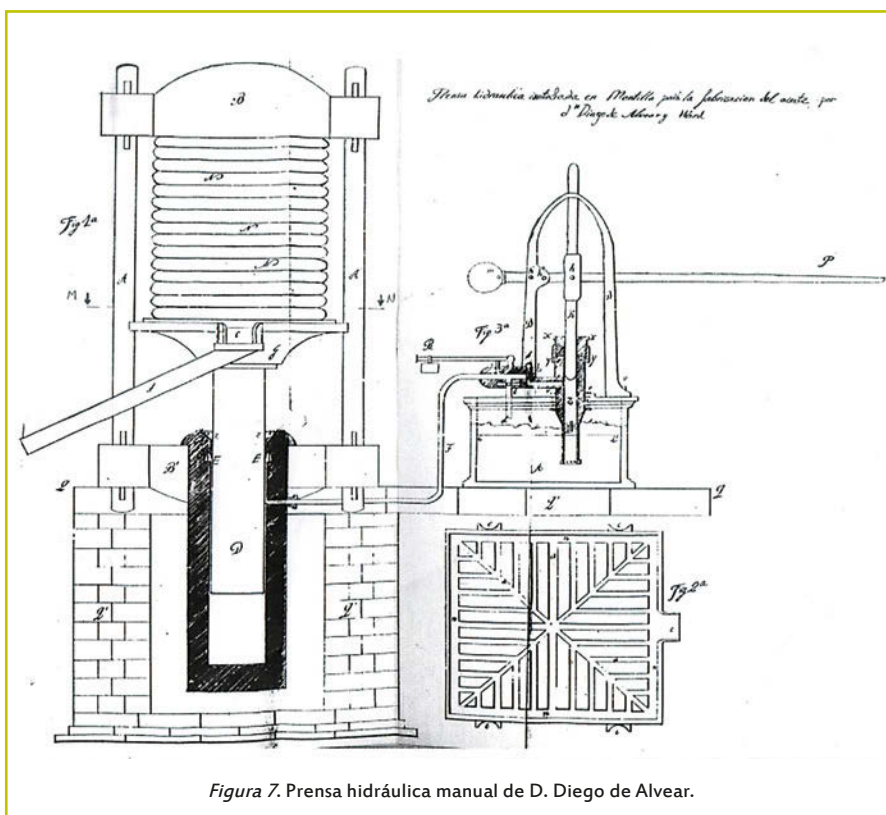


Figura 7. Prensa hidráulica manual de D. Diego de Alvear.

La prensa se empleaba en Gran Bretaña para reducir el volumen de las balas de algodón con vistas a su transporte en las bodegas de los barcos. El propio Don Diego realizó los planos para adaptarla a su nuevo uso, prensar aceitunas molidas.

Las prensas hidráulicas dotadas con cajas de bombas y los molederos cilíndricos o mayoritariamente cónicos se utilizarán en las almazaras españolas hasta las décadas de 1970 y 1980,

cuando las dos etapas (molienda + prensado) son sustituidas por molienda y centrifugación. Las almazaras clásicas con prensas hidráulicas de esa época utilizan ya la energía eléctrica en el proceso y poseen la tipología de la Figura 8.

En la Figura 9 se representa la planta de fábrica de una almazara que utiliza el sistema continuo con las dos etapas indicadas: molienda y centrifugación. El moledero es en ese momento un molino

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

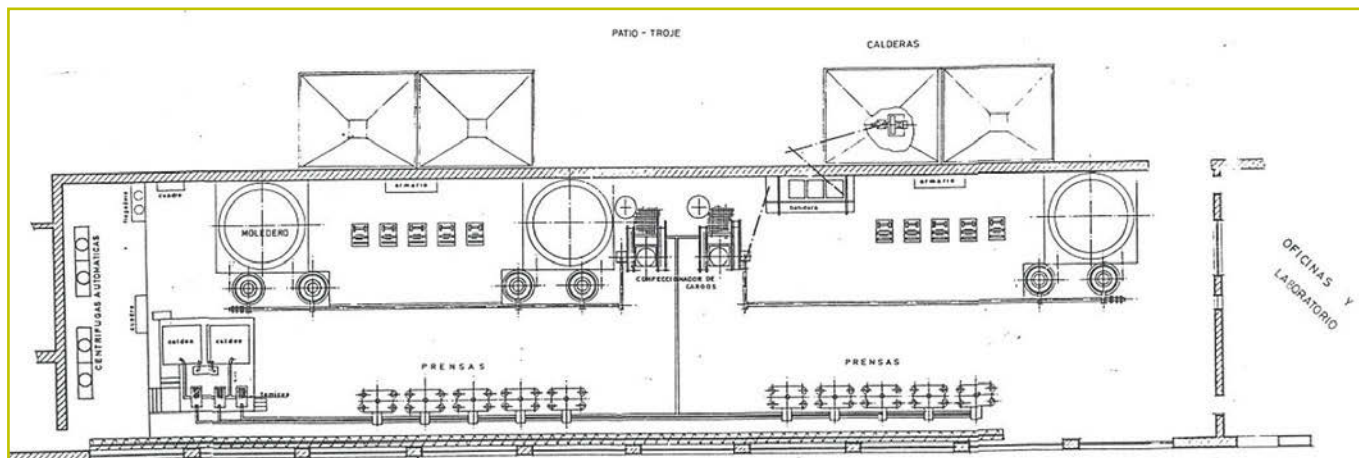


Figura 8. Almazara clásica del último tercio del siglo XX con molederos y prensas.

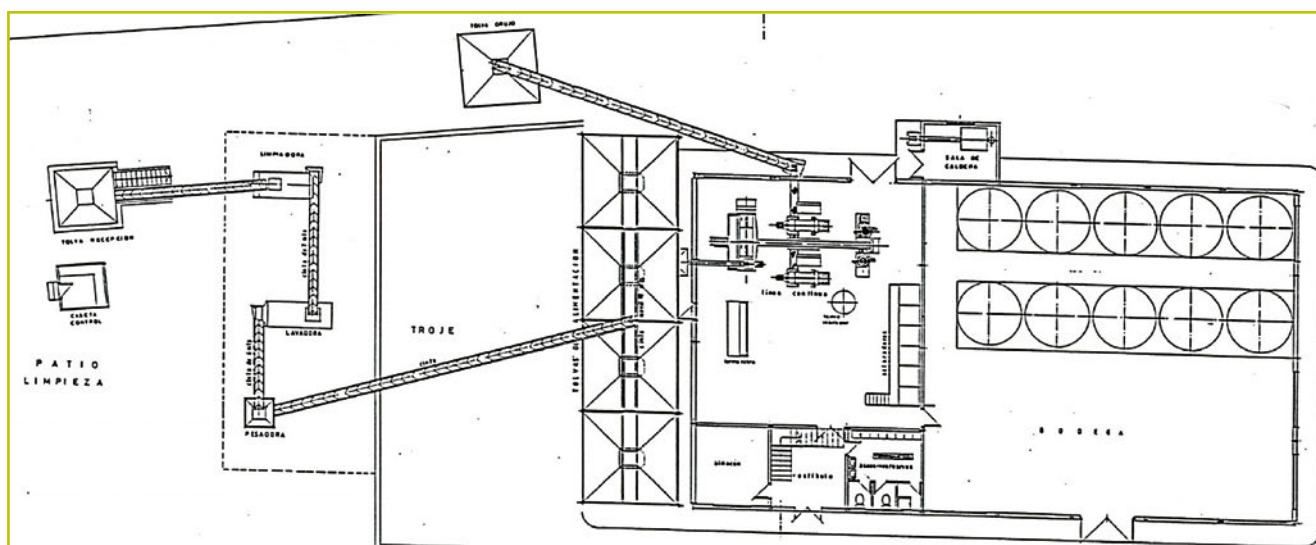


Figura 9. Planta de una almazara continua con una línea de recepción, limpieza, lavado y pesado automático de finales del siglo XX.

de martillos que se ubicará fuera de la nave de fábrica, bajo las tolvas de almacenamiento de aceituna.

Actualmente, en las almazaras andaluzas se emplea mayoritariamente el sistema continuo de extracción del aceite de oliva por centrifugación de las masas de aceitunas molidas, trabajando en dos fases, pero el sistema no ha dejado de perfeccionarse aplicando sis-

temas de trazabilidad a las materias primas y a los aceites obtenidos; así como reduciendo la generación de efluentes producidos en el proceso y convirtiendo los residuos de la almazara en subproductos, utilizando el orujillo y los huesos de aceituna como combustibles.

Por otra parte, conviene destacar el cuidado y esmero mostrado en la estética de las edificaciones y en los envases

del aceite, lo que favorece la comercialización y aporta un valor añadido al producto. Finalmente, la informatización del proceso de elaboración, la automatización de los equipos y la aplicación de algoritmos y redes neuronales utilizados por la Inteligencia Artificial en el manejo de los equipos y máquinas empleados en las almazaras representa un reto tanto para proyectistas como para usuarios. 💧

Bibliografía

- CARO BAROJA, J. 1981. *Los Pueblos de España*. Istmo Colección Fundamentos, ed.
CATÓN, MARCO PORDIO; VARRON, MARCO TENENCIO. 1993. *On Agriculture*. Harvard University.
COLUMELA, LUCIO JUNIO MODERATO; HOLGADO REDONDO, A. 1988. *De los Trabajos del Campo. Siglo Veintiuno de España*, ed. Madrid.
CORDOBA DE LA LLAVE, R. 1990. *La Industria Medieval de Córdoba*. Obra Cultural de la Caja Provincial de Ahorros de Córdoba, ed. Córdoba.
ESTRABON. 1952. *Geografía de Iberia*. Bosh, ed. Barcelona.
LOPEZ ONTIVEROS, A. 1974. *Emigración, Propiedad y Paisaje Agrario en la Campiña de Córdoba*. Ariel, ed.
PEQUEÑO, D. 1879. *Nociones Acerca de la Elaboración del Aceite de Oliva*. Imprenta de la Sociedad Tipográfica, ed. Madrid.
RODRIGUEZ NEILA, J.F.; IBÁÑEZ CASTRO, A. 1983. *Córdoba hispano-romana*. Diputación Provincial de Córdoba, ed. Córdoba.



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



Las almazaras inteligentes: la nueva revolución de la ingeniería oleícola

Si la segunda mitad del siglo XX estuvo marcada por la implantación de los sistemas continuos de extracción mediante centrifugación, las primeras décadas del siglo XXI están protagonizando una nueva revolución en la ingeniería de almazaras. En esta ocasión, el cambio ya no reside únicamente en la incorporación de nuevas máquinas, sino en su capacidad para generar información, interpretarla y tomar decisiones inteligentes. La denominada Almazara 4.0 representa el paso desde una industria basada exclusivamente en la mecánica hacia otra donde el dato adquiere un protagonismo comparable al de la propia aceituna entrante.

La digitalización comienza ya en los patios de recepción. Mediante sistemas de visión artificial, espectroscopía de infrarrojo cercano (NIR) y algoritmos de clasificación, la aceituna puede identificarse automáticamente según su estado sanitario, grado de maduración, humedad o rendimiento graso, permitiendo su separación en diferentes líneas de proceso. Paralelamente, la información generada acompaña al fruto durante todo el proceso, constituyendo la base de una trazabilidad integral desde el árbol hasta la bodega.

La propia ingeniería del proceso también evoluciona. Los nuevos sistemas de molienda buscan una molturación más suave del fruto, minimizando la incorporación de oxígeno y preservando mejor los compuestos volátiles responsables del aroma. Del mismo modo, el tradicional termobatido está dando paso a modernos sistemas continuos de acondicionamiento de la pasta, donde la temperatura, la presión, el tiempo de batido e incluso la atmós-

fera de trabajo pueden controlarse con enorme precisión para optimizar simultáneamente el rendimiento industrial, la calidad sensorial y la optimización de fenoles en el producto final.

Tras la centrifugación, el aceite continúa siendo monitorizado mediante sensores y equipos espectroscópicos capaces de estimar -prácticamente en tiempo real- parámetros relacionados con su composición y calidad. El filtrado inmediato, la clasificación automática de los aceites y la decisión inteligente sobre su destino en bodega permiten optimizar las categorías, conservar mejor sus características organolépticas y reducir al mínimo las alteraciones derivadas del contacto con humedad e impurezas.

Pero probablemente el mayor cambio no resida en cada una de estas tecnologías por separado, sino en su integración. La incorporación del Internet de las Cosas (IoT), la Inteligencia Artificial, el análisis masivo de datos y, en un futuro próximo, los gemelos digitales, permitirán que la almazara aprenda campaña tras campaña, optimice automáticamente sus parámetros de funcionamiento, anticipe incidencias y ayude al maestro de almazara en la toma de decisiones cada vez más precisas.

Durante siglos, la ingeniería de almazaras ha perseguido optimizar la extracción de aceite a partir de la aceituna entrante. La ingeniería del siglo XXI persigue, además, manejar mejor la información, procesarla y tomar decisiones. Probablemente la mayor revolución de las próximas décadas no llegará de la mano del acero o de la hidráulica, sino del dato, el algoritmo y el conocimiento.





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.**



Influencia de las cubiertas vegetales sobre la mitigación del cambio climático en el olivar



El olivo es uno de los principales cultivos del Mediterráneo y España lidera su producción. La mayoría de las plantaciones son de secano, situadas en suelos pobres y con pendiente, siendo el laboreo el sistema de manejo de suelo más utilizado. Estos condicionantes provocan que la pérdida de suelo y de carbono orgánico (CO) representen el mayor problema medioambiental de la olivicultura. Las cubiertas vegetales protegen al suelo de la escorrentía y la erosión, además de incrementar su contenido de CO, por lo que se presentan como una herramienta muy útil para mejorar su sostenibilidad ambiental.

Por Francisco Márquez García

Dpto. de Ingeniería Rural. ETSIAM-Universidad de Córdoba. Investigador de la Finca Experimental de Rabanales. Grupo de Investigación AGR-126 "Mecanización y Tecnología Rural"

El protocolo de Kioto sobre el cambio climático tiene por objetivo reducir las emisiones de gases causantes del calentamiento global. España ha pasado de emitir 287.687 kilotoneladas (kt) de CO₂ equivalente en el año 1990 a 433.388 en 2006, lo que supone un incremento de más del 50% en las emisiones de gases GEI respecto al periodo de referencia. Ello demuestra la importancia de fomentar técnicas que mejoren el balance de carbono de los procesos.

La agricultura convencional es un sistema productivo basado en el labo-

reo del suelo. Estas labores sirven para erradicar las malas hierbas y preparar un adecuado lecho de siembra. Hasta la aparición de la tracción mecánica dichas operaciones fueron poco intensas y someras, ya que se requería del esfuerzo humano o animal. A partir de la década de los 50 se empieza a extender masivamente la mecanización agraria en España, intensificando el laboreo y ocasionando, entre otros efectos negativos, una importante mineralización de la materia orgánica debido a la oxidación que provoca la aireación del suelo por las labores. Estos hechos han ocasionado un continuo descen-

so en el contenido de carbono orgánico del suelo y su mayor emisión a la atmósfera. De ahí que los contenidos de materia orgánica, especialmente en climas semiáridos como el nuestro, sean muy bajos (*ver Figura 1*), lo que redunda en la fertilidad del suelo y la productividad de los cultivos.

En la actualidad, la agricultura es la tercera actividad humana en emisión de gases de efecto invernadero, con alrededor de un 11% en España del total de emisiones. Estos gases provienen principalmente de la quema de combustibles derivados del petróleo, empleados con el fin de accionar las distintas



Las cubiertas vegetales en el olivar no sólo resultan interesantes por los beneficios que aportan al agricultor, sino también por los importantes beneficios medioambientales que arrojan

la lenta degradación de los restos vegetales que quedan sobre el suelo (Figura 2), lo que aumenta lentamente el contenido de materia orgánica del terreno y mejora su fertilidad, a la par que fija importantes cantidades de CO₂.

España cuenta con más de tres millones de hectáreas de olivar, de las que más de la mitad se sitúan en Andalucía.

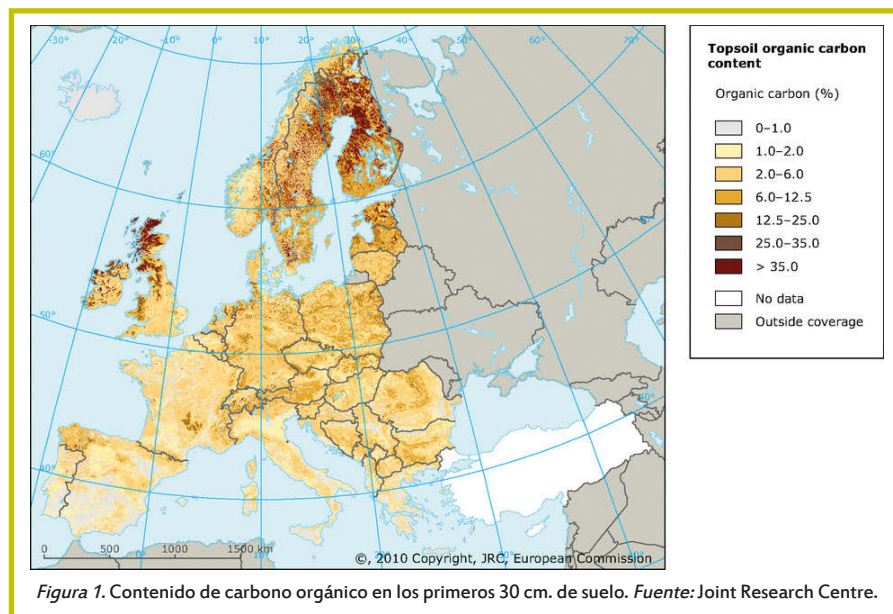


Figura 1. Contenido de carbono orgánico en los primeros 30 cm. de suelo. Fuente: Joint Research Centre.

máquinas agrícolas autopropulsadas y de la energía utilizada para sintetizar abonos nitrogenados.

Con sistemas de manejo de suelos alternativos, como la agricultura de con-

servación, este efecto se puede invertir, pasando la tierra de ser una fuente emisora a un sumidero de carbono. Estos beneficios se obtienen mediante la no alteración del terreno por las labores y

¿Conoces el secreto de la cosecha perfecta?



DROOPY®



Facilita el derribo de la aceituna

Reduce los tiempos de recolección

Minimiza los daños al árbol



www.lainco.com

lainco
PROTECTING LIFE SINCE 1934

¡Síguenos en nuestras redes sociales en @laincoagro!



Figura 2. Restos vegetales mejorando la fertilidad del suelo, aumentando su contenido de carbono orgánico y protegiéndolo frente a la generación de escorrentía y erosión.

Las 758.422 hectáreas de olivar que actualmente se cultivan con cubierta vegetal en España podrían reducir la pérdida de más de 9 millones de toneladas de CO₂ equivalente anualmente

Este hecho muestra la importancia de este cultivo, que en muchas zonas de Córdoba y Jaén es el único existente. Debido a su escasa cobertura de suelo y sus bajos contenidos de materia orgánica, ocasiona graves daños erosivos. Por tanto, y dada la gran extensión de este cultivo en la comunidad andaluza, resulta de gran interés la implantación de técnicas de cubiertas vegetales a fin de frenar la erosión y aumentar el contenido de carbono orgánico de estos suelos.

Cubiertas vegetales y cambio climático

Durante cuatro años se realizaron muestreos en nueve fincas distribuidas en distintas comarcas olivereras andaluzas. El conjunto de campos experimentales

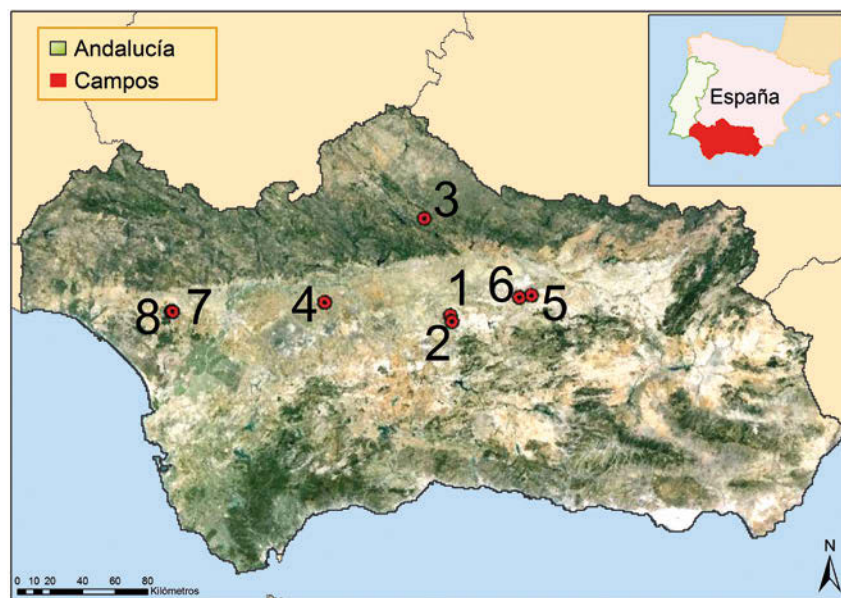


Figura 3. Distribución de los campos experimentales en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

engloban la mayoría de tipologías de olivar y de suelo que podemos encontrar (Figura 3), por lo que representan de manera bastante fidedigna la realidad del olivar andaluz, obteniendo resultados muy cercanos a los reales, al extrapolar los datos al total del cultivo en esta comunidad. La mayoría de las cubiertas vegetales estudiadas eran espontáneas, aunque había dos sembradas y una de restos de poda. Además, como métodos de laboreo se utilizaban los mismos que los empleados por los agricultores.

Tanto en suelos manejados con laboreo (L) como en los que tienen cubiertas vegetales (CV) se instalaron medidores de escorrentía y de erosión que consistían en unas pequeñas parcelas de 1 m²-en microparcelas- que canalizaban la escorrentía y erosión registradas en cada evento de lluvia y la almacenaban en bidones (ver Figura 4). Además, se evaluó el porcentaje de cobertura de suelo y se midió la evolución del contenido de materia orgánica.



**Indea
Technologies**
Automatización Avanzada de Procesos



ALMAZARA 4.0 DIGITALIZACIÓN COMPLETA

Tome Control de su Proceso con la
solución tecnológica más AVANZADA



Figura 4. Pareja de microparcels con los tanques de recolección. Parcela izquierda con suelos con cubiertas vegetales (CV) y parcela derecha con suelos manejados con laboreo (L).

Los resultados arrojados por las microparcels se recogen en la *Tabla 1* y muestran una reducción media de la erosión superior al 87%. La concentración media de materia orgánica asociada al sedimento fue del 2,16% para el laboreo y del 4,50% para las cubiertas vegetales. Este hecho se debió a que el suelo bajo agricultura de conservación fue más rico en carbono. Sin embargo, si observamos la cantidad total de materia orgánica que salió de la finca asociada al sedimento, fue muy superior para el laboreo, ya que la erosión fue estadísticamente muy superior en este sistema de manejo de suelo.

Esta reducción estuvo fuertemente ligada a la cobertura de suelo proporcionada por los restos de las cubiertas vegetales. Fruto de estos restos vegetales en descomposición, los datos mostraron cómo el contenido de materia orgánica en los suelos con cubierta fue aumentando respecto al laboreo, especialmente en los horizontes superficiales (hasta 10 cm.). En la *Figura 5* se aprecia que, para la totalidad de la profundidad estudiada (0-25 cm.), en la mayoría de campos experimentales -excepto para S2- se incrementó el contenido de materia orgánica, aunque la cuantía de este aumento varió en función del tipo de suelo, cubierta vegetal y laboreo realizado en cada finca. Con las CV se aumentó de media el contenido de materia orgánica en más de un 40%.

Por tanto, durante los cuatro años de estudio se fijaron de media 27,6 t./ha. de CO₂ equivalente en cada campo experimental, lo que significa una fijación de 6,9 t./ha. en un año. Si calculamos el total fijado y el que se ha dejado de perder por erosión en la totalidad de superficie de cubiertas vegetales en el olivar español, observamos que, gracias a la aplicación de estas técnicas, se están dejando de emitir alrededor de unos 9 millones de toneladas de CO₂ equivalente por año, lo que supondría la emisión anual de alrededor de un millón de ciudadanos.



Nuestros Servicios:

- ✓ Sistemas de Automatización
- ✓ Soporte y Entrenamiento
- ✓ Integración de Datos ERP/MES

CONTACTENOS



+34-913980071



oleicola@indeatech.com
www.indeatech.com



Parcela	Pendiente (%)	Textura	Manejo	Erosión (t/ha*a)	Reducción	MO Sed (%)	MO Sed (t/ha*a)
C3	15,6	F-A	LC	2,6	78,5	2,68	0,07
			CV	0,6		3,35	0,02
C4	20,1	F-A	LC	4,2	91,2	3,92	0,16
			CV	0,4		8,52	0,03
C5	21,6	F-L	LC	3,4	95,0	2,67	0,09
			CV	0,2		7,09	0,01
J1	7,6	F-A-L	LC	2,3	80,9	2,49	0,06
			CV	0,4		3,74	0,02
J2	18,6	F-A	LC	13,5	91,3	1,82	0,25
			CV	1,2		4,13	0,05
S2	6,2	F	LC	2,5	86,4	3,13	0,08
			CV	0,3		5,02	0,02
H1	8,7	F	LC	8,2	92,0	1,42	0,12
			CV	0,7		4,13	0,03
H2	9,7	F-A	LC	6,2	94,0	1,72	0,11
			CV	0,4		6,21	0,02
H4	6,2	Ar	LC	12,5	77,4	1,37	0,17
			CV	2,8		2,31	0,07

Tabla 1. Pendiente y textura, erosión y salida de materia orgánica de los distintos campos experimentales. A: arcilloso; Ar: arenoso; F: franco; y L: limoso.

Conclusiones

Las cubiertas vegetales en el olivar se muestran como un sistema productivo que no sólo resulta interesante por los beneficios que aporta al agricultor -mejora de la fertilidad, disminución del consumo de gasoil, mejora de la rentabilidad de las explotaciones, etc.-, sino también por los importantes beneficios medioambientales que arroja.

Así, las cubiertas vegetales consiguen disminuir la salida de carbono orgánico asociado al sedimento en más de un 75%, lo que evita la pérdida de fertilidad del suelo y los procesos de eutrofización de las aguas, que se encuentran ligados al contenido de fósforo, nitrógeno y carbono en el agua. Además, reducen de manera importante la concentración de CO₂ atmosférico al convertir al suelo en un importante sumidero de este elemento, como demuestra el hecho de que tras cuatro años aumentó su concentración en los

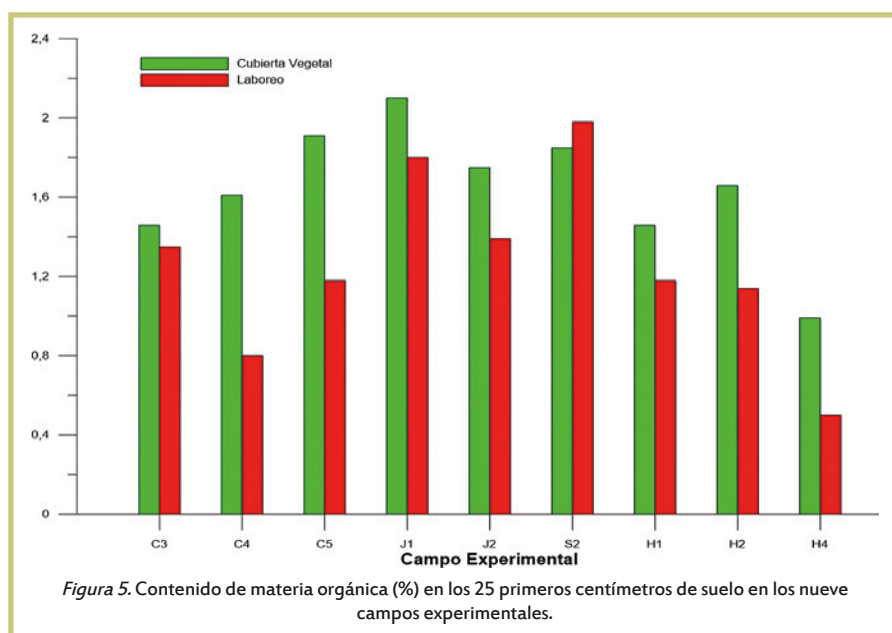


Figura 5. Contenido de materia orgánica (%) en los 25 primeros centímetros de suelo en los nueve campos experimentales.

suelos con cubiertas vegetales en más de un 40% respecto al laboreo. También se pudo evaluar que las 758.422 hectáreas de olivar que actualmente se

cultivan con cubierta vegetal en España podrían conseguir reducir la pérdida de más de 9 millones de toneladas de CO₂ equivalente anualmente. 🌱

TODOLIVO

I-15^P

MÁS ACEITE

CUANDO MÁS IMPORTA

Su alta productividad y elevado rendimiento graso temprano permiten maximizar la producción de aceite y anticipar la cosecha cuando el aceite alcanza su mayor valor de mercado



PROGRAMA DE
**MEJORA
GENÉTICA**
DE TODOLIVO



Descarga
dossier
I-15





Ilitia, una promesa que debe ser confirmada



Nacida del cruce entre arbosana y arbequina, **ilitia** es una nueva variedad con un pedigrí ciertamente interesante. Los datos son prometedores, pero ¿merece la pena apostar por ella? Depende del perfil de riesgo de cada olivicultor. Lo que se puede afirmar con total certeza es que **ilitia** no es una moda de vivero ni un ejercicio de marketing varietal: si las próximas campañas confirman su regularidad productiva y la estabilidad del perfil sensorial, nos hallamos ante una variedad de referencia para el seto moderno.

*Por Miguel Abad,
elaiólogo especializado en análisis sensorial y calidad de aceite de oliva virgen extra*

Euando me llega información sobre una nueva variedad, siempre me invaden dos sentimientos. Uno es la ilusión derivada de algo nuevo por descubrir. El otro, la prudencia para evitar una posible desilusión con el paso del tiempo. El sector olivero ha sufrido demasiadas veces el síndrome de la novedad: una variedad que promete revolucionarlo todo, con unas expectativas desmesuradas, y que dos campañas después comienza a dar problemas que nadie anticipó. Con **ilitia** quiero ser honesto: lo que hay sobre la mesa es interesante. Muy interesante. Pero llevamos pocas campañas y los datos a largo plazo están por escribirse.

Ilitia es fruto del cruce entre arbosana y arbequina, dos variedades que el olivicultor español conoce bien. Su desarrollo corre a cargo de la Universidad de Florencia y su comercialización corresponde a Agromillora -la misma firma que está detrás de lecciana, coriana...-.

El nombre proviene de **Ilitia**, diosa griega del parto, y no es una elección casual: la variedad está concebida precisamente para adelantar la producción y que ésta sea lo más constante posible.

Cruzar arbosana con arbequina quizás no tenga una lógica clara desde el principio, pero cuando lo analizas bien, empieza a tenerla. Arbosana aporta estructura, productividad, regularidad y un perfil organoléptico con personalidad propia. Arbequina suma adaptabilidad, rusticidad y tolerancia al frío, entre otras virtudes. El objetivo del cruce es capturar lo mejor de ambas y, si todo funciona según los planes, mejorar algunos de sus puntos débiles. Sobre el papel, la genética es sólida. Lo que queda por ver -y aquí está la clave- es comprobar cómo se comporta esa genética a lo largo de los años y en condiciones de campo reales.

Lo que sí podemos decir ya es que el punto de partida es bueno. Arbosana es una variedad sólida con un historial

contrastado en seto. Arbequina es, con diferencia, la más plantada del mundo en seto y su adaptación a este sistema no genera ninguna duda. Si **ilitia** hereda la regularidad de la primera y la precocidad de la segunda sin los defectos de ambas, tenemos algo relevante entre manos.

Lo que se ve en campo: eficiencia desde el primer año

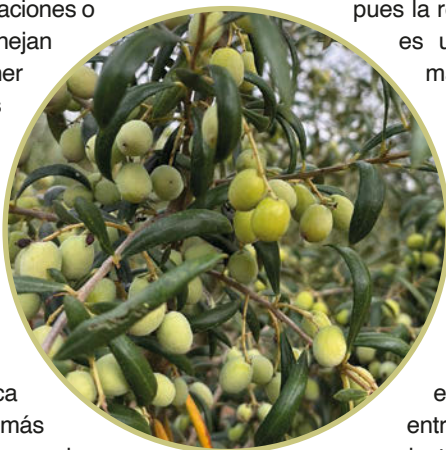
Agronómicamente, **ilitia** presenta un porte erecto con ramificación corta pero abundante que, desde el punto de vista práctico, simplifica bastante las labores de formación y poda. Es una estructura adaptada para el seto: la pared productiva se construye rápido y las intervenciones de mantenimiento son menores que en variedades con mayor vigor y tendencia al desorden vegetativo.

Su principal argumento comercial es la precocidad productiva y ciclo corto de formación de fruto. Según los datos disponibles, **ilitia** adelanta la recolección respecto a la mayoría de variedades destinadas



al seto, incluyendo a sus propios progenitores. Esto tiene una implicación práctica inmediata que a menudo se subestima: organización del calendario de almazara. En grandes explotaciones o cooperativas que manejan varias variedades, tener una que entra antes no es un capricho, sino logística. Permite distribuir la carga de molturación, reducir colas y, si se cosecha en el momento óptimo, elaborar un aceite de mayor calidad química y organoléptica; además de aparecer en el mercado con un aceite fresco cuando el resto todavía no lo puede hacer.

El rendimiento graso se describe como elevado, con un comportamiento en cosecha temprana muy similar al de



arbosana -que históricamente ha arrojado buenos datos en este parámetro-. La productividad parece constante y elevada, pero aún es pronto para afirmarlo, pues la regularidad productiva es uno de los atributos más difíciles de confirmar con pocas campañas. La vecería se manifiesta a lo largo de ciclos de varios años, y lo que parece estable en el segundo ó tercer año puede mostrar oscilaciones en el sexto, cuando entra en su maduración productiva. Dicho esto, la genética de ambos progenitores apunta en la buena dirección.

Un punto que genera dudas razonables es la adaptación a distintas condiciones de suelo y clima. Los datos

[[Si **ilitia** hereda la **regularidad** de **arbosana** y la **precocidad** de **arbequina** sin los **defectos** de **ambas**, tenemos **algo relevante** entre manos]]

disponibles son prometedores, especialmente en zonas con buen manejo hídrico. Pero la respuesta de la variedad en condiciones de sequía severa, en suelos calizos o en altitudes por encima de los 600 msnm está todavía pendiente de documentarse con rigor. Por origen genético se podría esperar un comportamiento intermedio entre ambos progenitores, pero todavía no está suficientemente contrastado.

Nueva ley ANTI-FRAUDE

verifactu



01 de Enero de 2027



www.nodens.com/gna
941 287 130

Software de gestión para almazaras: con VERI*FACTU y TODO lo que necesitas



En copa: carácter propio o herencia de sus padres

Aquí la información disponible es más limitada, lo cual es comprensible dado lo reciente de la variedad. Lo que se sabe es que ilitia, en cosecha temprana, puede producir AOVes de alta calidad organoléptica con un perfil que bebe de la herencia de ambos progenitores.

Si arbosana aporta ese ligero amargor y arbequina suma redondez y cierta amabilidad en el frutado, la expectativa habla de un virgen extra verde de intensidad media-alta con buena estructura sensorial. En las catas que he podido realizar con muestras de las primeras campañas, el AOVE de ilitia muestra notas de hierba fresca y frutos verdes, con un ligero amargor y un picante muy sutil. El equilibrio entre las tres sensaciones -frutado, amargor y picor- recuerda bastante a una arbosana bien elaborada, quizás con un punto más amable en boca.

Todavía es pronto para establecer datos físico-químicos sobre estabilidad oxidativa, contenido en polifenoles, aná-



El autor del artículo, Miguel Abad, colabora habitualmente con almazaras, cooperativas y explotaciones agrícolas de cultivo tradicional, intensivo y seto.

Atributo	Ilitia	Arbequina	Arbosana	Lecciana
Precocidad productiva	Muy alta	Alta	Alta	Alta
Productividad seto	Alta	Alta	Alta	Muy alta
Productividad (no vecera)	Alta (pendiente de confirmar)	Media	Alta	Alta
Resistencia al frío	Media (estimada)	Baja	Media	Muy alta
Adaptación seto / mecanización	Excelente	Excelente	Excelente	Excelente
Polifenoles en aceite	Medio-altos (datos iniciales)	Medios-bajos	Medios-altos	Altos
Perfil cata	Verde, equilibrado	Maduro, suave	Verde, amargo	Verde, equilibrado
Campañas documentadas	Escasas (nueva variedad)	Muchas	Muchas	Varias

La sobresaliente precocidad es el principal atributo diferenciador de ilitia frente a otras variedades actuales del mercado. Datos agronómicos y analíticos orientativos (algunos parámetros están pendientes de ser consolidados con más campañas).

lisis nutricional, etc., ya que todos ellos requieren varios años en campo y haber realizado distintos tipos de manejos agronómicos, riegos, planes de abonado...; además de una industrialización variada en los protocolos de extracción de su aceite.

Los números: lo que los análisis dicen hasta ahora

Los datos analíticos cualitativos de las primeras campañas de ilitia son perfectamente normales y cumplen sobradamente con la actual reglamentación

para estos parámetros. Hasta aquí, nada que no esperásemos de una variedad que se cosecha temprano y se procesa en buenas condiciones.

Un dato interesante es el contenido en polifenoles totales, que en cosecha temprana se sitúa en rangos ligeramente por encima de sus progenitoras. La teoría, en este caso, parece confirmarse en los análisis disponibles, aunque conviene insistir en que hacen falta más campañas y más diversidad de condiciones de cultivo e industrialización para consolidar esos números.

Ilitia posee la genética y el origen para convertirse en una variedad de referencia. Pero eso no se gana en el laboratorio ni en el papel: se gana campaña a campaña, en el campo

La comparativa más relevante para ilitia es la realizada con sus dos variedades madre y con lecciana, que ocupa un espacio similar en el mercado de variedades para seto de alto rendimiento.

Arbequina y arbosana llevan décadas en campo; sus datos son sólidos porque han sido testeados en miles de hectáreas, en climas distintos, con años buenos y malos. Ilitia lleva pocas campañas. No es un defecto, sino simplemente la realidad de cualquier variedad nueva y quien pretenda ignorarlo no le está haciendo ningún favor al olivicultor que tiene que tomar una decisión de plantación.

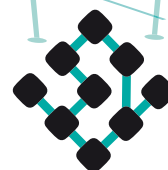
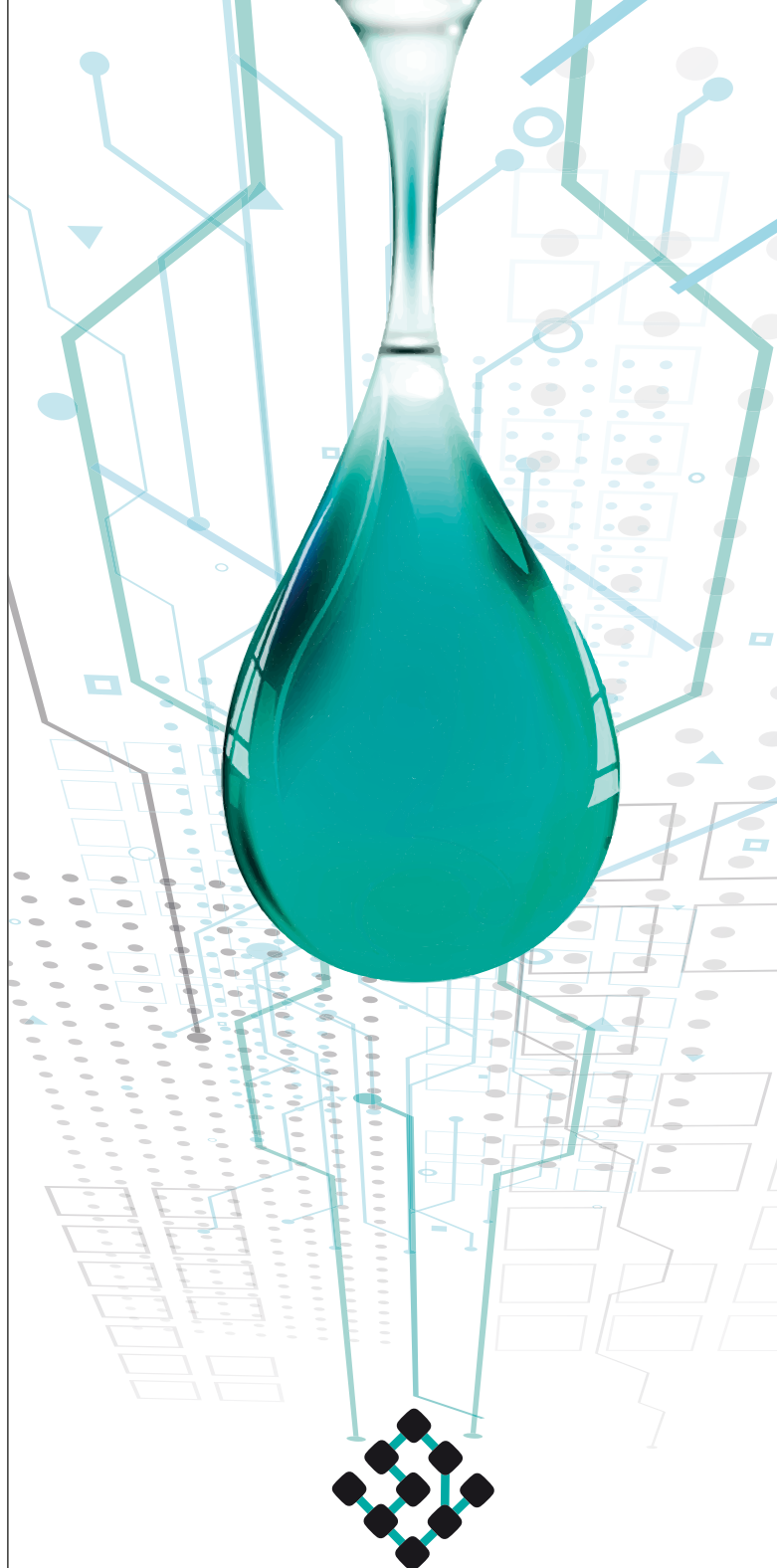
Entonces, ¿vale la pena apostar por ilitia ahora?

Es la pregunta que me hacen los olivicultores cuando hablo de ilitia, y mi respuesta es siempre la misma: depende del perfil de riesgo. Si tienes una explotación en una zona de clima suave, con buen manejo del riego, y buscas adelantar la recolección para mejorar la logística de tu almazara o para conseguir aceites de mayor valor polifenólico antes que la competencia, ilitia merece estar en la conversación. Su genética es sólida, sus primeros datos son buenos y la empresa que está detrás -Agromillora- posee un historial de rigor y profesionalidad en el desarrollo varietal que ofrece cierta garantía.

Si, por el contrario, te encuentras en una zona con riesgo de heladas y suelos difíciles o necesitas una variedad con un historial contrastado de 10 ó 15 años antes de arriesgar capital, te aconsejo esperar. Aguarda dos ó tres campañas más, déjate asesorar por técnicos que la estén siguiendo en parcelas cercanas a las tuyas y decide con más datos encima de la mesa.

Lo que puedo afirmar con certeza es que ilitia no es una moda de vivero ni un ejercicio de marketing varietal. Posee una base genética coherente y un concepto agronómico bien definido. Si las próximas campañas confirman su regularidad productiva y la estabilidad del perfil sensorial, tendremos otra variedad de referencia para el seto moderno. Mientras tanto, la observo con el interés que merece y con la cautela que exige la honradez con los lectores. 🍋

Este artículo se basa en datos técnicos disponibles de las primeras campañas de ilitia y en análisis organolépticos propios sobre muestras iniciales. Dado el carácter reciente de la variedad, algunos parámetros -especialmente los relacionados con adaptación climática, estabilidad oxidativa a largo plazo y comportamiento en condiciones adversas- están pendientes de confirmación y requieren mayor número de campañas y zonas de cultivo. Los datos se actualizarán a medida que exista más información disponible.



Gesca

AUTOMATIZACIÓN INDUSTRIAL
INDUSTRIAL AUTOMATION



www.gesca.es

Úbeda - (Jaén) - España



Entrevista a Salvatore Camposeo, catedrático de la Universidad de Bari y padre de la variedad lecciana

“Construir el futuro del olivo significa repensarlo desde cero”

Durante siglos, la olivicultura permaneció prácticamente inalterada, anclada en las mismas variedades y modelos productivos. Hasta que, hace aproximadamente 25 años, algo empezó a cambiar. Hoy, gracias a la mejora genética, la mecanización y una nueva visión agronómica, el sector vive una profunda transformación. Hablamos con Salvatore Camposeo, padre de la lecciana y uno de los protagonistas de la revolución del sector.



De lecciana a los nuevos sistemas superintensivos. O, lo que es lo mismo, cómo la mejora genética está reescribiendo las reglas de la olivicultura. ¿Recuerdas algún momento en el que percibieras claramente que era necesario cambiar la olivicultura?

Sí, y fue precisamente el punto de partida. Cuando comenzamos, hace unos 25 años, la olivicultura no había cambiado prácticamente en milenios. Las variedades cultivadas eran las mismas desde hacía 2.000 ó 3.000 años. Faltaba innovación. En ese momento empezaban a aparecer los primeros sistemas superintensivos, y entendimos que hacía falta algo diferente: una variedad capaz de adaptarse a estos nuevos modelos. Así nació la idea de lecciana. No sólo como una nueva variedad, sino como una nueva forma de entender el olivo.

¿Cuáles eran entonces las prioridades de la mejora genética?

El primer gran objetivo fue reducir el vigor. Era la clave de todo. A partir de ahí venían otros aspectos: la entrada precoz en producción, la regularidad productiva y la adaptación a la recolección mecanizada. A esto se suma-



ban otros dos pilares fundamentales: aumentar la productividad y mejorar la calidad del AOVE. Con el tiempo incorporamos también la resistencia a enfermedades, pero esos elementos siguen constituyendo el núcleo de la mejora genética.

No todas las variedades se adaptan al superintensivo...

Exacto. Y eso lo hemos comprobado con años de ensayos. Hemos comparado variedades tradicionales italianas con las primeras variedades adaptadas al superintensivo. Tras 20 años de



“Lecciana ha demostrado ser todavía más completa de lo que imaginábamos al principio”

con máquina cabalgante. Pero hoy no basta con eso. También buscamos resistencia a enfermedades, capacidad de adaptación a condiciones adversas y, naturalmente, calidad del aceite.

observación, la conclusión es clara: la mayoría no se adapta. El problema es el vigor. Son variedades que crecen mucho, especialmente en el tronco, entran tarde en producción y presentan alternancia. No encajan en un sistema que exige equilibrio y regularidad.

¿Qué características debe tener una variedad moderna?

Debe estar pensada para un cultivo en seto. Eso implica bajo vigor, estructura compacta, entrada rápida en producción y una alta y constante productividad. Y, por supuesto, aptitud para la recolección

¿Cómo se desarrolla un programa de mejora genética?

Es un proceso largo. Partimos de cruzamientos entre variedades con características complementarias: por ejemplo, bajo vigor por un lado y alta calidad del aceite por otro. Después viene

31 IMATEC
INGENIERÍA, METROLOGÍA Y ASISTENCIA TÉCNICA

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

**AVANCE DE LA INDUSTRIA
AGROALIMENTARIA**

METROLOGÍA
LEGAL



INSTALACIONES
ELÉCTRICAS DE BAJA
TENSIÓN



ASESORAMIENTO
TÉCNICO, ESTUDIO
DE INGENIERÍA



SISTEMAS DE
PESAJE

DESARROLLO
SOFTWARE

AUTOMATIZACIÓN DE
PROCESOS

TRAZABILIDAD



CEM CENTRO ESPAÑOL
DE METROLOGÍA

Polígono Industrial “Los Olivares”
C/ Huesa, 4, 23009 Jaén

info@imatec31.es
www.imatec31.es
953 284 697



“La innovación varietal y los nuevos sistemas permiten mejorar la rentabilidad y la sostenibilidad; quienes sepan adaptarse obtendrán una ventaja clara”

la selección en vivero, los ensayos en campo durante años -normalmente más de seis o siete- y, finalmente, el registro de la variedad. Hoy los marcadores moleculares nos permiten acelerar parte de este proceso, pero sigue siendo un trabajo de largo recorrido. Del primer cruce al registro final pueden transcurrir muchos años: es un trabajo de visión y paciencia.

¿Qué resultados está ofreciendo lecciana en campo?

La verdad es que nos ha sorprendido con el tiempo. Sabíamos que tenía buenas características, pero al extenderse en distintos entornos han aparecido nuevas virtudes. Es resistente al frío, lo que permite cultivarla en zonas más al norte. Se adapta muy bien a condiciones de sequía y a zonas marginales. Presenta buena resistencia a enfermedades y puede cultivarse tanto en seco como en ecológico. Y hay un aspecto clave: su resistencia a *Xylella fastidiosa pauca*, que la convierte en una alternativa estratégica para la recuperación de zonas afectadas.

Además de lecciana, ¿qué otras nuevas variedades destacarías?

Coriana y elviana. La coriana es muy productiva y ofrece su mejor resultado en zonas fértiles e irrigadas, con AO-VEs de excelente calidad sensorial. Es complementaria a lecciana. Elviana, por su parte, representa una auténtica innovación: es la primera variedad

que combina la recolección mecanizada continua con la producción de aceituna de mesa, un sector tradicionalmente poco innovador.

¿Qué peso tienen hoy factores como el uso del agua o la resistencia?

Son fundamentales. La olivicultura moderna se basa en dos pilares: mecanización y sostenibilidad. Analizamos aspectos como la huella hídrica o la huella de carbono, y los resultados demuestran que estos sistemas son altamente sostenibles, tanto desde el punto de vista ambiental como económico y social.

¿Y qué papel juega la mecanización?

Un papel central. Hoy ya no es la máquina la que se adapta al olivar, sino al revés. La mecanización cambia el marco de plantación, la forma de cultivo, la orientación de las filas... todo. El sistema se construye alrededor de

la máquina. El olivar moderno nace alrededor de la mecanización.

¿Puede ayudar la mejora genética a afrontar los retos actuales?

Tiene un papel clave frente a desafíos como la *Xylella*, el cambio climático o la rentabilidad del cultivo. Pero no es suficiente por sí sola. Es imprescindible la figura del agrónomo. Hoy, contar con asesoramiento técnico especializado marca la diferencia entre el éxito y el fracaso.

Por último, ¿qué les dirías a los agricultores que aún tienen dudas?

Que observen lo que está ocurriendo. La olivicultura está cambiando y ofrece oportunidades reales. La innovación varietal y los nuevos sistemas permiten mejorar la rentabilidad y la sostenibilidad. Quienes sepan adaptarse obtendrán una ventaja clara. La clave está en combinar mentalidad empresarial con conocimiento técnico. 🍷





● Salud Vegetal

Cultivando nuestra experiencia en el olivo



Novavera, una promesa de salud, excelencia y armonía con la naturaleza

Fundada en 2017 por la ingeniera industrial Bahar Alan en Ayvalik, en la región del Egeo, Novavera es una empresa turca fuertemente comprometida con la salud y el bienestar que trabaja en armonía con la naturaleza dedicada a elaborar aceites de oliva vírgenes extra de alta calidad y cosecha temprana a partir de variedades locales como memecik, ayvalik o trilye, cultivadas en 3.000 hectáreas de olivar tradicional en Ayvalik y Manisa siguiendo las directrices de la agricultura ecológica.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

La historia de Novavera, una empresa liderada por mujeres que defiende la salud y la conexión armoniosa con la naturaleza, comenzó en 2017 en las fértiles tierras de Ayvalik, un histórico centro de producción de aceitunas y aceite de oliva en Anatolia. Fue entonces cuando su fundadora, la ingeniera industrial Bahar Alan, emprendió un nuevo camino para hacer realidad su visión: elaborar AOVEs de alta calidad, con un elevado contenido en polifenoles y sostenibles, esto es, de forma respetuosa con el medio ambiente, sin perturbarlo ni contaminarlo. O, lo que es lo mismo, ofrecer productos que no sólo mejoren la salud de sus clientes, sino que también promuevan una relación armoniosa entre el ser humano y la naturaleza.

Su lema, “*Health for Your Life*”, subraya la importancia de la salud y el compromiso de la compañía por promover un futuro más sostenible

Tras superar un problema de salud, Bahar se percató de la importancia de llevar una vida saludable y en armonía con la naturaleza. De ahí que el objetivo de Novavera sea crear productos que prioricen la salud y el bienestar humanos, teniendo en cuenta al mismo tiempo el impacto sobre el medio ambiente. Su lema, “*Health for Your Life*”, subraya

la importancia de la salud y el compromiso de la compañía por promover un futuro más sostenible.

“Nuestra historia no comenzó con un plan de negocio -afirma Bahar Alan-. Lo hizo en un momento en el que ya llevaba casi 20 años trabajando en el sector de las tecnologías de la información y la consultoría de gestión, y estaba centrada en la salud, leyendo, aprendiendo y cuestionándome qué es lo que realmente favorece el bienestar a largo plazo. Durante ese periodo, las aceitunas y el aceite de oliva fueron apareciendo en mi vida desde diferentes ángulos, de forma discreta pero persistente”.

“Algún tiempo después -prosigue-, y con la idea de tener algo significativo de lo que ocuparme en el futuro cuando me jubilara, compré un olivar. Al principio, se trataba simplemente de los árboles y



Las propietarias de Novavera son todas mujeres y en la actualidad éstas representan el 55% del equipo humano (izqda.). Algo que, en palabras de Bahar Alan, "nunca fue una declaración ni una estrategia, simplemente refleja la forma natural en que ha crecido la empresa". A la dcha., el equipo humano de Novavera en su totalidad.



la tierra. Pero una vez que comenzó la cosecha, surgió otra pregunta de forma natural: ¿cómo debía procesarse este fruto? Buscaba una forma de convertir las aceitunas en aceite de oliva sin perder lo que las hace valiosas desde el punto de vista de la salud. A medida que exploraba las instalaciones existentes, quedó claro que no cumplían plenamente con los estándares que tenía en mente".

"Esa constatación me llevó más allá. Viajé al extranjero para estudiar los métodos de producción adecuados y la cata profesional, tratando de entender el aceite de oliva no sólo como un producto, sino como un proceso. Con el tiempo, quedó claro que la única forma de hacerlo correctamente era asumir la responsabilidad de todo el proceso productivo. Aquel sueño inicial me enseñó rápidamente algo importante: la verdadera excelencia es imposible sin control. Cada reto reforzaba la misma lección: la calidad no se puede delegar, uno tiene que hacerla propia, protegerla y medirla cuidadosamente en cada paso, desde el olivar hasta la botella", asegura.

Agricultura ecológica y regenerativa en una de las regiones olivareras más antiguas del Mediterráneo

La geografía desempeñó un papel fundamental. La almazara de Novavera se encuentra en Ayvalık, en el extremo noreste del mar Egeo, una de las regiones olivareras más antiguas del Mediterráneo, con paisajes moldeados por el árbol milenario durante miles de años. Y es que otro de los objetivos de Bahar Alan era explorar y dar a conocer el rico patrimonio olivarero y la extraordinaria



La ingeniera industrial Bahar Alan, fundadora de Novavera.

biodiversidad de Anatolia -que alberga más de 100 variedades de olivo-, así como contribuir a mejorar la percepción global del aceite de oliva turco compitiendo abiertamente y sin complejos en la escena internacional.

El clima de la región está determinado por la compleja costa del Egeo dentro del cinturón mediterráneo: veranos calurosos y secos; inviernos suaves y lluviosos; y cadenas montañosas que discurren perpendicularmente al mar. En Ayvalık, el viento es una fuerza determinante. El aire fresco que desciende de los Kazdağları (Monte Ida) crea una protección natural que favorece la salud de los frutos y potencia la intensidad aromática.

Sus olivares tradicionales se extienden por Ayvalık y Manisa a lo largo de aproximadamente 3.000 hectáreas (55.000 olivos) y se cultivan siguiendo las directrices de la agricultura ecológica, colaborando con productores cuidadosamente seleccionados a través de relaciones a largo plazo basadas en la confianza, la continuidad y unos estándares comunes.

Cuentan con la certificación ecológica de TürkGap y ORSER y en ellos se aplica un riego por goteo para minimizar su impacto medioambiental; un enfoque orientado a producir aceites de oliva vírgenes extra de alta calidad preservando el equilibrio natural de la tierra.

Más allá de la agricultura ecológica, Novavera ha iniciado la transición hacia prácticas ecológicas regenerativas con un objetivo claro: mejorar la salud del suelo y restablecer el equilibrio, en lugar de limitarse a mantener los rendimientos. Así, la empresa evita los productos químicos nocivos y en su lugar prepara sus propios tratamientos naturales, utilizando ingredientes como subproductos del pescado, enzimas a base de arroz y extractos a base de tomillo; al tiempo que enriquece el suelo de forma natural mediante el abono verde, favoreciendo la vida microbiana y la fertilidad a largo plazo.

A partir de este año, también está introduciendo insectos beneficiosos en su estrategia de protección de las plantas, "trabajando con los propios sistemas de la naturaleza en lugar de contra ellos. En nuestros olivares no pretendemos luchar contra las plagas, sino mantener el equilibrio ecológico adecuado, respetando los ciclos naturales y permitiendo que la tierra exprese todo su potencial", señala Bahar.

Sólo 100% virgen extra envasado

En su almazara, Novavera procesa una media de entre 1.200 y 1.500 toneladas de aceitunas al año, de las que obtiene alrededor de 150-180 toneladas de aceite de oliva virgen extra que se destina exclusivamente al envasado, puesto que no hay producción a granel.

La empresa aplica rigurosos sistemas de calidad y seguridad alimentaria. Además de contar con las certificaciones NOP, EU Organic, BRCGS, FDA, EAC, ISO 9001, ISO 14001 e ISO 22000, ha obtenido la calificación A+ en BRCGS, uno de los estándares de producción y calidad más exigentes del sector.

De aromas y sabores sutiles y llamativos, los AOVEs Premium de cosecha temprana de la colección *NovaVera* proceden de variedades locales (memecik, ayvalık, trilye y yamalak sarısı) cuyos frutos son recolectados a mano,



transportados en vehículos climatizados y extraídos en frío en las seis horas siguientes para conservar toda su frescura, antioxidantes y nutrientes esenciales. Todos ellos representan la extraordinaria riqueza de la larga historia del cultivo del olivo en el Mediterráneo. “El aceite de oliva es mucho más que un ingrediente -indica la fundadora de Novavera-. Es la expresión viva de la tierra, la cultura y el cuidado en su elaboración, y esa convicción sigue guiando cada cosecha y cada decisión que tomamos”.

Los frutos se transportan a la almazara inmediatamente después de la cosecha para garantizar que el proceso de extracción en frío comience sin demora, utilizando vehículos climatizados para el transporte desde lugares distantes cuando es necesario. Las aceitunas se someten primero a un proceso de selección, donde se retiran mediante inspección visual los frutos dañados o defectuosos. Las aceitunas restantes se lavan dos veces con agua potable que pasa por un filtro especial para eliminar cualquier residuo de la superficie y mantener la calidad y pureza del producto final. La temperatura de la pasta se controla en seis puntos diferentes para garantizar que se mantenga dentro del rango requerido.

La marca de AOVE más premiada de Turquía

Con alrededor de 400 galardones internacionales conquistados desde 2018, *NovaVera* es la marca de aceite de oliva más premiada de Turquía. “Comprobar el rendimiento de nuestros aceites en los concursos internacionales es la confirmación de que tomamos las decisiones correctas. Para nosotros estos premios suponen un estímulo para seguir desarrollando la cultura del aceite de oliva con responsabilidad y ambición”, señala Bahar Alan.

En la última edición de la *Guía EVOO-LEUM World's TOP100 Extra Virgin Olive Oils*, la más prestigiosa e influyente del mundo del AOVE, la empresa de Ayvalik situó nada menos que cinco vírgenes extra entre los 100 mejores del mundo: *NovaVera Memecik* y *NovaVera Organic* (92 puntos sobre 100); *NovaVera Golden Harvest* y *NovaVera Yedi Bahar* (91 puntos); y *NovaVera Ayvalik* (90 puntos).



Todos los frutos son recogidos a mano, transportados en vehículos climatizados y molturados en las seis horas siguientes.



Instalaciones de la almazara de Novavera en Ayvalik. De izqda. a dcha., y de arriba a abajo, patio de recepción (1 y 2); zona de extracción (3 y 4); bodega (5); y zona de envasado (6).

NovaVera Ayvalik es un elegante monovarietal con un nivel de frutado medio y amargo y picante equilibrados. Entre sus notas más características predominan el tomate y la hoja de tomate, la hierba fresca y las hierbas verdes. *NovaVera Trilye* procede de frutos de esta variedad cultivados a 600 metros de altitud en Manisa y destaca por su intenso sabor frutado y amargo y picante perceptibles pero no dominantes, donde aparecen con frecuencia notas de toma-

te, hoja de tomate, hierba, hierbas verdes y cítricos. Por su parte, *NovaVera Memecik* destaca por un amargor y picor medio-alto que deja una sensación pronunciada en la garganta. Las notas típicas incluyen achicoria blanca, hinojo, tomate verde, hoja de tomate, almendra amarga y hierbas silvestres del Egeo.

Presentados en formato de vidrio (250 y 500 ml.) y lata (750 ml., 2 y 5 l.) -la empresa no utiliza PET-, la gama de AOVES *NovaVera* también comprende dos zu-



PROCROP™ MITTEX

El escudo natural para tus cultivos



Efecto bioestimulante
que potencia la
resistencia natural
de las plantas.



Activación de rutas
metabólicas
de defensa natural.



Mejor tolerancia al estrés
abiótico (calor, sequía
y fitotoxicidad).



Bioestimulante de
plantas no microbiano.
CFP 6 (B).

#MaximizaElPoderDeTuCultivo

Alltech.com/Spain
f AlltechCropScienceSpain
i AlltechCropScienceSpain
in AlltechCropScienceSpain

Alltech®
CROP SCIENCE



En la última edición de la *Guía EVOOLEUM World's TOP100 Extra Virgin Olive Oils*, Novavera situó nada menos que cinco vírgenes extra entre los 100 mejores del mundo.



Los AOVEs Premium de cosecha temprana de la colección *NovaVera* proceden de variedades locales como memecik, ayvalik, trilye y yamalak sarisi.



NovaVera Premium Selection destaca por su elevadísimo nivel de polifenoles.

mos ecológicos, *NovaVera Organic* y *Novavera Premium Selection*. El primero, elaborado con aceitunas recolectadas a mano en sus olivares ecológicos de Ayvalık y Salihi, cuenta con la certificación de agricultura ecológica por parte de organizaciones acreditadas como TürkGap y ORSER. De entrada suave y dulce con un final ligeramente picante, posee notas de hierba fresca, alcachofa, hoja de tomate, hierbas verdes y rúcula que le confieren un carácter sofisticado. *NovaVera Premium Selection* se presenta en un lujoso estuche y sobresale por su altísimo contenido en polifenoles (más de 1.000 ppm) y baja acidez.

El AOVE ecológico para niños *NovaVera (NovaVera Organic Early Harvest EVOO for Children)* es un producto elaborado teniendo en cuenta las necesidades y gustos de los más pequeños. El maestro de almazara mezcla las aceitunas de los huertos ecológicos certificados en Ayvalık para crear un virgen extra de cosecha temprana caracterizado por su gran frutado y sabor suave, bajo amargor y picor, y alto contenido en Vitamina E. Todo ello le convierte en un gran complemento en la cocina y la elección perfecta para



NovaVera Organic Early Harvest EVOO for Children, el AOVE para los más pequeños de la casa.

aquellas familias que conceden prioridad a la salud y el bienestar en su dieta, mientras los niños adquieren hábitos alimentarios saludables a una edad temprana.

La colección de AOVEs *NovaVera* se completa con la serie *Anatolian Heritage* -que incluye *Domat* y *Uslu*- y sus aceites de oliva aromatizados: mandarina de Bodrum, chile, limón verde, bergamota, yuzu y lentisco (*Damla Sakızı*). Otros productos comercializados por la empresa son aceitunas de mesa, vinagres, mermeladas, frutos secos (avellanas, piñones), higos secos y pasas, especias o jabones de aceite de oliva.

El secreto del éxito

En Novavera todo empieza por la cata. "Cuando alguien se une al equipo, lo primero que hace es aprender a catar. Para nosotros, este trabajo comienza por entender a la propia aceituna. Si no sabes catar, no puedes saber realmente qué te pide la aceituna y no puedes tratarla como es debido. Hay que escuchar a la aceituna y dejarla que se exprese por sí misma, respetar el proceso y asegurarnos de que todas las personas involucradas entiendan la importancia de cada paso", sostiene Bahar.

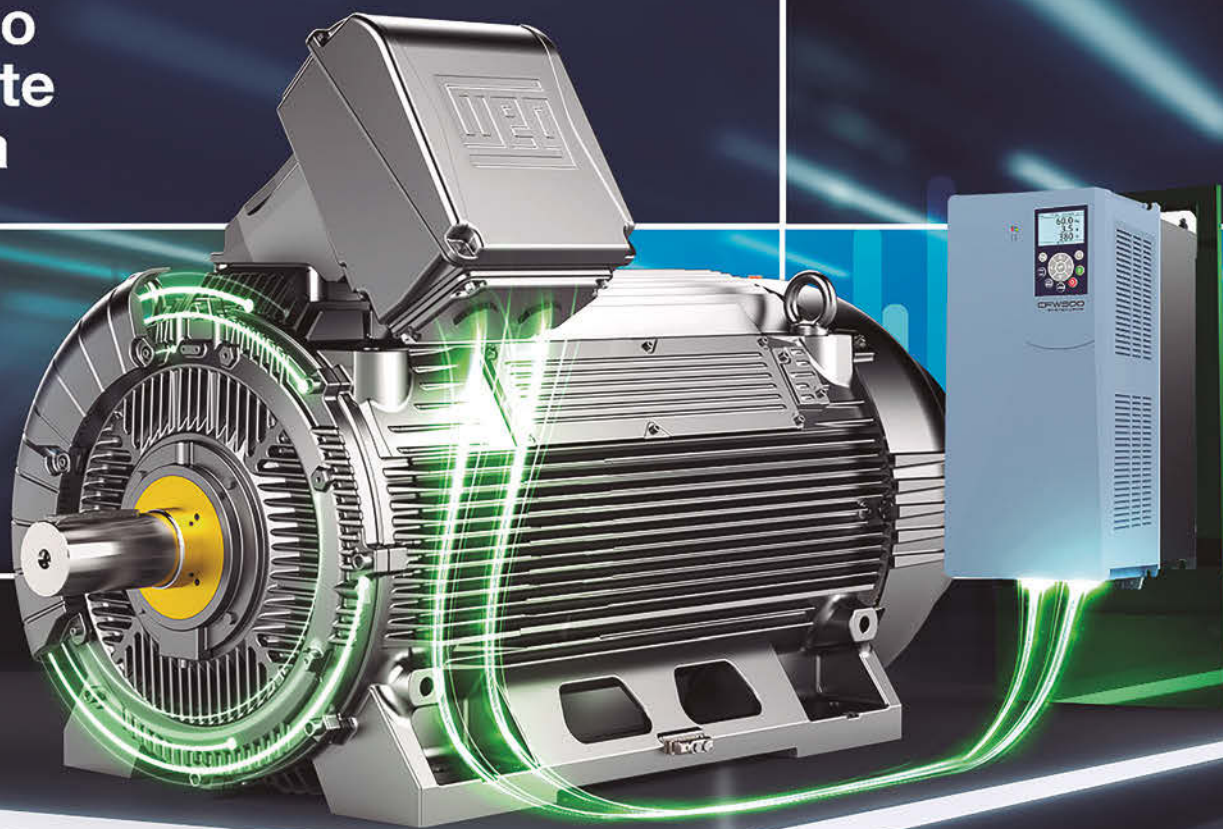
Otro de los objetivos de la empresa es dar a conocer el rico patrimonio olivarero y la extraordinaria biodiversidad de Anatolia, así como contribuir a mejorar la percepción global del aceite de oliva turco

"Antes de fundar Novavera -continúa-, trabajé en diseño de sistemas y mejora de procesos. Esa experiencia marcó mi forma de abordar este negocio. Desde el principio, me centré en identificar los puntos verdaderamente críticos de la producción de aceite de oliva y en diseñar el proceso en torno a ellos. Pero un sistema bien diseñado sólo funciona si las personas que lo manejan están bien formadas. Por eso, en Novavera incluso los operarios, además de todo lo relativo a la limpieza y mantenimiento de las máquinas, saben cómo catar, cómo interpretar el fruto y cómo actuar en consecuencia".

En esta filosofía, el packaging también adquiere una gran importancia. "El enva-

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.



se es fundamental para nosotros, no sólo por su estética, sino por su significado -asegura Bahar-. Considero que el envase y el lenguaje de la marca son una forma de expresión, una manera de comunicar cómo abordamos nuestro trabajo, más que algo creado simplemente para resultar atractivo en una estantería”.

Las etiquetas de los AOVEs *Novavera* presentan retratos de mujeres pintados por la artista Hülya Özdemir. Bahar recuerda que “sentí una conexión inmediata con estas obras porque capturan los colores de la feminidad y lo diferente y hermosa que puede ser cada mujer cuando es verdaderamente ella misma, al igual que las aceitunas con las que trabajamos, cada una de las cuales expresa su propio carácter”. La empresa trabaja con una agencia de packaging para adaptar cuidadosamente estas ilustraciones a las botellas, asegurándose de que encajen a la perfección en un diseño funcional.

Exploradores, *connoisseurs* y perfeccionistas

Gracias a su calidad y variedad, los aceites de oliva vírgenes extra de Novavera se utilizan principalmente en restaurantes y hoteles de alto nivel que ofrecen maridajes con aceites de oliva -una tendencia de creciente popularidad- y experiencias de cata. Bahar Alan añade que “también atendemos a una comunidad cada vez mayor de consumidores con una sólida cultura culinaria a quienes les encanta organizar comidas abundantes en casa y que eligen el aceite de oliva como una alternativa refinada al vino a la hora de hacer un regalo. Los llamamos exploradores, *connoisseurs* y perfeccionistas”.

Desde EEUU hasta Japón, pasando por las Maldivas o Reino Unido, Novavera se está abriendo paso en las mesas de todo el mundo y en la actualidad exporta sus productos a una veintena de países. Aproximadamente el 65% de sus clientes realiza sus compras a través de su web novavera.com.tr. El objetivo no es otro que “seguir llevando nuestros AOVEs a nuevos mercados y darlos a conocer entre los expertos, al tiempo que actuamos como embajadores culturales de Anatolia a través del aceite de



Estand de Novavera en WorldFood Istanbul 2022 y Summer Fancy Food Show 2023.



Chefs en Novavera para el Festival Ayvalik.

oliva”, afirma la fundadora de Novavera. Para ello, la empresa acude con stand a diferentes ferias gastronómicas tanto nacionales como internacionales.

Los valores que forman parte del ADN de Novavera desde su nacimiento -elaborar un producto impecable, celebrar la biodiversidad, apoyar el trabajo de las mujeres y dar a conocer al mundo los aceites de oliva de Anatolia- también guían sus decisiones de marketing. Particularmente activa en redes sociales, donde cuenta con perfiles en Instagram, YouTube, Facebook y LinkedIn, y centrada en construir y ampliar su comunidad, la empresa crea numerosos contenidos en los que comparte conocimientos sobre “el mundo sin límites” del aceite de oliva, invita a expertos y detalla el proceso productivo desde el campo hasta la mesa.

En 2025, Novavera entró en una nueva fase de desarrollo de la marca gracias a su asociación con la chef Aylin Yazıcıoğlu, comenzando a diseñar proyectos para fortalecer la cultura del aceite de oliva a nivel local y global. Así, en la campaña de ese año la firma lanzó *Hasat Sofraları* (*Harvest Tables*), una serie en la que los chefs maridan sus AOVEs con recetas milenarias de diferentes tradiciones culinarias de Anatolia.

Por otra parte, en la actualidad el agroturismo es una actividad en auge a lo largo de la costa del Egeo, y Novavera también se encuentra entre los pioneros. La empresa ha puesto en marcha en Ayvalık un pequeño restaurante con un concepto único: ofrecer menús maridados con AOVE y servir el famoso desayuno de la región según la interpretación de la chef Aylin. La empresa organiza catas y experiencias personalizadas para clientes particulares y empresas, además de otras diseñadas específicamente para niños, convencida de que aumentar el consumo de aceite de oliva entre las próximas generaciones es una misión prioritaria a nivel cultural y de salud.

“Soñamos con construir largas mesas donde se reúnan todos nuestros *stakeholders*, organizar festivales y *workshops*, y rastrear las historias de las *aceitunas perdidas* en los montes Tauro -concluye Bahar-. Y, sobre todo, mantenemos nuestro firme compromiso con el aceite de oliva y deseamos la paz para todo el mundo”.

**Novavera Gıda ve Tarım,
Sanayi Ticaret Anonim Şirketi**
info@novavera.com.tr
www.novavera.com.tr



exoos.it

◆ Tu respuesta de calidad
a las solicitudes de filtrado.

FÁCIL | RÁPIDA | SEGURA

Finalmente, la filtración.

**"La simplicidad
es la última sofisticación"**

Leonardo da Vinci



 **exoos**
OLIVE OIL PRO_SOLUTIONS

by ITALPROGETTI.it

GO ABSORCABOLIVO I y GO C-OLIVAR: metodologías y herramientas para certificar el carbono del olivar y rentabilizar prácticas sostenibles



La transición hacia una agricultura climáticamente neutra sitúa al olivar mediterráneo en una posición estratégica como potencial sumidero de carbono y proveedor de servicios ecosistémicos. Su capacidad para incrementar las reservas de carbono orgánico del suelo -mediante prácticas de manejo adoptadas por los olivereros/as- y para aumentar el carbono almacenado en la biomasa leñosa puede contribuir de forma significativa a la mitigación del cambio climático. En este contexto se enmarcan los denominados proyectos de agricultura de carbono (AC), que promueven prácticas agrícolas planificadas para reducir emisiones y aumentar la capacidad de captura de carbono del olivar. Sin embargo, este potencial sólo podrá materializarse plenamente si se dispone de una metodología específica, científicamente sólida y verificable, que permita cuantificar el secuestro de carbono y trasladarlo -con las debidas garantías técnicas y regulatorias- a esquemas de certificación y mercados de carbono.

Por José Liétor Gallego, Pablo Domouso de Agar, María Victoria Ochoa Esteban, Jaime Lechuga Puñal, Beatriz Ruiz Carrasco, Evangelina Pareja Sánchez y Roberto García Ruiz
Grupo de Agroecología Aplicada de la Universidad de Jaén (UJA). Instituto Universitario de Investigación en Olivar y Aceites de Oliva (www.agroecolivelab.com)

Los créditos de carbono certifican reducciones de emisiones de gases de efecto invernadero y/o capturas de CO₂ atmosférico almacenado en forma de carbono orgánico. Su credibilidad se basa en normas estrictas de medición, verificación y trazabilidad que garantizan que esas reducciones o capturas

sean reales y comprobables. En el caso del olivar, la oportunidad consiste en convertir determinadas prácticas agroeconómicas -como el mantenimiento de cubiertas vegetales, la gestión adecuada de los restos de poda o la aplicación de enmiendas orgánicas, entre otras- en aumentos medibles del carbono orgánico del suelo. Además de contribuir a la mitigación del cambio climático, estas

prácticas generan beneficios adicionales tales como la mejora de la fertilidad y la salud del suelo, el fomento de la biodiversidad y una mayor resiliencia del cultivo frente a la sequía.

Sin embargo, las metodologías clásicas empleadas para cuantificar el incremento en las reservas de carbono en el olivar, base sobre la que posteriormente se certifican los créditos, presentan limi-



El diseño experimental y la metodología de muestreo de suelos constituyen elementos críticos para garantizar una cuantificación fiable de los créditos de carbono en el olivar.

taciones relevantes. A menudo se apoyan en muestreos de suelo poco representativos, extrapolaciones basadas en factores de conversión estándares y modelos genéricos que no siempre están calibrados para la amplia heterogenei-

dad edafoclimática del olivar mediterráneo. Esta aproximación puede conducir a subestimaciones o sobreestimaciones del stock de carbono real -y por tanto en sus cambios- debido a la elevada variabilidad espacial del carbono orgánico del

suelo, la influencia determinante del manejo, la pendiente y los procesos erosivos, así como a la variabilidad interanual asociada al régimen hídrico y térmico.

Estas limitaciones evidencian la necesidad de evolucionar hacia metodo-



DESPI

100 AÑOS MEJORANDO EL
CRECIMIENTO DE ALMAZARAS



CALIDAD Y SEGURIDAD EN SERVICIOS DE:

-  MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE MAQUINARIA
-  CALDERERÍA Y MONTAJE INDUSTRIAL
-  INSTALACIÓN DE TUBERÍA
-  FABRICACIÓN A MEDIDA
-  DISEÑO TÉCNICO



www.talleresespi.com
Tlf: 926 510 102
España | Tomelloso



El mantenimiento de cubiertas vegetales espontáneas y la aplicación de los restos de poda triturados sobre el suelo son prácticas cada vez más frecuentes en el olivar.

Los GO ABSORCABOLIVO I y GO C-OLIVAR han abordado desde enfoques complementarios el desarrollo y validación de nuevas metodologías, herramientas digitales y protocolos de manejo orientados a mejorar la fiabilidad y coherencia en el cálculo de créditos de carbono

logías específicamente adaptadas al olivar, capaces de capturar su complejidad estructural, edáfica y de manejo, e integrar la dinámica temporal del carbono en el suelo y la biomasa. En este contexto se enmarcan los grupos operativos andaluces ABSORCABOLIVO I y C-OLIVAR, que han abordado, desde enfoques complementarios, el desarrollo y validación de nuevas metodologías, herramientas digitales y protocolos de manejo orientados a mejorar la fiabilidad y coherencia en el cálculo de créditos de carbono. Durante su

ejecución, se ha perseguido un doble objetivo: reforzar el rigor científico-técnico de las estimaciones y, al mismo tiempo, facilitar su aplicabilidad práctica y su futura valorización económica en los mercados voluntarios, convirtiendo el potencial climático del olivar en una oportunidad real para el sector.

Medir mejor para valer más

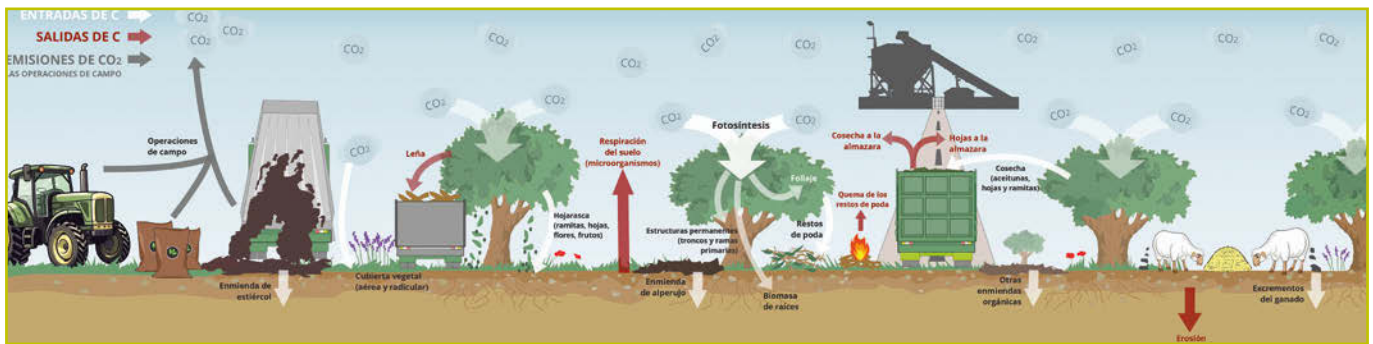
No existe un precio único para los créditos de carbono. Su valor depende de distintos factores. Entre los principales figuran la cantidad de carbono que se evita emitir o se consigue almacenar y el tiempo durante el que permanece fuera de la atmósfera. También influye la solidez del proyecto: que los resultados se midan con precisión, se verifiquen de forma independiente y estén respaldados por estándares reconocidos. El tipo de acción climática es igualmente determinante, ya que no tiene el mismo alcance evitar emisiones que retirar CO₂ ya presente en la atmósfera; por ello, las iniciativas basadas en capturas duraderas suelen alcanzar mayor valor. Además, el volumen de créditos que se comercializa y la metodología empleada para calcularlos -modelos, mediciones en campo o estándares aplicados- también condicionan el precio. En definitiva, el valor de un crédito aumenta o disminuye según la calidad y la credibilidad del proyecto que lo sustenta.



La estimación precisa del biovolumen de diversos árboles representativos es fundamental para calcular la captura de CO₂ en el olivar.

Cuando las mediciones son claras, transparentes y están respaldadas por criterios científicos, generan más confianza y reducen el riesgo para quien compra el crédito, lo que suele traducirse en un mejor precio. Aunque los ingresos por hectárea varían según el manejo, el estándar de certificación y la situación del mercado, incluso cantidades modestas pueden ser una ayuda importante para muchas explotaciones, especialmente si se gestionan de forma colectiva a través de cooperativas o iniciativas conjuntas.

Ése ha sido, precisamente, el objetivo central de ABSORCABOLIVO I y C-OLIVAR: diseñar y validar metodologías



El balance de carbono resulta de la diferencia neta entre los flujos de carbono que entran al olivar y los que salen de él.

rigurosas y aplicables en campo para cuantificar los créditos de carbono en el olivar, de forma que puedan certificarse con garantías y comercializarse en condiciones competitivas, tanto a escala de cooperativa como de denominación de origen. Así, ABSORCABOLIVO I ha profundizado en la validación metodológica del cálculo de créditos y en el desarrollo de herramientas digitales y protocolos de manejo que permitan optimizar la acumulación de carbono orgánico en

distintas tipologías de olivar. Por su parte, C-OLIVAR se ha centrado en demostrar la viabilidad técnica y económica de un sistema de certificación de créditos de carbono en el olivar tradicional, con vocación de ser escalable y fácilmente implementable por las explotaciones, reduciendo costes de monitorización sin comprometer el rigor científico.

Más concretamente, los avances impulsados por ambos grupos operativos se traducen en:

1) Evaluación de prácticas de manejo. Se ha analizado la contribución de diferentes prácticas agrícolas a la acumulación de carbono orgánico en suelo y biomasa, entre ellas implantación y manejo de cubiertas vegetales; triturado e incorporación de restos de poda; aplicación de enmiendas orgánicas, como alperujo compostado; y estrategias de manejo orientadas a mejorar la fertilidad, estructura y biodiversidad del suelo.

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

2) Monitorización y digitalización.

Ambos proyectos han explorado sistemas avanzados de seguimiento y evaluación tales como el uso de imágenes satelitales y sensores remotos para estimaciones a mayor escala y reducción de costes de monitorización; análisis espacio-temporal del carbono en suelo y biomasa; y desarrollo conceptual de gemelos digitales por finca, integrando datos de agua, energía y balances de carbono para mejorar la trazabilidad y la gestión integral de la explotación.

La fortaleza de ambos grupos operativos radica en su carácter multidisciplinar y en la estrecha colaboración entre el sector productor, centros de investigación y entidades tecnológicas.

Así, ABSORCABOLIVO I contó con la participación del Grupo Consule, S.L.; del grupo de Agroecología Aplicada (AgroecololiveLab) y de la Unidad de Transformación Digital e Inteligencia Artificial, ambos pertenecientes a la UJA e integrados en el Instituto Universitario de Investigación en Olivar y Aceites de Oliva; así como del grupo de Informática Gráfica y Geomática, también de la UJA. El consorcio se completó con la S.C.A. Santa Teresa de Jesús y la Fundación Pública Hub de Innovación Territorial del Común de Segura.

C-OLIVAR, por su parte, integró como beneficiarios al Instituto de Agricultura Sostenible y la Estación Biológica de Doñana (CSIC), al grupo de Agroecología Aplicada de la UJA (AgroecololiveLab), al área de Ingeniería Cartográfica, Geodésica y Fotogrametría de la UJA, a la DOP Estepa, a ASAJA-Sevilla y a Evenor-Tech; además de contar con la colaboración del IFAPA, Syngenta, la Universidad de Córdoba y ASAJA-Andalucía.

En conjunto, ambos proyectos no sólo avanzaron en la cuantificación técnica del carbono, sino que sentaron las bases para que los créditos generados por el olivar puedan posicionarse con garantías en los mercados voluntarios y en posibles registros oficiales, como el Sistema Andaluz de Compensación de Emisiones (SACE), donde la consistencia técnica es un factor determinante de reconocimiento y valor.

Del balance de carbono al balance rural

Entre los avances comunicados públicamente en el marco de C-OLIVAR destaca el análisis del balance de carbono y cálculo de los créditos de CO₂ en una muestra representativa del olivar de la DOP Estepa:

- 15 parcelas piloto (440 ha.) caracterizadas y monitorizadas para evaluar el potencial de generación de créditos de carbono bajo combinaciones de prácticas de manejo compatibles con la AC.
- Cálculo de créditos generados (toneladas CO₂eq) mediante comparación de las emisiones netas de CO₂ desde el suelo y de las operaciones de campo en un escenario de AC frente a dos líneas base: manejo habitual estandarizado de la zona y manejo previo específico de cada parcela (la acumulación anual de carbono orgánico en las estructuras permanentes de los árboles no se incluyó por no considerarse como una vía de captura del CO₂ atmosférico adicional bajo los escenarios de AC con respecto a las líneas base). Este enfoque responde al principio de adicionalidad, según el cual sólo pueden certificarse como créditos aquellas reducciones o capturas que no se habrían producido en ausencia del proyecto.
- Entradas medias anuales de CO₂ en forma de carbono orgánico del suelo de 11,8 t. CO₂/ha. en AC frente a 6,7 t. CO₂/ha. en las líneas base; emisiones medias anuales de CO₂ desde el suelo de 9,9 t. CO₂/ha. en AC y de 8,1 t. CO₂/ha. en las líneas base; balance neto del suelo de -1,9 t. CO₂/ha./año (absorción neta de CO₂ atmosférico) en AC frente a 1,3-1,5 t. CO₂/ha./año (emisión neta de CO₂) en las líneas base.
- Emisiones netas asociadas a las operaciones de manejo de 0,4 t. CO₂eq/ha./año en AC y de 0,3 t. CO₂eq/ha./año en las líneas base.
- Reducción anual de emisiones o incremento de almacenamiento atribuible a AC de entre 3,1 y 3,3 t. CO₂eq/ha. respecto a líneas base específica y estandarizada, respectivamente; producción acumulada de más de 7.000 créditos de carbono en el conjunto de las 440 ha. durante 5 años.



El manual de C-Olivar con consejos para reducir la huella de carbono y, por tanto, aumentar la capacidad de generación de créditos de carbono en el olivar, obtuvo una gran acogida.

- Considerando adicionalmente la absorción en biomasa leñosa (0,6–2,6 t. CO₂/ha./año), las parcelas presentaron, en promedio, un balance neto de absorción de carbono.
- Diferencias en la distribución de créditos según el tipo de línea base, con un reparto más equitativo bajo la estandarizada, aunque la específica continúa siendo la más utilizada en el mercado voluntario.
- Extrapolación de resultados a la DOP Estepa, con un potencial estimado de generación de 805.000 créditos de carbono.

Por su parte, entre los avances obtenidos en el marco de ABSORCABOLIVO I destaca la evaluación integral del balance de carbono en una red de fincas piloto de olivar tradicional de montaña integradas en la S.C.A. Santa Teresa de Jesús de Beas de Segura (Jaén):

- 14 fincas piloto (23,87 ha.) caracterizadas y monitorizadas para evaluar el almacenamiento de carbono en suelo y biomasa.
- Entradas medias anuales de 11,2 t. CO₂/ha.; emisiones del suelo de 8,3 t. CO₂eq/ha.; balance neto positivo en suelo de 2,2 t. CO₂/ha./año.
- Acumulación anual total estimada en la red: 69 t. CO₂/ha. (52 t. en suelo y 17 t. en biomasa leñosa).
- Diferencias significativas entre fincas en el contenido y las reservas de carbono orgánico del suelo, con los niveles más altos en aquellas con mayor uso de cubiertas vegetales y aportes orgánicos.



- Tendencia a mayor cantidad de carbono orgánico en el suelo bajo la banda de restos de poda triturado de la entrecalle.
- La cubierta vegetal aporta, en promedio, el 6,1% de las entradas anuales de CO₂ al sistema.
- Desarrollo y validación de modelos predictivos de carbono orgánico del suelo mediante teledetección (dron, PlanetScope, Sentinel-2) y *Machine Learning*, contrastados con 126 muestras de campo y aplicados para generar mapas de porcentaje de carbono orgánico en el suelo.

La convergencia de ambos proyectos consolida una estrategia clara: integrar el carbono como activo productivo en el olivar, especialmente en territorios con reto demográfico, amenaza de despoblación y limitaciones estructurales.

Los beneficios potenciales incluyen diversificación de ingresos mediante la valorización climática del manejo sostenible; fomento de prácticas agronómicas sostenibles; mejora de la fertilidad y biodiversidad del suelo; reducción de la huella climática del sector oleícola; y posicionamiento del aceite de oliva como producto alineado con los objetivos de neutralidad climática.

En suma, GO ABSORCABOLIVO I y GO C-OLIVAR representan un paso decisivo hacia la integración del olivar andaluz en la economía del carbono, combinando ciencia, tecnología y sector productivo para transformar un reto climático en una oportunidad de innovación y desarrollo rural.

La divulgación como prioridad

La divulgación científica y la transferencia de resultados han sido un componente estratégico en ambos grupos operativos, con el objetivo de garantizar que los avances metodológicos en cuantificación y gestión del carbono fueran comprensibles y aplicables por el sector. Para ello se elaboraron materiales técnicos como un manual de buenas prácticas para reducir la huella de carbono del olivar, fichas informativas y pósteres científicos.

La transferencia directa al sector se reforzó mediante diversos eventos divulgativos como seminarios técnicos en el ámbito de la DOP Estepa, así como con la presentación de resultados en el Simposio Científico-Técnico de Expoliva 2025, uno de los principales foros internacionales del sector. 🍷

NIRS™ DS2500 L

Para aceites vegetales

Cada gota cuenta.

Mejora la calidad de tu Almazara



Menos de 40 segundos
por análisis



Sin reactivos químicos



Resultados precisos



Control de múltiples parámetros



Fácil de usar



TECNOLOGÍA NIR DISEÑADA PARA SU PROCESO



Solicite una demostración →

Descubre cómo el NIRS™ DS2500 L puede optimizar su control de calidad y mejorar sus resultados



FOSS

Soluciones analíticas

Datos de contacto

👤 Luis Manuel Barrera

✉ lbarrera@foss.es

☎ +34 654 395 653

Saber más





**Marcos Reguera,
asesor gastronómico
y chef**

**"Da gusto cocinar
con aceite de oliva
virgen extra porque
redondea los platos
y aporta estructura
y complejidad"**



Comprometido con la calidad, la alimentación saludable y el valor gastronómico en el canal de gran consumo, Marcos Reguera (Jaén, 1971) ofrece asesoramiento para la industria alimentaria y el sector de la restauración, y también está enfocado en la creación y desarrollo de nuevos productos alimentarios, innovaciones y renovación de gamas ya existentes. En *Experiencia Gourmet* hablamos con este profesional multidisciplinar, académico de la Academia Andaluza de Gastronomía y Turismo desde 2016, maestro *picolier*, experto en análisis sensorial y apasionado del AOVE, "una herramienta culinaria de enorme precisión capaz de aportar matices aromáticos, profundidad de sabor, untuosidad y estructura, y de definir el carácter de un plato desde el primer momento".

[Texto: Alfredo Briega Martín]

M

**arcos, ¿cómo
surgió tu pa-
sión por la gas-
tronomía?**

En casa hemos vivido la gastronomía de una forma muy particular. En los años 70 mis padres crearon una empresa de catering cuando éste era todavía un concepto prácticamente desconocido en Espa-

ña. Lo plantearon casi como una red de seguridad familiar: mi padre era químico y pensaron que aquel pequeño proyecto podría convertirse en un medio de vida alternativo si algún día faltaba su sueldo.

La mala fortuna hizo que mi padre falleciera demasiado pronto. A partir de ese momento mi madre asumió todo el peso de la empresa mientras sacaba

adelante a sus seis hijos. Crecí viendo de cerca lo que significaba realmente la cocina profesional: largas jornadas, creatividad como subsistencia, resolver problemas sobre la marcha y, sobre todo, una enorme capacidad de trabajo y generosidad.

Ese entorno marcó profundamente mi relación con la gastronomía. Para mí nunca fue sólo cocinar, sino entender

30 años contando las historias más sabrosas de este sector

Expertos en comunicación para el sector oleícola



cypunto.com



“La investigación, la curiosidad y la inquietud constante por entender el porqué de los procesos se han convertido en la manera en que he guiado mi trayectoria profesional”

los procesos, los productos y la relación con los proveedores. Con el tiempo esa curiosidad natural se transformó en una vocación: investigar, desarrollar y mejorar productos alimentarios y conceptos gastronómicos aplicables tanto a la industria como a la restauración. Quizá el hecho de no haber pasado por una escuela de cocina marcó también mi forma de acercarme a este mundo. Mi aprendizaje fue más intuitivo, más ligado a la observación y a la práctica diaria. Probablemente por eso la investigación, la curiosidad y la inquietud constante por entender el porqué de los procesos se han convertido en la manera en que he guiado mi trayectoria profesional.

Tras iniciarte profesionalmente a través de Reguera Jaque, la empresa familiar dedicada a restauración para colectividades, años más tarde, y movido por tu inquietud hacia la creación e investigación culinaria, inauguras el restaurante Curanto en Jaén, que durante más de un lustro ofreció cocina creativa de alto nivel. ¿Qué recuerdas de aquella etapa? ¿Dirías que la curiosidad ha sido el motor que ha impulsado tu trayectoria profesional?

Esa etapa fue fundamental en mi formación, tanto por los aspectos positivos como por los más complejos. Entrar de lleno en un entorno de restauración gastronómica era casi imprescindible si queríamos que el catering evolucionara hacia un terreno más creativo, capaz de



generar propuestas innovadoras y diferenciales. El restaurante fue, en ese sentido, un laboratorio extraordinario. Nos permitió experimentar, desarrollar ideas y entender mucho mejor el comportamiento real de los platos, los productos y los equipos en un contexto de alta exigencia. Al mismo tiempo, fue también una escuela muy importante en términos de gestión. La restauración te enfrenta a realidades que no siempre aparecen en el plano puramente culinario: la elección del personal adecuado, la convivencia con socios que pueden tener objetivos distintos o la toma constante de decisiones en situaciones complejas.

Y sí, creo que la curiosidad ha sido siempre el motor de mi trayectoria. La necesidad de entender cómo funcionan las cosas, de probar caminos distintos y de aprender tanto de los aciertos como

de los errores es, probablemente, lo que ha ido marcando cada una de las etapas de mi recorrido profesional.

En 2004 pasas a ocupar la dirección gastronómica de la empresa de celebraciones y eventos Cerro Puerta para incorporar una nueva línea de mayor originalidad vinculada a las tendencias actuales pero basada en los sabores y materias primas más próximos. Cuéntanos...

En nuestra empresa siempre hemos tenido claro que nuestra oferta debía tener carácter propio, que cada evento debía llevar un sello reconocible y personal. Es algo que mi madre nos ha enseñado desde el principio y que seguimos aplicando cada día: la identidad gastronómica se construye con coherencia y con respeto al producto. Bajo ese principio,

TU ACEITE DE OLIVA, EN LAS MEJORES MANOS.



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

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

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



Descúbrelas en:

[TIENDA.AUXILIARCONSERVERA.ES](https://tienda.auxiliarconservera.es)



Accede desde cualquier dispositivo.



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

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



entendemos que la mejor manera de llegar al comensal es acercar la cocina tradicional, la cocina de la memoria, a un lenguaje actual, acorde con cada momento de la cocina. Nos interesa reinterpretar esos sabores conocidos a través de presentaciones más creativas, pero manteniendo siempre la intensidad del sabor y el respeto por materias primas cercanas, cotidianas y auténticas.



Actualmente te dedicas sobre todo al asesoramiento y la consultoría en el campo del gran consumo, con un claro enfoque hacia la calidad, la salud y el valor gastronómico, trabajando con numerosas empresas de la industria alimentaria y el sector de la restauración. ¿Qué es lo que más solicitan las empresas y en qué consiste tu labor?

En los últimos años mi trabajo se ha orientado principalmente hacia el asesoramiento gastronómico aplicado a la industria alimentaria y al sector de la restauración. Las empresas, cada vez más, buscan desarrollar productos que no sólo sean competitivos desde el punto de vista industrial, sino que también aporten valor gastronómico, respondan a criterios de salud y mantengan una identidad reconocible para el consumidor. Mi labor consiste, en gran medida, en actuar como puente entre dos mundos que a veces hablan lenguajes distintos: el de la cocina y el de la industria. Se trata de trasladar criterios gastronómicos -sabor, técnica, cultura del producto- a procesos productivos que deben ser eficientes, escalables y sostenibles.

En ese contexto, lo que más solicitan suele estar relacionado con el desarrollo y mejora de productos: desde la reformulación de recetas hasta la creación de nuevas gamas adaptadas a tendencias de consumo actuales, siempre con la mirada puesta en la calidad de las materias primas y en el equilibrio entre funcionalidad industrial y autenticidad culinaria. Al

final, el objetivo es que el consumidor encuentre en el mercado

productos bien pensados, honestos y con personalidad, capaces de conectar con una tradición culinaria sólida pero adaptada a las necesidades actuales.

Por cierto, creo que eres el único maestro *picolier* de España, un oficio ancestral pero poco conocido... ¿En qué consiste esta figura?

El maestro *picolier* es una figura ancestral, en efecto, vinculada al estudio, la selección y el conocimiento de las especias y las plantas aromáticas. Podríamos decir que el *picolier* es un especialista en el universo aromático de la gastronomía. No se trata sólo de conocer cada especia de forma aislada, sino de entender su comportamiento culinario, sus matices aromáticos y la manera en que interactúa con otros ingredientes para construir el sabor de un plato.

Es un campo apasionante y todavía poco conocido, porque las especias y las aromáticas constituyen uno de los lenguajes más complejos de la cocina. Existen decenas de especias y centenares de combinaciones posibles, y comprender ese equilibrio entre aroma, intensidad y armonía abre un mundo enorme de posibilidades gastronómicas. En mi caso, este conocimiento se integra de forma natural con mi trabajo de investigación y desarrollo culinario, tanto en la restauración como en la industria alimentaria. Estoy seguro de que existen especialistas en nuestro país que desarrollan esta labor, pero no tienen la visibilidad que un

oficio tan mágico debería tener. Yo tuve la suerte de trabajar con una empresa holandesa líder en el sector que me brindó la oportunidad de aprender sobre este mundo tan interesante.

Cocina, raíces y entorno

Afirmas que la cocina comienza con los olores. Para diversidad sensorial, la del AOVE...

Siempre he defendido que la cocina comienza con los olores, porque el aroma es el primer lenguaje del sabor. Antes incluso de probar un plato, nuestro cerebro ya ha empezado a interpretarlo a través de lo que percibimos en nariz. Por eso los ingredientes con una gran riqueza aromática tienen un papel tan importante en la construcción gastronómica.

En ese sentido, pocos productos ofrecen una diversidad sensorial tan amplia como el aceite de oliva virgen extra. Dependiendo de la variedad de aceituna, del momento de recolección o del origen, un AOVE puede expresar notas herbáceas, frutadas o matices que recuerdan a tomatera, almendra o alcachofa. Dicho así puede parecer algo recurrente en el discurso del mundo del aceite de oliva virgen extra, pero si profundizamos en esos aromas descubrimos un universo mucho más complejo. Cuando analizamos esas notas con más detalle, la tomatera puede descomponerse en recuerdos de cítricos, hojas verdes o incluso matices balsámicos como el eucalipto o especiadados como el clavo. Y la alcachofa puede evocar sensaciones más sutiles: matices metálicos, recuerdos a setas, a madera o incluso a cera, por citar algunos ejemplos.

A partir de ahí se abre un campo muy interesante para la cocina: estudiar las correspondencias aromáticas entre el AOVE y otros alimentos para construir armonías de sabor. Creo que en el mundo del virgen extra todavía existe un recorrido enorme para seguir creciendo y aprendiendo desde la cocina, precisamente gracias a su complejidad aromática. Esa riqueza lo convierte no sólo en una grasa culinaria, sino en un auténtico ingrediente estructural de la cocina mediterránea, capaz de definir el carácter de un plato desde el primer momento.

Jiennense pero con lazos maternos y paternos con Galicia y Extremadura, siempre has entendido la cocina unida a las raíces y al entorno geográfico. En tu opinión, ¿qué caracteriza y distingue a la cocina andaluza en general y a la jiennense en particular?

Siempre he entendido la cocina como una expresión directa del territorio. Es el resultado de un paisaje, de un clima, de unos productos y también de la memoria de las personas que han vivido en ese lugar. En mi caso, aunque soy jiennense, también tengo raíces familiares en Galicia y Extremadura, y eso me ha permitido entender desde muy pronto que cada territorio construye su cocina a partir de su propia cultura y naturaleza.

La cocina andaluza se caracteriza, en mi opinión, por una enorme riqueza y diversidad. No es una cocina plana, sino un mosaico de tradiciones culinarias muy ligadas al producto y a la estacionalidad. Es una cocina que sabe extraer mucho sabor a partir de ingredientes sencillos y que ha sabido integrar influencias históricas muy distintas, manteniendo siempre una identidad muy reconocible. Es una cocina inteligente, creativa y de producto.

En el caso de Jaén, esa identidad está profundamente marcada por el aceite de oliva virgen extra. El AOVE no es sólo un ingrediente, es el eje sobre el que se articula buena parte de la cocina del territorio. Determina técnicas, sabores y formas de entender los platos, desde los guisos tradicionales hasta elaboraciones más contemporáneas. Da gusto cocinar con esta grasa que redondea los platos, que aporta estructura y complejidad.

Pero, además, la cocina jiennense tiene algo que a mí me parece especialmente interesante: una gran capacidad para construir platos de enorme personalidad a partir de productos humildes. Es una cocina honesta, muy ligada al campo, al paisaje del olivar y a una cultura gastronómica que ha sabido conservar su autenticidad.

Hablando de AOVE

Marcos, ¿cuál es tu primer recuerdo asociado al AOVE?

Cada año acompañaba a mi padre y a su amigo Manolo Moreno a probar el aceite recién molturado en una cooperativa de Torres, un pueblo precioso de Sierra Mágina, en la provincia de Jaén. Como si se tratara de un pequeño ritual, un grupo de elegidos se reunía la primera tarde del primer día de molturación para probar el nuevo aceite de oliva virgen extra de la campaña. A la umbría de las montañas cercanas,

Todos los aceites dejan huella, nosotros la analizamos.



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





con un frío de los de antes, se abrían grandes hogazas de pan para mojar en un cuenco de barro que habían llenado con ese AOVE recién elaborado. En realidad, más que mojar el pan, se sumergía por completo antes de llevarlo a la boca.

Recuerdo perfectamente las caras de satisfacción y los comentarios de los más entendidos: *"Este año ha salido menos amargo, con un poco de picante, pero muy intenso... ¡Mira cómo recuerda a tomillo!"*. Aquel sabor -y, sobre todo, aquel aroma- se me quedó grabado en la memoria y me ha acompañado durante toda la vida. De alguna manera, esa experiencia, junto con tantas otras en las que el AOVE ha estado presente, ha ido formando mi gusto y mi manera de entender esta grasa extraordinaria.

¿Qué papel juega el aceite de oliva virgen extra en tu cocina? ¿Qué variedades sueles emplear y por qué?

El aceite de oliva virgen extra tiene un papel absolutamente fundamental en nuestra cocina, para nosotros es un elemento vertebrador. Es el eje sobre el que se articula gran parte de nuestro trabajo: está presente en cada elaboración, en cada sofrito que actúa como punto de partida y que activa el potencial aromático y gustativo de los ingredientes. En una tierra como la nuestra, el AOVE es el ingrediente indispensable en las cocinas. En Jaén se cocina junto a una garrafa de aceite de oliva virgen extra. Esto ha sucedido desde que tengo uso de razón. Hasta para freír unos huevos y unas patatas para la cena de los niños se ha usado siempre AOVE. Ya no te cuento si es para aliñar una ensalada, o una pipirrana, ocasión en la que se usa el mejor de la despensa. Es una garantía de que un sofrito va a quedar delicioso o que un ajoblanco tenga una untuosidad maravillosa.

La magia continúa cuando seleccionas diferentes variedades o distinta maduración del fruto para unas elaboraciones u otras: me apasiona la picual para nuestros platos más representati-

vos como los gazpachos o los escabeches; también me gusta usar una royal para recrear unos frutos rojos con yogur y miel, propiciando unas armonías increíbles que ofrecen notas de almendra; o una hojiblanca -variedad muy TOP- para carnes especiadas al curry, por ejemplo, aportando un picante muy delicado y notas de fruta tropical; incluso una frantoio cultivada en Andalucía, con esos anisados que le van de maravilla a los pescados y mariscos. Hay tantas oportunidades de elegir un AOVE determinado como platos te propongas elaborar.

Si tuvieras que elegir un plato icónico donde el virgen extra sea el gran protagonista, ¿cuál sería?

Sin lugar a duda, el bacalao al pilpil. Para mí es uno de los grandes ejemplos de cómo el aceite de oliva virgen extra puede convertirse en el auténtico protagonista de un plato. Es casi un pequeño milagro culinario: la tensión que aporta la salazón del bacalao se equilibra con la untuosidad de la emulsión que

De izqda. a dcha., ensalada de bacalao con vinagreta del jugo de las verduras, naranja y picual; emulsión de puerro y pistacho con hojiblanca; y crema de maíz asado con arbequino y láminas de berenjena y miso.



se forma entre la gelatina natural del propio pescado y el AOVE. A partir de ingredientes muy sencillos se construye una textura sedosa y un sabor profundamente complejo. Cuando el pilpil está bien ejecutado, el aceite de oliva virgen extra deja de ser simplemente una grasa de cocinado para convertirse en el verdadero eje del plato. Es, en cierto modo, un festival para los sentidos.



anuga
S E L E C T

Ibérica

www.anuga-iberica.com

MADRID, 16-18.02.2027

Where Iberian Flavours Meet Global Opportunities



Quiero
visitar



 koelnmesse

 IFEMA
MADRID



De arriba a abajo, veluté de caldo de lubina extraído con AOVE y emulsionado con hierbabuena, cilantro y perejil; y presa a baja temperatura con costra de frutos secos y ajoatao de ajo asado y picual.



¿Crees que llegará el día en que la carta de AOVEs en los restaurantes de alta cocina sea tan habitual como la de vinos?

Creo que no estamos tan lejos de ese momento. Muchos restaurantes que tienen interés en ofrecer AOVEs de calidad ya cuentan en sus mesas con una pequeña selección de diferentes marcas y perfiles sensoriales.

Sin embargo, en mi opinión, lo verdaderamente importante no es tanto la existencia de una carta de AOVEs como el conocimiento de los profesionales de la cocina sobre cómo utilizarlos. El verdadero salto cualitativo se produce cuando el cocinero sabe elegir la variedad, el grado de madurez de la aceituna o el perfil sensorial del AOVE más adecuado para cada elaboración. Cuando se domina el carácter de cada aceite -su intensidad, sus notas aromáticas, su amargor o su picante-, el AOVE deja de ser simplemente una

grasa para convertirse en una herramienta culinaria de enorme precisión, aportando matices aromáticos, profundidad de sabor, untuosidad y estructura. Y para eso, más que una carta, lo que se necesita es conocimiento y sensibilidad por parte de quienes están al frente de la cocina.

Marcos, has mostrado la versatilidad culinaria del AOVE en diferentes foros por todo el mundo, el último en México. En tu opinión, ¿cuál sería la mejor manera de acercar este tesoro gastronómico a las cocinas y hogares de todo el mundo, de exportar las bondades saludables y gastronómicas del virgen extra?

La oportunidad que me ofreció el Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana el pasado mes de noviembre fue realmente maravillosa. Cuando viajas a países tan lejanos no siempre esperas que un producto mediterráneo despierte tanto interés, y sin embargo eso fue exactamente lo que ocurrió.

“Siempre he entendido la cocina como una expresión directa del territorio; en el caso de Jaén, esa identidad está profundamente marcada por el AOVE, es el eje sobre el que se articula buena parte de su cocina”

Las cuestiones que más demandan son muy claras. Por un lado, conocer los argumentos científicos que respaldan al AOVE como un alimento saludable. Por otro, aprender a identificar los criterios que definen la calidad de un aceite de oliva virgen extra para saber distinguir cuándo estamos ante un buen producto. Y, finalmente, algo fundamental: cómo utilizarlo correctamente en la cocina, tanto en elaboraciones en frío como en preparaciones en caliente. También surgen muchas dudas sobre aspectos aparentemente sencillos pero muy importantes, como la caducidad, el color del aceite o las distintas variedades de aceituna. Explicar bien estas cuestiones ayuda mucho a que el consumidor pierda el miedo a utilizar el AOVE con naturalidad.

Además, integrar el aceite de oliva virgen extra en elaboraciones propias de cada cultura culinaria suele ser una herramienta muy eficaz para acercarlo a nuevos públicos. Por ejemplo, en México me gusta utilizarlo para mantener algunos moles, esas complejas salsas elaboradas con chiles, frutos secos, frutas, cacao y especias que acompañan innumerables platos en las distintas cocinas del país. El resultado, al menos desde mi punto de vista, es realmente extraordinario. 🍯



**La calidad empieza
aquí**

Servicios

- ✓ Análisis de Aceites de Oliva
 - Calidad, pureza, contaminantes
- ✓ Análisis de Aceites Vegetales
- ✓ Análisis de Aguas
- ✓ Análisis de suelos y foliares



Contacto:
953 581 245
685 601 983



Más información en:
www.oleolaboratorio.com
info@oleo-lab.com

Avenida Europa 29 Bajo, 23680 - Alcalá La Real (Jaén)



Trinidad & Co. Turismo: gastronomía, aceite de oliva y turismo sostenible



Trinidad & Co. Turismo es una empresa especializada en el diseño de rutas y experiencias en Mérida donde convergen el patrimonio, la cultura y la gastronomía. La capital extremeña, de raíces eminentemente romanas, permite construir un hilo conductor sólido y coherente que da sentido a cada una de sus actividades, conectando el pasado con el presente a través de propuestas vivenciales y cuidadosamente diseñadas. Porque, más que de visitas guiadas, en Trinidad & Co. Turismo prefieren hablar de historias vividas.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

Tras desarrollar su carrera profesional en el ámbito de la administración, contabilidad y gestión de empresas, un espíritu inquieto y su afición por los viajes llevaron a María José Trinidad, fundadora y CEO de Trinidad & Co. Turismo, a indagar y formarse en el sector turístico.

Así, “en el año 2020 -explica María José- admitieron en el congreso internacional de Gastronomía, Sostenibilidad y Desarrollo uno de mis trabajos basado en una labor de investigación que hice sobre la gastronomía de alto nivel en Extremadura, y esto me dio la clave para el desarrollo de este proyecto en el que confluyen el turismo sostenible, la gas-

tronomía y las historias que nos conectan, mis tres grandes pasiones”.

En efecto, la gastronomía es una parte central del viaje. Para ello, se seleccionan cuidadosamente los espacios donde se come, los productos que se sirven y la forma en la que se presentan. Desde un desayuno completo hasta una cena degustación, cada comida tiene un propósito: parar, disfrutar y recordar. Aquí importa la calidad, por supuesto, pero también lo que hay detrás de cada producto, de cada receta y de cada proveedor. Porque en Trinidad & Co. Turismo están convencidos de que la buena mesa conecta a las personas.

“Aprendí que las ciudades también se comen, se escuchan y se sienten

-añade-. Que no son sólo mapas, sino emociones, sabores y silencios compartidos. Así nació Trinidad & Co. Turismo: una forma de redescubrir lugares a través de rutas que no se olvidan, tejidas con el hilo invisible del detalle, el tiempo y la emoción”.

Experiencias que cautivan e historias que se saborean

En el catálogo de experiencias de Trinidad & Co. Turismo encontramos la propuesta nocturna *Avgvstas & Emeritos*, una actividad que combina una visita guiada a los principales monumentos del centro histórico (Arco de Trajano, Templo de Diana, Puente Romano...), una cena degustación con maridaje en un restau-



LABORATORIO QUIMICO Y ANÁLISIS SENSORIALES

ANÁLISIS DE ACEITE DE OLIVA, ACEITUNAS Y ORUJO DE ACEITUNA



ANÁLISIS DE ACEITE (*)

- ANÁLISIS QUÍMICOS Y SENSORIALES
- ANÁLISIS DE LAS CARACTERÍSTICAS DE CALIDAD Y PUREZA
- ANÁLISIS PARA EXPORTACIÓN



ANÁLISIS DE ACEITUNA Y ORUJO DE ACEITUNA (*)

- RENDIMIENTO Y CALIDAD
- CONTROL DEL PROCESO DE EXTRACCIÓN



FORMACIÓN PROFESIONAL EN EL ÁMBITO DEL OLIVAR Y DEL ACEITE DE OLIVA:

- ANÁLISIS SENSORIAL
- CALIDAD DEL ACEITE DE OLIVA
- OPERADOR DE ALMAZARA



CONTACTOS:

RUA CIDADE S. PAULO | APART. 296 7801-904 BEJA | PORTUGAL
TELF. +351 284 249 011 | +351 284 310 350
E-MAIL: LABORATORIO@ACOS.PT

MÁS INFORMACIÓN EN:



*CONSULTA DE ENSAYOS ACREDITADOS EN: [HTTP://WWW.IPAC.PT/PESQUISA/FICHA_LAE.ASP?ID=L0537](http://WWW.IPAC.PT/PESQUISA/FICHA_LAE.ASP?ID=L0537)





María José
Trinidad,
fundadora
y CEO de
Trinidad
& Co.
Turismo.



La experiencia Avgvstas & Emeritos comienza con un recibimiento con copa de cava en el Círculo Emeritense, en plena Plaza de España.



[Trinidad & Co. Turismo es una forma de redescubrir lugares a través de rutas que no se olvidan, tejidas con el hilo invisible del detalle, el tiempo y la emoción]

rante cuidadosamente seleccionado y, como broche final, una exclusiva representación teatral cuyo guión e interpretación han sido creados específicamente para esta experiencia. Todo ello siguiendo el relato de la fundación de la ciudad mediante una inmersión completa y envolvente en una noche que se convierte en un paseo sensorial, repleto de detalles y silencios que hablan, y en punto de encuentro entre creatividad y placer.

En *Mérida esencial*, ideada para aquellos que no conocen nada de Mérida y quieren ver lo imprescindible, se visitan los principales monumentos de Mérida: Teatro, Anfiteatro y Museo Nacional de Arte Romano.

Por su parte, la ruta *Sabores & Historia* comprende un recorrido más extenso que permite disfrutar con calma y sin prisa de algunos de los monumentos y paisajes más emblemáticos de Mérida. Con salida en el Puente Romano, durante la visita se recorren los cuatro accesos de la antigua Augusta Emerita. Monumentos, historias, anécdotas gastronómicas y paradas visuales conectan a los participantes

con el alma de la ciudad. Esta experiencia culmina con un desayuno gourmet elaborado con productos de la tierra, servido en un espacio privado con encanto y reservado exclusivamente para los clientes.

El aceite en Augusta Emerita

La propuesta más reciente, la ruta *El aceite en Augusta Emerita*, integra en una misma experiencia historia, patrimonio arqueológico, cata de AOVE y una *degustatio* profundamente extremeña. La actividad comienza en los restos arqueológicos de la Casa del Anfiteatro, una de las *domus* romanas de mayor tamaño de la antigua colonia, considerada un *hospitium* o lugar de hospedaje. A lo largo del recorrido, guiado por una profesional acreditada y experta en turismo gastronómico, se explora este espacio único que alberga casi 800 m² de mosaicos y unas termas de más de 300 m²,

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

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



Descarga
el ebook
escaneando
este QR





[*El aceite en Augusta Emerita* ofrece a los participantes una vivencia completa, rigurosa y emocional que pone en valor un producto milenario desde una perspectiva única y auténtica]



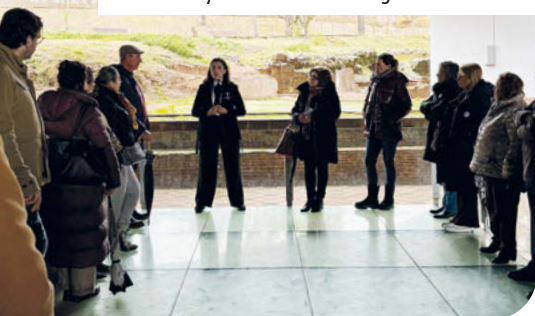
Avgvstas & Emeritas incluye una cena degustación con maridaje en el restaurante Tuétano y una representación teatral con texto de la propia María José Trinidad.



Participantes y desayuno gourmet incluido en la experiencia *Sabores & Historia*.



La ruta *El aceite en Augusta Emerita* comienza en la Casa del Anfiteatro, una de las *domus* romanas de mayor tamaño de la antigua colonia.



En *El aceite en Augusta Emerita* se realiza una cata sensorial de AOVEs de la empresa Olevm, ubicada en Mérida y profundamente inspirada en la herencia romana.

desvelando cómo llegó el aceite a la provincia de la Lusitania.

Durante la visita, se interpretan los vestigios relacionados con la producción oleícola: almazaras, *torcularium*, lagares, contrapesos o dolias, entendiendo su relevancia económica y social. Asimismo, se profundiza en los usos del aceite en la vida cotidiana romana, desde las termas y la higiene hasta la perfumería, sin olvidar su pre-

sencia en la gastronomía, donde era un producto indispensable mencionado por distintos cocineros de la época. También se aborda su profundo simbolismo, vinculado al poder, la sabiduría, la paz y su papel en rituales y espacios funerarios, así como su representación en mosaicos relacionados con el olivo. En definitiva, “un producto que marcó la vida, la economía y la cultura del mundo romano”, recuerda M^a José Trinidad.

Tras esta inmersión histórica, tiene lugar una cata sensorial de los aceites de la empresa Olevm, ubicada en Mérida y profundamente inspirada en la herencia romana. Sus AOVEs *Alavdae V* (coupage de picual, manzanilla caceña, arbequina y cornezuelo), *Gemina X* (coupage ecológico de cornezuelo, cornicabra y verdial) -que han adoptado los nombres de las legiones que fundaron la ciudad- y *Aurum Viridi* (coupage



El empresario emeritense Javier Romera, gerente y propietario de Aceite Olevm, con sus AOVEs *Alavdae V y Gemina X*, que toman el nombre de las legiones romanas que fundaron la ciudad de Mérida.



de manzanilla cacereña y cornezuelo) permiten descubrir matices, aromas y sabores únicos. Finalmente, la experiencia concluye con una *degustatio* en el restaurante Barbarossa, inspirada en la cocina de Augusta Emerita: un pico-

teo romano muy extremeño compuesto por lomo embuchado, aceitunas, queso, paté y cecina regada con virgen extra.

En definitiva, *El aceite en Augusta Emerita* ofrece a los participantes una vivencia completa, rigurosa y emocio-

nal que pone en valor un producto milenario desde una perspectiva única y auténtica. Una experiencia -que está resultando todo un éxito entre los turistas y los propios emeritenses- para descubrir, aprender y saborear la historia, y que recoge la esencia de la empresa, unir pasado y presente a través de los alimentos. Porque, como concluye M^a José Trinidad, "hay historias que se entienden mejor cuando se saborean".

www.trinidadandcoturismo.com

Cultivamos el Futuro del Agribusiness

Descubra más en consulai.com

25^o
consulai



Inversión



Estrategia



Innovación



Comunicación



Sostenibilidad



Lisboa +351 213 629 553
Beja | Fundão | São Miguel
E comercial@consulai.com





EMPRESAS



ANIVERSARIO

Oleoestepa

Verdaderamente extraordinario **40 años**

construyendo una referencia mundial del aceite de oliva virgen extra



Hablar de Oleoestepa es hablar de una historia colectiva. Una historia extraordinaria que nace en 1986, cuando 14 cooperativas oliveras decidieron unir fuerzas en torno a un objetivo común: producir, seleccionar y comercializar aceite de oliva virgen extra de máxima calidad, defendiendo al mismo tiempo la rentabilidad del agricultor y el futuro del territorio. Cuatro décadas después, aquella iniciativa se ha convertido en uno de los grandes referentes del sector oleícola español, con una trayectoria marcada por la excelencia, la sostenibilidad, la innovación y el compromiso con el origen.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

Desde sus inicios, Oleoestepa entendió que el aceite de oliva virgen extra debía ser mucho más que un producto agrícola: debía expresar cultura, paisaje, conocimiento y compromiso con el territorio. Su modelo cooperativo permite defender la rentabilidad del agricultor, acompañar la producción desde el campo y asegurar la máxima calidad en toda la cadena de valor, desde el olivar hasta el envasado. Hoy, Oleoestepa es una sociedad cooperativa de segundo grado que agrupa a más de 7.500 agricultores, 19 almazaras asociadas, unas 60.000 hectáreas de olivar y más de 10 millones de olivos. Su producción se apoya en un modelo de asesoramiento técnico, control en campo, Producción Integrada y Produc-

La firme apuesta de Oleoestepa por la calidad y la innovación se refleja en un modelo de trabajo basado en el control, la trazabilidad y la mejora continua

ción Ecológica, orientado a preservar el origen, la sostenibilidad y la excelencia del AOVE. La DOP Estepa ha sido fundamental para diferenciar el AOVE de la cooperativa y del territorio, al exigir parámetros de calidad más rigurosos que los marcados por la normativa internacional y reforzar una producción

vinculada al origen, a la trazabilidad y al respeto medioambiental.

Apuesta por la calidad y la innovación

La firme apuesta de Oleoestepa por la calidad y la innovación se refleja en un modelo de trabajo basado en el control, la trazabilidad y la mejora continua. No se trata sólo de cumplir con algunos de los estándares y certificaciones más exigentes del sector, sino de integrar esos requisitos en una forma de producir aceite de oliva virgen extra donde cada fase cuenta: desde el cuidado del olivar y la recolección de la aceituna hasta la molturación, la selección, el almacenamiento y el envasado final.

En certificaciones de producto destacan la Producción Integrada en sus



19 almazaras asociadas, la Producción Ecológica y su pertenencia a la DOP Estepa, una de las más exigentes del sector oleícola. Este conjunto de garantías refuerza una manera de entender el AOVE basada en el respeto al origen, la sostenibilidad del cultivo, la autenticidad del producto y la preservación de sus cualidades sensoriales y nutricionales.

En el ámbito de la gestión medioambiental y la seguridad alimentaria, Oleoestepa cuenta con estándares como ISO 14001, IFS y BRCGS, que avalan su compromiso con una produc-

ción responsable, segura y orientada a la confianza del consumidor. A ello se suman certificaciones internacionales como Kosher, Halal y Non-GMO Project, que permiten responder a las exigencias de mercados cada vez más diversos y especializados.

Todo este sistema de certificaciones, controles y procedimientos no es un fin en sí mismo, sino una herramienta para proteger lo verdaderamente importante: la calidad del fruto, la seguridad del aceite y la confianza de quienes eligen una botella de Oleoestepa. Porque de-

trás de cada virgen extra hay una forma de trabajar rigurosa, sostenible y profundamente vinculada al territorio.

La acreditación ENAC del laboratorio de la cooperativa refuerza la fiabilidad de los controles analíticos y sensoriales, así como la capacidad para verificar la calidad, autenticidad y pureza de los aceites. Este soporte técnico es una herramienta al servicio del modelo cooperativo: permite seleccionar, clasificar y garantizar AOVEs seguros, auténticos y coherentes con el origen que representan.



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 molienda

*O seu parceiro na
extração de azeite*





Un ambicioso plan de inversiones para impulsar dos proyectos estratégicos

A comienzos de 2026, en el año de su 40º aniversario, Oleoestepa aprobó un plan de inversiones de 4 millones de euros. La inversión se destinará a reforzar dos ámbitos estratégicos para la cooperativa: el control integral del AOVE producido por sus 19 almazaras asociadas y la mejora de la capacidad industrial de envasado. El nuevo laboratorio y la nueva línea de producción permitirán avanzar en calidad, seguridad alimentaria, flexibilidad de formatos y respuesta a las necesidades de clientes y mercados. Dos proyectos estratégicos que refuerzan su apuesta por la calidad y la mejora continua, y con los que la entidad avanza en su hoja de ruta para seguir creciendo desde la base de la excelencia y la modernización de sus instalaciones.

El nuevo laboratorio de análisis físico-químico, cuya previsión es que se encuentre operativo para el inicio de la campaña 2026/27, contará con un mayor espacio y las últimas novedades en el cumplimiento de las diferentes acreditaciones para dar cabida a nuevos equipos instrumentales y diferentes salas para los análisis sensoriales, así como dotación de oleotecas a distintas temperaturas de conservación. Por su parte, la nueva línea de producción permitirá ampliar la gama de formatos especiales o con terminaciones complementarias, y se prevé que entre en funcionamiento durante el segundo semestre de 2026.

“Este plan de inversiones en nuestra planta envasadora refuerza nuestra apuesta por la innovación y por la mejora continua, con el foco puesto en la calidad, la excelencia y en la capacidad de responder con solvencia a las necesidades del mercado”, señaló Álvaro Olavarría, director gerente de Oleoestepa.



Equipo humano del laboratorio de Oleoestepa, que en 2026 ha ampliado su acreditación ENAC.



La fortaleza de Oleoestepa reside en una combinación difícilmente replicable: origen cooperativo, control integral de la cadena, especialización, seguridad alimentaria y compromiso con el territorio

La sostenibilidad forma parte de la identidad de la cooperativa. En 2018, Oleoestepa fue la primera cooperativa oleícola en obtener la certificación IQ-Net SR10 de gestión de responsabilidad social; y en 2020 lanzó el primer AOVE en botella fabricada íntegramente con plástico 100% reciclado. Son hitos que reflejan una forma de crecer vinculada al territorio, a la responsabilidad social y a la reducción del impacto ambiental.

Una propuesta de valor inimitable

La fortaleza de Oleoestepa reside en una combinación difícilmente replica-

ble: origen cooperativo, control integral de la cadena, especialización en aceite de oliva virgen extra, seguridad alimentaria y compromiso con el territorio. Detrás de cada botella hay agricultores, almazaras, equipos técnicos y profesionales que comparten un mismo proyecto: defender el valor del AOVE desde el campo hasta el consumidor.

El segundo factor es la especialización. La cooperativa Oleoestepa es especialista en aceite de oliva virgen extra de alta calidad. Su conocimien-

to técnico y sensorial, unido al trabajo coordinado con agricultores y almazaras, permite seleccionar aceites con identidad, alto nivel organoléptico y garantías contrastadas de origen, autenticidad y seguridad.

La cultura de calidad de la cooperativa se apoya en la trazabilidad, el control preventivo, la selección rigurosa de aceites, el panel de cata, el laboratorio propio y las certificaciones de seguridad alimentaria. Todo ello convierte a Oleoestepa en una garantía de transparencia, autenticidad y excelencia para un consumidor cada vez más exigente. 🍷



ENOMAQ[®] 2027

**25 Salón Internacional de maquinaria y técnicas para el cultivo,
la elaboración y el envasado para la industria de bebidas y alimentos líquidos**

25th International Exhibition of machinery and techniques for cultivation,
processing and packaging for the beverage and liquid food industry

26–28 enero/January

La esencia
que nos une



Zaragoza
(España/Spain)

www.enomaq.es



Proyecto ELANIO de LUQUE ECOLÓGICO: cómo preservar la biodiversidad y realizar una adecuada gestión del suelo



©José Luis Ojeda Navío

Nacido en 2021 con el doble objetivo de proteger la diversidad de los ecosistemas y adaptar sus olivares a los retos que plantea el cambio climático, el proyecto ELANIO de LUQUE ECOLÓGICO desarrolla diferentes iniciativas en la comarca de Castro del Río (Córdoba) enfocadas a fomentar la biodiversidad y mejorar la productividad, consolidándose como un referente de sostenibilidad en el sector del olivar.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

Y a lo dice el *claim* de LUQUE ECOLÓGICO, S.L.: “Medio ambiente y cultura del aceite de oliva, nuestra razón de ser”. En esta ejemplar empresa cordobesa la agricultura ecológica alcanza una nueva dimensión, en busca siempre del equilibrio con el ecosistema. Pero, además de la agricultura ecológica que practica con éxito desde hace más de 25 años, la familia Luque ha puesto en marcha diferentes iniciativas en la finca Alberquillas (Castro del Río, Córdoba) para proteger la biodiversidad, establecer directrices técnicas para hacer frente a las amenazas a los suelos que obstaculizan la gestión sostenible del suelo y adaptar sus olivares a los desafíos del cambio climático.

La idea que sostiene el proyecto ELANIO es que una buena gestión de la biodiversidad produce impactos positivos en el olivar

Tras el análisis del olivar, se definieron las mejores prácticas ambientales que permitirán fomentar la diversidad de especies en el cultivo del olivar, gestionar de manera sostenible los suelos y optimizar la productividad. Todo ello dentro del proyecto ELANIO que se viene desarrollando desde hace años en la comarca de Castro del Río, consolidándose como un referente en materia de sostenibilidad y conservación de la biodiversidad.

Durante el último año, la empresa ha puesto en marcha en la finca Alberquillas una serie de acciones enfocadas a fomentar la biodiversidad en dicha comarca. Así, además de las colonias de aves ya existentes en la finca -entre las que se encuentran el elanio común y el cernícalo primilla-, en este tiempo se han instalado cajas nido para aves y murciélagos en el olivar y se ha construido una charca de grandes dimensiones y bebederos para la fauna; al tiempo que se ha instalado un hotel de insectos inédito en la comarca -uno de los pocos existentes en España- y se han censado 88 especies de flora y 41 de fauna (con 28 especies de aves y 3 de reptiles) gracias a la colaboración de expertos de la Sociedad Cordobesa de Historia Natural (SOCOHINA).



Tras un análisis exhaustivo de los olivares, se han definido las mejores prácticas ambientales que permitirán a LUQUE ECOLÓGICO potenciar la biodiversidad en el cultivo del olivar y mejorar la productividad oleícola

También se ha fomentado la instalación de una colonia de abejarucos, refugios para murciélagos, majanos para conejos y oasis para reptiles y mariposas; se ha facilitado la colaboración con apicultores para la colocación de 50 colmenas de abejas; y se van a plantar plantas aromáticas, además de especies arbustivas y flora autóctona, para favorecer a aves y polinizadores. Finalmente, y de manera periódica, se organizarán diferentes jornadas de formación ambiental.

Olivares equilibrados y ecológicos para un futuro sostenible

Como resultado de las iniciativas implementadas, y tras un análisis exhaustivo

de los olivares, los ambientólogos que han participado en el proyecto han definido las mejores prácticas ambientales que permitirán a LUQUE ECOLÓGICO potenciar la biodiversidad en el cultivo del olivar y mejorar la productividad oleícola. Del mismo modo, los datos obtenidos a partir de los censos y trabajos de campo realizados están ofreciendo una información muy valiosa para optimizar la gestión del olivar y de sus microhábitats asociados, permitiendo a la marca escalar las acciones a otras almazaras.

Como señala Rafael Gálvez, *Chief Sustainability Officer* en LUQUE ECOLÓGICO, “una buena gestión de la biodiversidad produce, indiscutiblemente, impactos positivos en el olivar. Es la idea que sostiene el proyecto ELANIO, con el que apostamos y orientamos los esfuerzos hacia la creación de olivares equilibrados y ecológicos, contribuyendo a un futuro sostenible. Los resultados de la finca son un claro reflejo de que una forma de producir diferente es posible, y el tiempo nos está dando la razón”.

Asimismo, las cubiertas vegetales en las calles del olivar juegan un papel vital en el proyecto. Su evolución es uno de los efectos más apreciables, pues se ha pasado de tener especies de la familia *Poaceae* (gramíneas anuales) como dominantes en toda la superficie de la finca a disponer de unas cubiertas



biodiversas entre las que se pueden encontrar muchas especies de las familias *Fabaceae* (leguminosas), *Brassicaceae* (crucíferas) y gramíneas perennes, todas ellas especies autóctonas.

En el caso de las leguminosas anuales y perennes, se aprecia que cada año están más presentes en la finca. Este factor es fundamental al tener la capacidad de fijar nitrógeno atmosférico al suelo a través de una bacteria del género *Rhizobium* (mineralización). Estas bacterias son microorganismos que realizan una simbiosis con las raíces de las leguminosas convirtiendo el nitrógeno atmosférico en amonio, una forma asimilable para las plantas que se traduce en un enriquecimiento del suelo que mejora gratuitamente el cultivo.

En definitiva, la presencia de cubiertas vegetales supone enriquecer el suelo con materia orgánica, aumentar la biodiversidad y favorecer la presencia



La presencia de cubiertas vegetales supone, entre otras ventajas, enriquecer el suelo con materia orgánica, aumentar la biodiversidad y favorecer la presencia de organismos beneficiosos.



Tener un suelo vivo implica muchas ventajas tanto a nivel agronómico como medioambiental, además de mayor fertilidad

de organismos beneficiosos, así como mejorar la infiltración del agua y reducir la erosión; además de fijar nitrógeno gracias a la simbiosis entre leguminosas y bacterias del género *Rhizobium*, aportando fertilidad natural sin químicos, y evitar la proliferación de malas hierbas difíciles de controlar.

La importancia de tener un suelo vivo

Y es que tener un suelo vivo implica muchas ventajas tanto a nivel agronómico como medioambiental. “Nuestra obsesión es tener un suelo vivo -reconoce Rafael Gálvez-, para lo que trabajamos día a día en mejorar la salud del mismo y, en consecuencia, el equilibrio de nuestro ecosistema”.

Pero la vida del suelo no empieza en la superficie, sino debajo de ella. “El suelo y su microbiota son los grandes olvidados de la agricultura convencional, pero para nosotros juegan un papel fundamental -añade Gálvez-. El suelo alberga millones de seres diminutos que nos

El monovarietal de arbosana **LUQUE ECOLÓGICO PROYECTO ELANIO** fue reconocido en la pasada edición de BIOFACH Olive Oil Award 2026 como uno de los cinco mejores AOVEs del concurso, entre más de 60 muestras de todo el mundo.



ayudan a producir mejor, ya que todos estos microorganismos juegan un papel importantísimo facilitando a nuestra vegetación una mejor nutrición. Esto es debido a su capacidad, entre otras cualidades, para desbloquear nutrientes y ponerlos a disposición de las plantas”.

Uno de los grandes problemas de los suelos agrícolas es que, a través de la degradación a que han sido sometidos durante muchas décadas, existen muy bajos niveles de materia orgánica y microorganismos. Un suelo con niveles óptimos de materia orgánica posee una estructura más elástica; en este caso, las cubiertas desempeñan un papel fundamental, ya que con sus raíces forman un entramado bajo el suelo, lo que permite reducir bastante la compactación y aumentar la porosidad del mismo, logrando una mayor infiltración de agua y aire, y evitando así en gran medida la erosión.

Asimismo, tener un suelo vivo implica mayor fertilidad, ya que se amplía la diversidad de los microorganismos que lo habitan (hongos, bacterias, etc.), lo que contribuye a mejorar el ciclo de nutrientes, descomponer la materia orgánica y luchar contra las plagas y enfermedades de las plantas.

A través de los hongos micorrízicos se crean simbiosis que establecen una

relación de mutuo beneficio, en la que éstos proporcionan a las plantas agua y nutrientes a cambio de azúcares derivados de la fotosíntesis, con el consiguiente ahorro económico y la mejora del cultivo.

Por otra parte, las raíces profundas de algunas plantas pueden acceder a suelos más profundos donde hay humedad, lo que les permite sobrevivir y prosperar incluso en periodos de sequía. Esto contribuye a mantener la cobertura vegetal y proteger el suelo durante el verano. Por tanto, un suelo vivo genera beneficios para todos los seres presentes en la finca y, por extensión, para el ser humano.

Agricultura ecológica y sostenibilidad de la industria alimentaria

La agricultura ecológica, además de ser más respetuosa con el medio ambiente, contribuye a la biodiversidad del suelo y la conservación de los recursos naturales. En el contexto de la industria alimentaria, la transición hacia un modelo más sostenible está siendo impulsada por varias tendencias interconectadas, como una legislación cada vez más estricta para limitar las emisiones de carbono y promover prácticas agrícolas más verdes.

A medida que la demanda de productos ecológicos sigue creciendo, la cadena de suministro alimentaria debe adaptarse para poder satisfacer las necesidades de los consumidores y las empresas. La transición hacia una producción ecológica de gran escala implica una serie de desafíos, pero también una gran oportunidad para innovar y optimizar los procesos en toda la cadena.

Desde sus inicios en la agricultura ecológica a finales de los 80's, la familia Luque -que lleva más de 25 años como productores de AOVE orgánico- mantiene un firme compromiso con la sostenibilidad. Una filosofía que se materializa en el proyecto ELANIO, con el que la marca de Castro del Río persigue generar un impacto positivo en las comunidades y en el planeta a través de un enfoque integral. 💧

www.luque.bio



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



Assoprolì Bari: organización, servicios y visión industrial para la olivicultura italiana



Fundada en 1978, Assoprolì Bari es una de las mayores organizaciones de productores del sector olivarero en Europa. La asociación agrupa a más de 13.000 productores y 16 cooperativas, ofreciendo un apoyo integral desde el cultivo hasta la comercialización del aceite de oliva virgen extra de sus socios.

[Texto: Alfredo Briega Martín]

En el sector olivarero italiano existen entidades que han decidido ir un paso más allá de la mera representación. Assoprolì Bari es una de ellas. Fundada en 1978, la asociación ha crecido hasta convertirse en una de las principales organizaciones de productores del sur de Italia, agrupando a miles de olivicultores y 16 cooperativas. La organización, que opera principalmente en las provincias de Bari y Barletta-Andria-Trani, aboga por una olivicultura sostenible y de alta calidad, inteligente y económicamente viable.

Su fuerza reside en haber creado una estructura capaz de aunar el arraigo territorial y la visión industrial, coordinando una cadena de valor que parte de los

olivares y llega al mercado con herramientas concretas.

Como organización perfectamente estructurada, Assoprolì trabaja para aumentar la competitividad de las empresas a través de asistencia técnica cualificada, control de calidad, innovación y una gestión organizada de la oferta. En un sector expuesto a fuertes fluctuaciones de producción y presiones sobre los precios, las organizaciones como Assoprolì, dotadas de una estructura de almacenamiento del producto capaz de garantizar la comercialización en los periodos más favorables del mercado, representan un factor decisivo.

El asesoramiento agronómico es uno de los pilares de su actividad. Los técnicos acompañan a los olivicultores

en las decisiones de cultivo, en la gestión fitosanitaria y en la introducción de prácticas agrícolas sostenibles -como la gestión eficiente del agua y la eliminación de herbicidas-, con un enfoque basado en el seguimiento, los datos y la actualización continua. A ello se suma un laboratorio acreditado de análisis físico-químicos y organolépticos que permite verificar los parámetros de calidad, la clasificación de los productos y el cumplimiento normativo: un requisito esencial para operar con seguridad en los mercados estructurados y en la gran distribución.

El centro de pruebas para el control funcional y calibración de equipos de distribución de productos fitosanitarios para barras, atomizadores y pulveriza-



dores especiales con técnicos autorizados garantiza la eficiencia técnica y el cumplimiento de la normativa medioambiental, lo que contribuye a una gestión más precisa de los cultivos.

La formación para catadores y productores completa el catálogo de servicios especializados: cursos de cata para el análisis sensorial de aceite de oliva virgen extra y aceitunas de mesa -tanto avanzados como de iniciación-, actualizaciones técnicas y encuentros

profesionales -en materias como riego por goteo, sistemas de monitorización, optimización de la gestión del suelo, gestión de la explotación olivarera, técnicas agronómicas para acelerar la entrada en producción o medidas de

prevención de la propagación de la *Xylella fastidiosa*- refuerzan las competencias de los miembros de la asociación y consolidan una cultura de la calidad compartida.

En este sentido, Assoproli Bari siempre ha estado convencida de que la transferencia al mundo productivo de las innovaciones en técnicas de cultivo es fundamental para el crecimiento de todo el sector: solo apoyando un proceso de crecimiento cualificado es

◆ Tu respuesta de calidad a las solicitudes de filtrado.

Finalmente, la filtración.

FÁCIL | RÁPIDA | SEGURA

"La simplicidad es la última sofisticación"

— Leonardo da Vinci



Proyecto #OliveOilMedNet

Assopoli Bari participa en el proyecto de cooperación internacional #OliveOilMedNet (<https://oliveoilmednet.interreg-euro-med.eu/>), dedicado a promover la sostenibilidad y la autenticidad del sector oleícola y olivarero. Los conceptos innovadores y respetuosos con el medio ambiente se proponen y someten a prueba mediante actividades piloto, con el objetivo de crear soluciones sostenibles que aprovechen los avances tecnológicos, aplicando el modelo a todos los territorios del Mediterráneo.

OliveOilMedNet encuentra su razón de ser en la sostenibilidad y la autenticidad del aceite de oliva virgen extra, promoviendo una cooperación internacional que implique de manera decisiva a las instituciones, los organismos de control y el mundo académico, siguiendo una lógica de prácticas virtuosas.

Entre las acciones desarrolladas por Assopoli y sus socios internacionales en el marco del proyecto figura identificar y certificar las diferentes variedades en función de su perfil organoléptico, calidad, características específicas y origen, en aras de alcanzar un modelo único y compartido que ponga de relieve la diversidad de los vírgenes extra del Mediterráneo.

Asimismo, se trata de implementar nuevas técnicas sostenibles que tengan en cuenta el impacto medioambiental y favorezcan el desarrollo tecnológico de las estructuras implicadas en la cadena de producción oleícola y olivarera, promoviendo el uso de herramientas de evaluación medioambiental y socioeconómica con el fin de lograr una mejora integrada.

Por último, el proyecto busca desarrollar y promover modalidades innovadoras de cooperación internacional que logren involucrar a instituciones y socios con objeto de crear una olivicultura sostenible capaz de responder positivamente a las potenciales emergencias climáticas, reduciendo el impacto medioambiental.



OliveOilMedNet

Interreg
Euro-MED



Co-funded by
the European Union

posible que los olivicultores recuperen su papel protagonista. La entidad también desarrolla aplicaciones como *Agroapp* para ayudar a los productores y garantizar la trazabilidad total de la cadena de suministro.

Oliveti d'Italia: la plataforma industrial de la familia Assopoli

Dentro de este sistema se inscribe Oliveti d'Italia SCPA, el consorcio con sede en Andria que representa el brazo operativo e industrial de la cadena de valor. Coordina más de 83.000 hectáreas cultivadas en las principales zonas productoras del país y desempeña una función clara: transformar la producción primaria en una oferta organizada, trazable y lista para el mercado.

Assopoli, junto con Oliveti d'Italia, propone un modelo integrado que aúna producción, control de calidad, almacenamiento, transformación y comercialización. En un sector caracterizado por la volatilidad y una creciente demanda de transparencia, con un mercado en

[Assopoli trabaja para aumentar la competitividad de las empresas a través de asistencia técnica cualificada, control de calidad, innovación y una gestión organizada de la oferta]

constante evolución, el hecho de contar con una cadena de suministro organizada supone una ventaja competitiva real. Porque, más que el tamaño, lo que marca la diferencia es la estructura.

En los últimos años, el Consejo de Administración de Oliveti d'Italia ha iniciado un proceso de renovación de la gobernanza para afrontar con mayor eficacia los nuevos retos del sector: volatilidad

de la producción, competencia internacional, evolución normativa y estándares de calidad cada vez más exigentes. El relevo generacional y la incorporación de competencias directivas y técnicas forman parte de esta estrategia.

En este contexto se enmarca el nombramiento del nuevo CEO, el ingeniero agrónomo Andrea Pezzolla, encargado de reforzar la integración entre producción, control de calidad y estrategia comercial. Junto a la dirección opera un equipo estructurado de agrónomos que supervisa la cadena de valor en todas sus etapas: asistencia a los olivicultores, monitorización, apoyo en la elección de variedades, aplicación de protocolos innovadores y actualización constante con los últimos avances científicos.

El objetivo es mejorar la eficiencia de las instalaciones, garantizar la sostenibilidad y asegurar la estabilidad de la calidad. Se trata de un refuerzo organizativo orientado a consolidar el papel industrial del consorcio y a lograr una coherencia entre el campo y el mercado.



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE

Ilitia, Brunella y Florentia amplian el abanico varietal del olivar en seto





La Favolosa, una innovación varietal en la familia Assoproli

Dentro de la familia Assoproli se desarrolla también el proyecto relacionado con la variedad favolosa FS-17, conocida como “La Favolosa”. Se trata de una apuesta estratégica para responder a los retos del olivar contemporáneo, sobre todo en aquellas zonas afectadas por la *Xylella fastidiosa* y en los territorios que requieren modelos de producción más sostenibles y rentables.

La variedad favolosa se distingue por su elevada productividad y buen rendimiento, entrada temprana en producción y resistencia demostrada a patógenos relevantes, así como por su adaptabilidad a plantaciones intensivas y superintensivas. El proyecto no se limita a la difusión de esta variedad, sino que incluye asistencia técnica, planificación de las plantaciones, seguimiento agronómico y valorización comercial del producto final.

El objetivo no es otro que ofrecer a los olivicultores una herramienta concreta para renovar sus plantaciones y reposicionarse en el mercado con una mayor estabilidad productiva.



Almacenamiento: una ventaja estratégica

La cuestión del almacenamiento se antoja primordial. No se trata de un simple depósito, sino de la gestión técnica del producto. Oliveti d'Italia cuenta con una capacidad que ronda los 80.000 quintales de aceite (unos 8.733.624 litros), almacenados en depósitos de acero inoxidable a temperatura controlada y equipados con sistemas de monitorización constante.

Esto permite mantener inalteradas las características físico-químicas y organolépticas, prevenir fenómenos oxidativos, separar los lotes para garantizar una trazabilidad completa y programar los envíos en función de las



Andrea Pezzolla, CEO de Oliveti d'Italia.
© Azienda Agricola Maselli

demandas del mercado. El almacenamiento en un entorno controlado permite estabilizar el aceite tras la molturación y planificar las salidas al mercado, evitando dinámicas especulativas en los momentos de alta producción, y supone

un paso fundamental para garantizar el valor y calidad del producto.

Además del almacenamiento, la estructura ofrece servicios de envasado por encargo, desarrollo de líneas de marca propia, apoyo técnico y documental para certificaciones y pliegos de condiciones o análisis cualitativos internos para el control continuo de los lotes. El resultado es una cadena de suministro capaz de dialogar e interactuar con compradores nacionales e internacionales, con estándares industriales claros y una gobernanza adecuada a un mercado cada vez más selectivo. 🍯

www.assoproli.it

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



Revalorización de aceitunas verdes de mesa al estilo natural

La fermentación de alimentos ha acompañado a la humanidad desde sus orígenes, no sólo como método de conservación, sino también como herramienta para transformar sabores, mejorar la digestibilidad y generar nuevos perfiles nutricionales. Entre los productos vegetales fermentados más representativos de la cultura mediterránea destacan las aceitunas de mesa, cuyo proceso de elaboración constituye un ejemplo paradigmático de interacción entre materia prima, microbiota y tecnología alimentaria. En este contexto, el estudio científico de las aceitunas verdes elaboradas al estilo natural está aportando nuevos conocimientos que permiten comprender mejor su calidad sensorial, su estabilidad microbiológica y su potencial como alimento funcional.



Por Alfredo Montaña

Investigador científico del Dpto. de Biotecnología de Alimentos del Instituto de la Grasa-Consejo Superior de Investigaciones Científicas (IG-CSIC) / amontano@ig.csic.es

La aceituna de mesa es uno de los alimentos vegetales más emblemáticos de la Dieta Mediterránea y un habitual en las mesas de los países occidentales. Se consume como aperitivo -acompañando bebidas alcohólicas y no alcohólicas- y como ingrediente con valor tanto culinario como nutricional en ensaladas, pastas o pizzas. España ocupa una posición de liderazgo indiscutible en este sector: produce, de media, el 62% de las aceitunas de mesa de la Unión Europea y el 17% de la producción mundial. A escala nacional, Andalucía concentra el 80% del total, seguida de Extremadura con un 13%, y la provincia de Sevilla aporta por sí sola alrededor del 58% de la producción española (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, <https://www.mapa.gob.es/es/agricultura/temas/producciones-agricolas/aceite-oliva-y-aceituna-mesa/aceituna>).

En el panorama internacional se distinguen tres grandes estilos de elaboración: las aceitunas verdes al estilo español o sevillano, las aceitunas verdes o negras al estilo natural y las aceitunas negras oxidadas al estilo californiano. De estas, las dos primeras incluyen una etapa de fermentación, proceso que no sólo transforma el fruto, sino que puede aportar beneficios nutricionales y sensoriales.



Figura 1. Fermentadores para la elaboración de aceitunas de mesa en planta piloto del Instituto de la Grasa.

A diferencia del estilo español -que incorpora un tratamiento alcalino previo-, las aceitunas verdes al estilo natural se elaboran sin tratamientos químicos: los frutos se sumergen directamente en salmuera y se dejan fermentar de manera espontánea (Figura 1). Cuando se emplean aceitunas certificadas, el producto puede comercializarse como ecológico u orgánico, una característica cada vez más valorada por el consumidor. Resulta llamativo, por ello, que su producción

en España sea aún limitada, pese a su buena aceptación y a su mayor contenido en compuestos bioactivos saludables tales como polifenoles y fibra, en comparación con otras elaboraciones (Montaña y Sánchez, 2021).

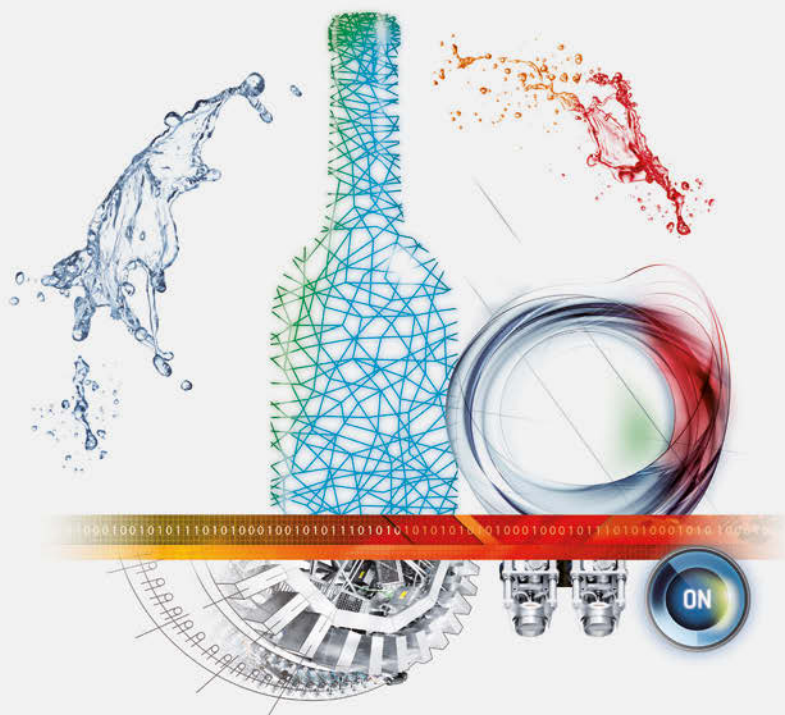
Aroma y microbiota: el papel del "volatiloma"

El perfil de compuestos volátiles -o volatiloma- de un alimento constituye una auténtica "huella aromática" que permite

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



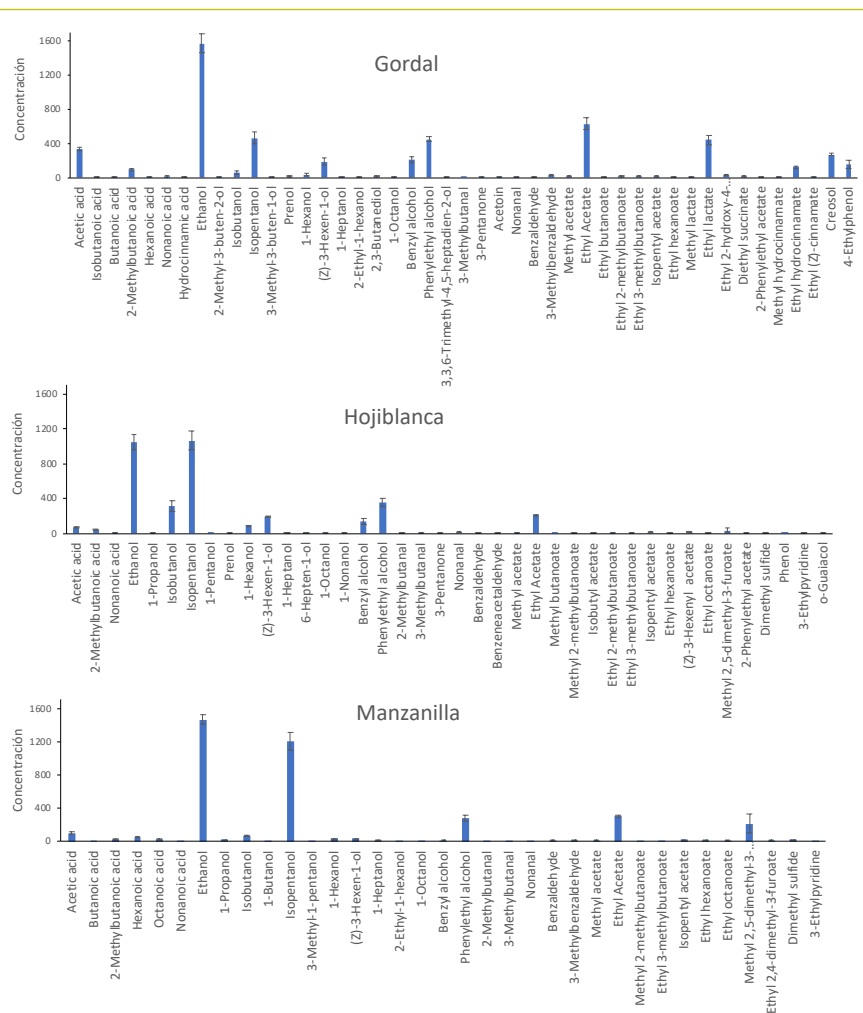


Figura 3. Perfil de compuestos volátiles identificados en aceitunas verdes al estilo natural de las variedades qordal, hojiblanca y manzanilla después de seis meses de fermentación.



Figura 2. Equipo de cromatografía de gases con detector de espectrometría de masas utilizado para el análisis de compuestos volátiles de aceitunas de mesa.

go, la información disponible sobre las aceitunas verdes al estilo natural, especialmente de variedades clave en España como manzanilla, hojiblanca y gordal, era escasa.

Para cubrir este vacío, desde 2021 hemos desarrollado dos proyectos de investigación centrados en estas variedades y en su elaboración al estilo natural: P20-00071 de la Junta de Andalucía y PID2020-116314RB-I00 del Plan Nacional. El equipo de investigación ha estado formado por Alfredo Montaña (investigador principal 1), José L. Ruiz (investigador principal 2), Amparo Cortés, Antonio López y Antonio H. Sánchez, todos pertenecientes al Instituto de la Grasa-CSIC. Los resultados han permitido comprender mejor los procesos microbiológicos y químicos que determinan la calidad final del producto.

Una fermentación dominada por levaduras

En el estilo natural, la fermentación es espontánea y está protagonizada principalmente por levaduras de distintos géneros. No obstante, dependiendo de la variedad y de la concentración de sal en la salmuera, también pueden intervenir bacterias ácido-lácticas (BAL), fundamentales en muchos alimentos fermentados.

Nuestros estudios muestran que, cuando la salmuera inicial contiene un 10% de NaCl, las BAL no se desarrollan en las variedades manzanilla y hojiblanca, debido a su mayor contenido en compuestos fenólicos -con efecto antimicrobiano- frente a la variedad gordal. Esta ausencia tiene consecuencias relevantes, afectando no sólo a las características organolépticas del producto fermentado, sino también a sus características químicas (Ruiz-Barba *et al.*, 2023; Figura 3). Por ejemplo, el manitol, uno de los azúcares mayoritarios del fruto, no es metabolizado por las levaduras y permanece en cantidades apreciables hasta el final de la fermentación. Esto puede comprometer la estabilidad del producto envasado, por lo que se recomienda conservarlo refrigerado (4-6 °C) o aplicar un tratamiento de pasteurización. Asimismo, en manzanilla y hojiblanca resulta aconsejable añadir ácido

evaluar su calidad y detectar desviaciones causadas por alteraciones microbianas o procesos tecnológicos (*Figura 2*). En estudios previos, nuestro grupo avan-

zó notablemente en el conocimiento del volatilo de las aceitunas verdes estilo español y su relación con la microbiota implicada en la fermentación. Sin embar-

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



láctico o cítrico a la salmuera inicial para compensar la menor acidificación derivada de la ausencia de BAL.

El amargor: clave para la aceptación

El sabor amargo, asociado principalmente a la oleuropeína y sus derivados, es un atributo decisivo en la aceptación del producto. Su reducción es lenta y depende de la actividad enzimática del propio fruto y de los microorganismos presentes, así como de la difusión de compuestos fenólicos hacia la salmuera. En general, se requieren entre seis y ocho meses para alcanzar un nivel de amargor apto para la comercialización, aunque el tiempo varía según la variedad y las condiciones de fermentación.

La variedad gordal, con menor contenido en polifenoles y con participación tanto de levaduras como de BAL, alcanza antes un perfil sensorial equilibrado. A partir de la correlación entre el contenido de polifenoles totales en la pulpa (PT) y la intensidad de amargor evaluada por un panel de cata, hemos desarrollado un modelo matemático que permite predecir instrumentalmente el amargor ($\text{Intensidad de amargor} = 0,001 \times \text{PT} - 0,871$).

Este modelo, aplicable a las variedades gordal, hojiblanca y manzanilla, facilita el seguimiento objetivo del proceso de “endulzado” y ayuda a determinar el momento óptimo de envasado sin depender exclusivamente de paneles entrenados.

Diseño de cultivos iniciadores: ¿hacia una mejor calidad aromática?

Uno de los grandes retos en alimentos fermentados es el desarrollo de cultivos iniciadores -microorganismos seleccionados que se añaden de forma controlada- con propiedades tecnológicas y sensoriales óptimas. Aunque en variedades italianas se había sugerido el potencial de ciertas levaduras para mejorar el aroma de las aceitunas al estilo natural, la evidencia es limitada.

En nuestros estudios aislamos e identificamos numerosas cepas silvestres de levaduras procedentes de fermentaciones naturales de gordal, manzanilla

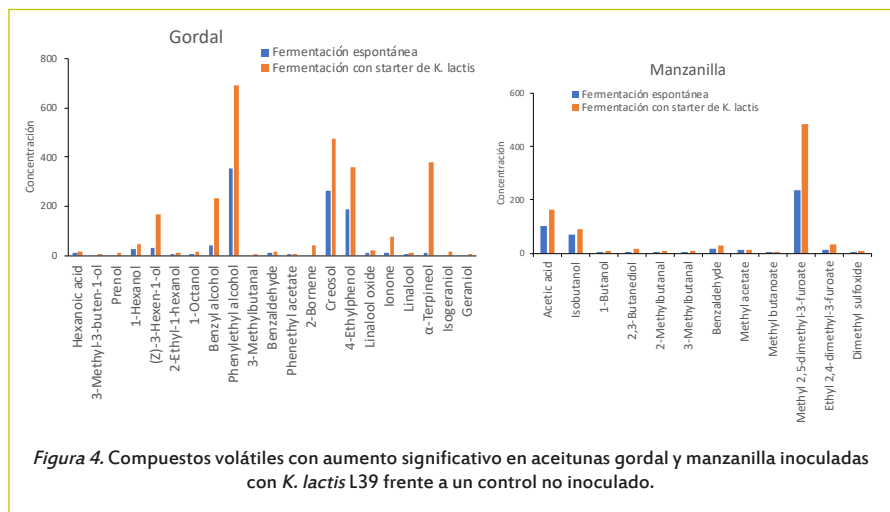


Figura 4. Compuestos volátiles con aumento significativo en aceitunas gordal y manzanilla inoculadas con *K. lactis* L39 frente a un control no inoculado.

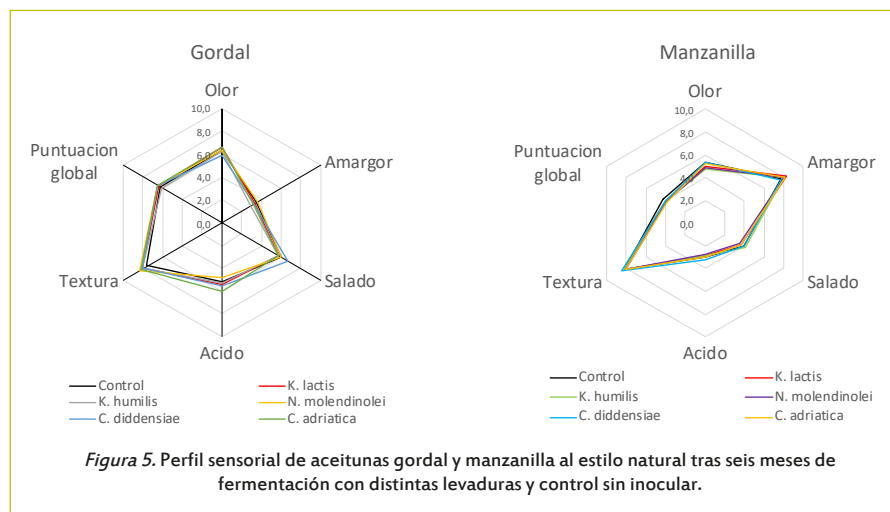


Figura 5. Perfil sensorial de aceitunas gordal y manzanilla al estilo natural tras seis meses de fermentación con distintas levaduras y control sin inocular.

y hojiblanca procedentes del Instituto de la Grasa y de la industria. Tras caracterizar su perfil de compuestos volátiles en un medio de cultivo derivado de aceitunas, seleccionamos aquellas que producían mayores concentraciones de ésteres y alcoholes asociados a aromas agradables, a saber: *Pichia kluyveri* L13, *Kluyveromyces lactis* L39, *Wickerhamomyces anomalus* L25, *Kazachstania humilis* AG5, *Nakazawaea molendinolei* IG9, *Candida diddensiae* IG12 y *Candida adriatica* L30. Dichas cepas mostraron además alta actividad de esterasa, ausencia de producción de aminas biógenas y, en algunos casos, actividad β -glucosidasa. La actividad esterasa junto con la actividad β -glucosidasa podría mejorar el perfil organoléptico de los frutos mediante la producción de aromas,

provocando también una pérdida del amargor de manera biológica.

En fermentaciones piloto realizadas durante dos campañas consecutivas utilizando las cepas seleccionadas como “starters”, encontramos que el uso de *K. lactis* L39 generó aceitunas con el perfil de volátiles más favorable en comparación con las otras cepas de levaduras y con controles no inoculados (Ruiz-Barba et al., 2024; Figura 4). Sin embargo, no se observaron reducciones significativas del amargor ni del contenido de oleuropeína, incluso usando las cepas de levaduras con actividad β -glucosidasa, lo que se confirmó mediante análisis por cromatografía líquida de alta resolución (HPLC). Asimismo, no se observaron diferencias claras en la aceptabilidad global ni en otros descriptores sensoriales



-amargo, ácido, salado, textura y olor evaluados mediante análisis descriptivo cuantitativo entre las distintas muestras de una misma variedad, tanto inoculadas con cepas seleccionadas de levaduras como no inoculadas (Figura 5).

Es posible que los incrementos en compuestos aromáticos estuvieran por debajo de sus umbrales de percepción o que la metodología sensorial empleada no fuese suficientemente discriminadora para detectar diferencias sutiles. Por otro lado, cabe destacar que las aceitunas de la variedad gordal fueron

las mejor valoradas, al presentar puntuaciones más bajas de amargor y más elevadas en aroma y acidez en comparación con la variedad manzanilla.

Revalorizar el estilo natural

Los resultados obtenidos aportan bases científicas para optimizar la elaboración de aceitunas verdes al estilo natural y contribuir a su revalorización, especialmente en el ámbito del sector ecológico. Este impulso puede beneficiar tanto a la industria aceitunera española como a los consumidores que buscan produc-

tos más naturales y con mayor contenido en compuestos bioactivos.

El desafío futuro será identificar o desarrollar cepas de levadura capaces de degradar eficazmente la oleuropeína, reduciendo así el amargor y acortando los tiempos de fermentación, particularmente en la variedad manzanilla, donde la fermentación depende casi exclusivamente de levaduras. Avanzar en esta línea permitiría combinar tradición, calidad sensorial e innovación biotecnológica en uno de los productos más representativos de nuestra gastronomía. 🟡

Agradecimientos

Proyecto P20_00071 financiado por la Junta de Andalucía (periodo de ejecución: octubre 2021-diciembre 2022) y proyecto PID2020-116314RB-I00/AEI/10.13039/501100011033 financiado por la Agencia Estatal de Investigación (periodo de ejecución: septiembre 2021-mayo 2025).

Referencias

Montaño, A.; Sánchez, A.H. Chemical composition of fermented green olives. In *Olives and Olive Oil in Health and Disease Prevention* (2nd ed); V.R. Preedy, V.R., Watson, R.R., Eds.; Elsevier: Amsterdam, Netherlands, 2021; Chapter 9, pp. 99-109.

Ruiz-Barba, J.L.; Sánchez, A.H.; López-López, A.; Cortés-Delgado, A.; Montaño, A. Microbial and chemical characterization of natural-style green table olives from the Gordal, Hojiblanca and Manzanilla cultivars. *Foods* 2023, 12, 2386.

Ruiz-Barba, J.L.; Cortés-Delgado, A.; Sánchez, A.H.; López-López, A.; Montaño, A. Naturally fermented Gordal and Manzanilla green table olives: Effect of single yeast starters on fermentation and final characteristics of the products. *Fermentation* 2024, 10, 439.

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 OLÉICOLA

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.



Amenduni, impulsando la evolución de la industria oleícola mundial



En un sector donde tradición e innovación deben avanzar de la mano, Amenduni se ha convertido en uno de los grandes referentes internacionales en tecnología para la extracción de aceite de oliva y aguacate. Con más de 120 años de experiencia industrial, la compañía italiana representa hoy una combinación única de conocimiento técnico, capacidad de innovación y visión global, manteniendo intacta la esencia familiar con la que nació a comienzos del siglo XX.

Desde sus inicios, Amenduni ha apostado firmemente por la automatización, la eficiencia productiva y el desarrollo de maquinaria capaz de responder a las nuevas exigencias de calidad y rendimiento. Hoy, la firma italiana diseña y fabrica maquinaria de última generación destinada tanto a grandes almazaras industriales como a proyectos especializados en extracción de aceite de oliva y aguacate de alta calidad. Sus instalaciones destacan por la robustez de sus equipos, la optimización energética y la capacidad de adaptación a diferentes modelos productivos -sin duda una de las claves del crecimiento continuo de la compañía-, permitiendo a los clientes alcanzar altos niveles de rendimiento sin comprometer la calidad final del producto.

Para Amenduni, innovar no es una opción, sino una necesidad permanen-

[La asistencia técnica y el acompañamiento al cliente son parte esencial de la filosofía de la compañía]

te en un mercado global cada vez más competitivo. La apuesta permanente por la I+D continúa siendo uno de los grandes motores de la compañía, que trabaja constantemente en la mejora de sus sistemas de extracción, incorporando soluciones tecnológicas orientadas a aumentar la eficiencia, reducir costes operativos y mejorar la sostenibilidad de las plantas industriales. La innovación forma parte inherente de su ADN y la empresa italiana ha sabido posicionarse como uno de los fabricantes más avanzados y vanguardistas del sector.

A lo largo de los años, la compañía ha implantado su tecnología en algunos de los principales países productores del mundo, instalando líneas completas de extracción en Europa, América, África, Oceanía y Oriente Medio. El constante crecimiento internacional de la firma ha sido posible gracias a una combinación de experiencia industrial, solidez financiera y una política empresarial centrada en la cercanía con el cliente.

España, un mercado estratégico

En este contexto, España ocupa un lugar prioritario dentro de la estructura internacional de la empresa y constituye uno de los mercados estratégicos más importantes para el Grupo. La filial Amenduni Ibérica, S.A., situada en Jaén, garantiza una presencia permanente en el mayor mercado oleícola del mundo. Desde el corazón de Andalucía, la compañía



coordina la asistencia técnica y el seguimiento de cientos de instalaciones distribuidas por todo el territorio nacional.

El mercado español representa uno de los entornos más competitivos y exigentes para cualquier fabricante de maquinaria oleícola. Las grandes almazaras trabajan con volúmenes de producción extremadamente elevados y con instalaciones sometidas a ritmos intensivos durante la campaña. En este escenario, la fiabilidad y capacidad operativa de la maquinaria se antojan fundamentales. Precisamente por ello, Amenduni ha conseguido consolidar su liderazgo gracias a equipos diseñados para trabajar con máxima eficiencia y a un servicio técnico altamente especializado que garantiza asistencia inmediata durante toda la campaña.

La empresa también ha desarrollado una importante línea de modernización y actualización de plantas industriales. En un sector en constante evolución como el oleícola, muchas almazaras buscan mejorar capacidad productiva, incorporar nuevas tecnologías o adaptar sus instalaciones a modelos de extracción más eficientes y sostenibles. Amenduni acompaña a sus clientes en todo este proceso, desarrollando

proyectos personalizados orientados a maximizar la rentabilidad y optimizar cada fase de producción.

Asistencia técnica internacional

Otro de los grandes valores de la empresa es su sólida estructura de asistencia técnica internacional. El crecimiento global experimentado en los últimos años ha venido acompañado de un importante refuerzo de los servicios postventa, con equipos técnicos especializados capaces de intervenir en cualquier fase del proceso productivo. Mantenimiento preventivo, revisiones integrales, asistencia durante campañas, regulación de procesos y reparaciones completas forman parte de un servicio diseñado para garantizar la máxima continuidad operativa de cada instalación.

En los últimos años, el complejo contexto internacional ha obligado a muchas empresas industriales a afrontar importantes desafíos logísticos y organizativos.

A pesar de las tensiones geopolíticas, las dificultades derivadas de conflictos internacionales y la incertidumbre de los mercados, Amenduni ha mantenido intacta su capacidad de producción, suministro y montaje en cualquier punto del planeta. La compañía continúa garantizando la entrega e instalación de sus equipos allí donde sus clientes lo necesitan, demostrando una enorme fortaleza operativa y una gran capacidad de adaptación incluso en escenarios tan complicados como el actual.

Con más de un siglo de historia, Amenduni continúa mirando al futuro con la misma filosofía que inspiró sus orígenes: pasión por el sector oleícola, compromiso con la innovación y una clara vocación internacional. Una empresa que ha sabido evolucionar junto a la industria del aceite de oliva y que hoy sigue liderando, desde la experiencia y la tecnología, el futuro de la extracción a nivel mundial. 🍷

Amenduni Ibérica, S.A.
amenduni@amenduni.es
www.amenduni.com



Envases y Botellas Ayrtac presenta su nuevo catálogo 2026/27

Más opciones y más valor para el aceite de oliva. Es el objetivo que persigue el nuevo catálogo 2026/27 de Envases y Botellas Ayrtac para destacar en un mercado cada vez más competitivo y exigente que demanda no sólo un gran producto, sino saber presentarlo. Una propuesta renovada -disponible en su página web- que amplía las opciones para productores y marcas que buscan en el envase un verdadero aliado comercial.



Con sede central en Utebo (Zaragoza), Envases y Botellas Ayrtac es una empresa familiar especializada en la distribución de botellas de vidrio y tapones para el sector oleícola en España y Portugal. Con una amplia gama de formatos y diseños, ofrece soluciones a medida adaptadas a las necesidades de grandes y pequeños productores que buscan diferenciarse en un mercado cada vez más competitivo.

Detrás de cada referencia del nuevo catálogo existe un proceso de análisis y reflexión que va mucho más allá de la estética. Envases y Botellas Ayrtac trabaja cada modelo pensando en el productor que lo va a utilizar, en el canal al que va destinado y en el consumidor final que lo va a tener en sus manos. Forma, peso, compatibilidad con líneas de envasado, protección del producto, posibilidades de personalización... desde la almazara familiar que quiere transmitir territorio y artesanía hasta la empresa exportadora que necesita volumen, consistencia y una imagen a la altura de los mercados internacionales más exigentes. Cada decisión responde a diferentes necesi-



Modelos estándar *Monduver* y *Cazorla*, dos de las novedades del nuevo catálogo 2026/27 de Envases y Botellas Ayrtac.

dades y a un profundo conocimiento del sector acumulado a lo largo de más de 25 años de trayectoria.

El nuevo catálogo 2026/27 -pensado al detalle- amplía tanto la gama Premium como la estándar, consolidando una propuesta que cubre todas las necesidades del sector. En la gama Premium, los nuevos modelos combinan líneas con una presencia en el lineal que comunica antes de que el consumidor lea una sola palabra. Son botellas pensadas para aceites de autor, ediciones especiales



Envases y Botellas Ayrtac ofrece un servicio 100% personalizado mediante botellas de aceite pintadas y serigrafiadas directamente sobre el vidrio.

o cosechas tempranas que quieran diferenciarse con claridad, con posibilidad de personalización mediante serigrafía o pintura directa sobre el vidrio.

En la gama estándar, las nuevas incorporaciones responden a las necesidades de productores con volúmenes elevados o en fase de crecimiento, fusionando funcionalidad, precio y calidad de acabado sin comprometer la



Más de 25 años anticipándose al futuro de los envases y las botellas de vidrio

Tras más de 25 años participando en toda la cadena de valor del envasado de vidrio, la trayectoria de Envases y Botellas Ayrtaac es, en cierto modo, un reflejo de la propia evolución del sector oleícola en España. Un camino de especialización, de mejora continua y de apuesta por la calidad como argumento principal. En octubre de 2025 la compañía celebró su 25º aniversario, un hito que es mucho más que una cifra: supone la constatación de que construir relaciones duraderas dentro del sector y seguir evolucionando junto a él obtiene sus frutos.

Hoy, Envases y Botellas Ayrtaac sigue trabajando con la misma convicción y compromiso de siempre: el envase -donde belleza y funcionalidad van de la mano- no es el final del proceso productivo, sino el comienzo de la experiencia del consumidor. A por otros 25 años de éxito.



coherencia visual de la marca. Entre las novedades más destacadas del catálogo figuran las botellas *Monduver* y *Cazorla*, dos propuestas que refuerzan el compromiso de la empresa con la innovación y el servicio en cada segmento.

Para quienes buscan un envase verdaderamente único, Envases y Botellas Ayrtaac ofrece servicio propio de pintura y serigrafía directamente sobre el vidrio, abriendo todas las posibilidades de personalización en ambas gamas.

Servicio y acompañamiento, más allá del catálogo

Desde el primer contacto hasta la entrega del producto, el equipo de Ayrtaac acompaña a cada cliente en la toma de decisiones: qué modelo encaja con su posicionamiento, qué cierre es el más adecuado, cómo sacar el máximo partido a la personalización... Todo ello con la agilidad, la cercanía y la plena con-



José Manuel Tornos, CEO de Envases y Botellas Ayrtaac, en las oficinas centrales de la empresa en Utebo (Zaragoza).

fianza que exige un sector sin margen para imprevistos.

“Eso es lo que nos diferencia: no se trata sólo del producto, sino de las personas que estamos detrás de él”, añade orgulloso su CEO, José Manuel Tornos, para quien el nuevo catálogo

[La compañía amplía su propuesta con nuevos modelos en las gamas Premium y estándar, consolidando su posición como socio estratégico del sector oleícola]

de la empresa “es una invitación a explorar nuevas posibilidades dirigida a aquellos que saben que, en el aceite de oliva, el envase no es el final del proceso, sino el principio de la experiencia”. 🍷



Envases y Botellas Ayrtaac, S.L.
marketing@ayrtac.com
www.envasesybotellasayrtac.com



HAUS cumple tres años en la Península Ibérica

En 2026 se cumplen tres años desde que la empresa turca HAUS MAKINA, con 72 años de experiencia y tras consolidar su crecimiento y hegemonía en los países en los que operaba tradicionalmente, aterrizara en la Península Ibérica. HAUS Iberia nació en 2023 con el objetivo -dentro de su proceso de internacionalización- de ofrecer servicio y soporte a las necesidades de sus clientes en España y Portugal.



Desde 1954, HAUS ha sido sinónimo de excelencia en la fabricación de líneas productivas de alta calidad, respaldada por la más avanzada tecnología y un firme compromiso con la máxima satisfacción del cliente. A pesar de las dificultades para penetrar en un mercado maduro como el español y portugués, con marcas fuertemente implantadas desde hace mucho tiempo en el territorio, HAUS Iberia ha apostado, desde su aterrizaje en la Península Ibérica en 2023, por ofrecer un servicio cercano, profesional y honesto, acompañando en sus proyectos a los clientes que han apostado por la firma.

Han sido tres años en los que la marca se ha consolidado, con un crecimiento constante, mediante nuevas instalaciones en diferentes puntos de la geografía ibérica. Tal y como afirma Alberto Bueno, director de Ventas de HAUS Iberia, “a día de hoy podemos afirmar orgullosos que los clientes existentes y nuevos nos trasladan su total satisfacción con nuestros productos y servicios”.

El apoyo y la filosofía de trabajo de HAUS GLOBAL tiene mucho que ver en esto. Con la puesta en marcha de las nuevas instalaciones en Aydıń, con



100.000 m² de superficie y más de 800 empleados, dotadas con las últimas tecnologías de fabricación en un entorno sostenible, la compañía proporciona apoyo y soporte a HAUS Iberia para ofrecer soluciones eficientes y a medida que permitan afrontar cualquier reto que se presente.

“Al disponer de un centro de I+D y otro de Ciencia e Innovación homologados e integrados en el corazón de la empresa -explica Alberto Bueno-, somos capaces de dar soluciones eficaces en entornos reales de trabajo a las empresas del sector. Esto nos permite, en el caso concreto del aceite de oliva, ofrecer soluciones personalizadas a todos los eslabones de la cadena, desde pequeños productores que demandan almazaras boutique hasta almazaras de cualquier tamaño, pasando por soluciones personalizadas a orujeras”.

HAUS sigue apostando por la eficiencia y calidad de sus productos, utilizando materiales de primer orden en la fabricación de su maquinaria de última generación, máxima resistencia y con protecciones antidesgaste, lo que se traduce en costes de mantenimiento reducidos y una larga vida útil del equipo. “Cualquiera de nuestros clientes, algunos con más de ocho años utilizando nuestra maquinaria, pueden dar fe de la fiabilidad y calidad de nuestros equipos. Ellos son nuestros mejores prescriptores”, señala el director de Ventas de HAUS Iberia.

#BECAUSEWECARE

Para garantizar un servicio de alta calidad, HAUS Iberia dispone de tres centros de trabajo en la Península que cuentan con profesionales de primer nivel y reconocida trayectoria, así como repuestos



en stock para dar respuesta inmediata a cualquier incidencia que se pueda producir. “Independientemente de que nuestros cuadros eléctricos están dotados de sistemas de monitorización y control en remoto, contamos con acuerdos de trabajo con algunas de las principales empresas de automatización en España para poder atender cualquier demanda de nuestros clientes de forma rápida e *in situ*”, señala Alberto Bueno.

“Siguiendo la filosofía de la empresa #BECAUSEWE CARE -porque nos importa, porque cuidamos-, estamos en contacto continuo con nuestros clientes y trabajamos para dar respuesta a todas sus necesidades”, añade.

En estos tres años, y en aras de aumentar la eficiencia productiva, la compañía ha desarrollado nuevos modelos de decánter de la Serie Premium con bomba centrípeta para controlar la apertura de la salida de aceite del bol sin paradas; centrífugas de altas revoluciones (9.500 rpm) con admisión y salida de producto -especialmente recomendadas para minimizar el contacto con el oxígeno-; o batidoras autolimpiables con control independiente y automatizado de lotes, temperaturas, etc., entre otras innovaciones.

En este sentido, la almazara HAUS Premium es mucho más que una línea de producción: representa una solución integral para los productores de aceite



Decánter Premium
DDV 4742.

Centrífuga vertical
Premium VBA 5433-P40.



Batidora
Premium
MS-5X1000.

de oliva que buscan mejorar la calidad y maximizar la eficiencia, preservando las excepcionales cualidades del aceite de oliva gracias a un tiempo de inactividad mínimo y un mantenimiento sencillo.

Además de cuidar a sus clientes, en HAUS se preocupan por el medio ambiente. Prueba de ello son unas instalaciones de alta eficiencia energética equipadas con 2,5 MW de energía solar, capaces de evitar 2.150 toneladas de emisiones de carbono.

Y, finalmente, también les importan sus trabajadores. La compañía ha sido reconocida recientemente con la certificación “Great Place to Work”, distintivo internacional que mide la satisfacción de los empleados y valora el cuidado que muestra la empresa hacia sus trabajadores.

En definitiva, hablamos de una marca global -con enfoque G-local- en crecimiento constante y sostenido que ha llegado a la Península Ibérica a través de

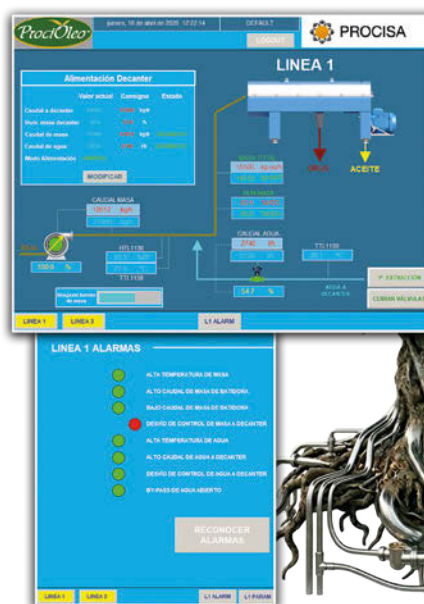
su filial HAUS Iberia no sólo para quedarse, sino con el objetivo de convertirse en una referencia para todas aquellas empresas que utilizan tecnologías de centrifugación en sus procesos. 💧

**HAUS Iberia Tecnologías
de Centrifuga, S.L.**
alberto.bueno@hausiberia.com
www.hausworld.com



Sistemas ProciÓleo™ o cómo evitar la pérdida de valor en las almazaras

Especialistas en automatización, control y gestión de procesos para almazaras, en PROCISA llevan más de 45 años ofreciendo soluciones de calidad con tecnología de vanguardia orientadas a lograr una mayor rentabilidad, eficiencia y productividad. Su sistema ProciÓleo™ se presenta como la solución ideal para minimizar la pérdida de valor en las almazaras al integrar en una misma solución control de calidad desde la recepción del fruto y máximo rendimiento del proceso de extracción.

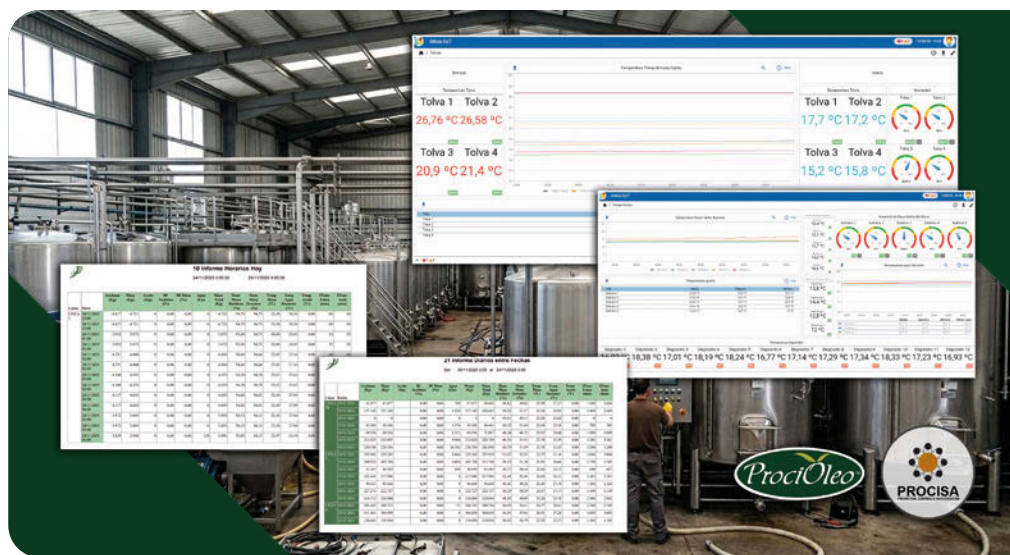


Por **Martín Talaverón Bellerín**
Consejero delegado de PROCISA

La realidad demuestra que en la mayoría de las almazaras el control del proceso productivo comienza demasiado tarde. La variación climática, junto con la cosecha temprana, hacen que la recolección se efectúe a una temperatura ambiente cada vez más elevada, provocando una merma de calidad del fruto desde el inicio del proceso productivo hasta el momento de la molturación y, con ello, una pérdida de valor del producto final obtenido.

En muchos casos, esta pérdida no es visible, pero sí resulta en una merma económica cuando llega la hora de vender el aceite en el mercado. Este hecho, asumido durante años como inevitable, constituye hoy por hoy uno de los principales factores limitantes de la rentabilidad del sector oleícola.

El origen del problema se encuentra en los procesos post-cosecha. El análisis de los procesos tradicionales de almacenamiento y tratamiento de la aceituna indica que presentan importantes limitaciones tales como la falta de control de la temperatura en tolvas, los incrementos térmicos por la actividad respiratoria del



fruto, la presencia de humedad superficial tras el lavado y los procesos de molienda y batido sin control preciso.

La degradación provocada por estos factores afecta directamente a la calidad del aceite: activación enzimática, desarrollo microbiano, pérdida de aromas y aparición de defectos. En definitiva, merma de calidad... y pérdida económica asociada.

Las almazaras más avanzadas están evolucionando hacia un modelo basado en el control total del proceso desde la recepción de la aceituna. Este enfoque obliga a actuar sobre variables clave como temperatura, humedad y estabilidad durante todo el proceso, no sólo en su etapa intermedia. Y es que se antoja fundamental monitorizar y actuar a lo largo de todo el proceso



para garantizar que al final obtenemos el auténtico potencial del fruto que se ha procesado.

Control de calidad y rendimiento con sistemas ProciOleo™

PROCISA ha desarrollado una solución de enfriamiento de la aceituna en la tolva de almacenamiento para limitar la influencia de la alta temperatura ambiente, la baja productividad y la disminución de rendimiento en época de cosecha temprana.

Su sistema ProciOleo™ integra en una única solución el control de calidad desde la recepción del fruto y la optimización y rendimiento del proceso de extracción. Así, la refrigeración mediante aire frío y seco permite mantener la aceituna en condiciones óptimas, reduciendo la actividad enzimática y microbiana, evitando fermentaciones y disminuyendo la humedad superficial. El resultado es la preservación de la calidad real que atesora el fruto.

Por otra parte, el control en tiempo real del caudal y la humedad estabiliza el proceso del decánter y ajusta automáticamente la adición de agua en función de las condiciones reales de la pasta. La consecuencia es la máxima estabilidad y eficiencia en la extracción.

La monitorización continua de variables permite disponer de una visión completa de lo que acontece en el proceso, esto es, información y control en

[Las almazaras más avanzadas están evolucionando hacia un modelo basado en el control total del proceso desde la recepción de la aceituna para obtener el auténtico potencial del fruto procesado]

tiempo real, accesible en todo momento y desde cualquier dispositivo o ubicación. Esta doble mejora que aporta la solución desarrollada por PROCISA -mayor rendimiento extractivo y mejor calidad del aceite obtenido- representa una diferencia total en la rentabilidad de la almazara y un retorno de la inversión desde la primera campaña.

Soluciones validadas por organismos de referencia

Muchas soluciones presentes en el mercado no actúan sobre las variables críticas o no han sido validadas en condiciones reales, prometiendo mejoras sin resultados tangibles, lo que ha generado cierta desconfianza en el sector.

Las soluciones ProciOleo™ de PROCISA han sido testadas y validadas en

organismos de referencia como el Instituto de la Grasa en Sevilla o el Centro IFAPA Venta del Llano en Mengíbar (Jaén), y en colaboración directa con investigadores del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), garantizando resultados reales, medibles y aplicables en condiciones reales de operatividad.

En definitiva, la evolución del sector pasa por modelos basados en el control y la información que permitan extraer el máximo rendimiento y calidad en cada fase del proceso productivo. Se puede afirmar sin ningún género de dudas que las almazaras que ya han dado este paso producen más y mejor y, sobre todo, obtienen una mayor rentabilidad.

Tras 47 años de trayectoria en el sector, las soluciones ProciOleo™ de PROCISA no sólo sirven para automatizar procesos, sino que ayudan a las almazaras en su objetivo de mejorar su rendimiento, calidad y rentabilidad de una forma real, medible y comprobada. Innovaciones que reafirman el inequívoco compromiso de PROCISA con la calidad y el desarrollo del sector oleícola, aplicando tecnologías verificadas y contrastadas para ofrecer soluciones específicas encaminadas a la consecución de los objetivos estratégicos de sus clientes. 🍯

**PROCI, S.A.-Proyectos,
Control e Investigación**
administracion@procisa.es
www.procisa.es



Gallardo Ingeniería: innovación, calidad y tecnología al servicio del embotellado



Sala de montaje de Gallardo Ingeniería en Irún (Guipúzcoa).

En Gallardo Ingeniería, una empresa familiar con una fuerte vocación innovadora siempre a la búsqueda de nuevos horizontes, desarrollan líneas y procesos de embotellado optimizados, eficientes y estables para garantizar precisión y continuidad operativa. La compañía ofrece soluciones propias para distintos sectores buscando aumentar sus niveles productivos y aportando la mejor tecnología, además de cercanía, adaptabilidad, control exhaustivo y un compromiso real en cada fase del proyecto.

Con sede en Irún, Gallardo Ingeniería del Embotellado celebra en 2026 su 25º aniversario. Fundada en 2001 por Antonio Gallardo, la firma nació como un proyecto familiar centrado inicialmente en el embotellado de vinos y licores, habiéndose consolidado “como líder a nivel nacional y primera referencia en el sector del embotellado, diseño y fabricación de maquinaria y líneas completas llave en mano, con presencia en más de 25 países”, señala su fundador, un profesional con más de cuatro décadas de experiencia en el sector.

A lo largo de este cuarto de siglo, Gallardo -que a su dilatada trayectoria y conocimiento une sólidas relaciones con las firmas de packaging más importantes de Europa- ha evolucionado hasta desarrollar líneas completas de embotellado llave en mano con maquinaria de alto rendimiento y máxima seguridad para una amplia gama de productos líquidos alimentarios tales como vinos, li-

cores, aceites, aguas, zumos, vinagres, salsas, cremas y lácteos.

Actualmente, la empresa cuenta con un equipo de 42 profesionales y mantiene su carácter familiar -al tiempo que asegura su continuidad- con la incorporación de la segunda generación, representada por Óscar y Raquel Gallardo, quienes participan activamente en la gestión y dirección de la compañía.

En el plano económico, Gallardo Ingeniería cerró 2025 con una facturación de 15 millones de euros, el 50% procedente de la actividad exportadora, lo que supone un fuerte incremento del 40% respecto al año anterior. La cartera de pedidos ya confirmada permitirá superar los 16 millones de euros en 2026.

Apuesta inequívoca por la I+D+i

La apuesta por la innovación tecnológica y la investigación ha sido una constante desde sus inicios. No en vano, Gallardo Ingeniería acumula más de 20 patentes relacionadas con procesos y



Óscar, Antonio y Raquel Gallardo, primera y segunda generación de Gallardo Ingeniería del Embotellado, S.L.

sistemas de embotellado, habiendo invertido más de 2 millones de euros en I+D en los últimos cinco años.

La empresa integra las mejores y más modernas soluciones de conectividad 4.0 para lograr una elevada productividad, maximizando la disponibilidad de la máquina embotelladora, facilitando el mantenimiento preventivo y creando



Tribloc 36-70-12, una llenadora electrónica y ponderal para aceite con una capacidad de 30.000 botellas/hora. Este equipo ha sido fabricado para Aceites La Corona, un cliente que en los últimos años ha adquirido 14 llenadoras de la firma guipuzcoana.



La Monobloc 54-12 Ponderal, una llenadora electrónica de control de peso y sistema de pesado con báscula y pinza horizontal con un rendimiento de 22.000 botellas/hora, es la primera máquina ponderal con báscula horizontal fabricada en España.

[La empresa, que celebra 25 años de actividad y prevé la construcción de una nueva planta de 3.000 m² en Irún, cerró 2025 con una facturación de 15 millones de euros, de los que el 50% procede de exportaciones]



La Tribloc 60-120-40 para 40.000 botellas/hora de 1 l., posiblemente la llenadora más grande y de mayor rendimiento fabricada para el embotellado de aceite alimentario, ha envasado más de 900 millones de botellas y sigue funcionando con la misma eficacia que el primer día.

soluciones a medida de interconexión e intercambio de datos.

Esta capacidad tecnológica la ha posicionado -según indica Antonio Gallardo- como la única compañía en España capaz de diseñar y fabricar embotelladoras para la totalidad de los productos tradicionales de la industria alimentaria, incluyendo vinos, licores, aceites, vinagres, aguas, zumos y salsas.

Asimismo, la incorporación de nuevas generaciones de llenadoras con tecnología ponderal permite a la empresa ampliar su oferta a segmentos de mayor versatilidad tecnológica, abarcando productos de alta viscosidad como aceites, salsas, cremas, siropes y productos lácteos, garantizando máxima precisión, eficiencia y fiabilidad en el proceso de llenado.

Entre sus desarrollos más destacados se encuentran también las llenadoras electrónicas de caudalímetros, el sistema OPENCOMBI para soplado y llenado sincronizado de botellas PET para plantas de aguas y las llenadoras ponderales de alta precisión para el llenado de aceite.

Tres plantas productivas en España y cinco delegaciones internacionales

Gallardo Ingeniería diseña y fabrica maquinaria con capacidades que van desde 2.000 hasta 50.000 botellas por hora, y en la actualidad trabaja en la producción de ocho grandes máquinas electrónicas de alto rendimiento, con capacidades de 20.000 botellas/hora y 40.000 botellas/hora para grandes aceiteras.

Como recuerda Antonio Gallardo, “el 50% de las máquinas que fabricamos están destinadas cada año a clientes históricos y tradicionales que siguen confiando en la calidad y servicio de nuestra empresa, y esa fidelidad es nuestra mejor garantía”.

La empresa dispone de tres plantas productivas en España, dos de ellas en Irún -sede central y mecanizado de precisión- y otra en Sevilla. En el ámbito internacional, cuenta con delegaciones en México, Francia y Portugal, además de las recientemente inauguradas en Argentina e Inglaterra, y prevé abrir

próximamente una nueva sede en Estados Unidos.

Con vistas al futuro, y dentro de su Plan Estratégico 2026-2028, Gallardo tiene previsto desarrollar un programa de inversiones que incluye la construcción de una nueva planta de 3.000 m² en Irún para unificar sus instalaciones, reforzando así su capacidad y desarrollo industrial.

Cabe destacar que, a lo largo de 2026, la sede central de la empresa será el escenario de un encuentro con algunos de los principales actores de la industria oleícola en el marco de unas jornadas profesionales organizadas por Gallardo y centradas en la tecnología de envasado de aceite, que servirán como espacio de intercambio de conocimiento y experiencias en aras de valorizar la innovación y el desarrollo del sector. 💧

**Gallardo Ingeniería
del Embotellado, S.L.**
info@gallardoingenieria.com
www.gallardoingenieria.com

La almazara de Catón

El olivo es milenario, es Mediterráneo, es testigo de la historia y, sobre todo, nos define. Hace unos 10.000 años, su versión salvaje, el acebuche, fue domesticado para el cultivo y a partir de ese momento dio comienzo la producción del aceite. Desde entonces vino, aceite y pan -o, lo que es lo mismo, Uva, Oliva y Semilla (las nietas de Dionisio)- se convirtieron en los alimentos básicos entre los pueblos del Mediterráneo y en el sustento para su civilización.

Tan importante fue el olivo para los griegos que la leyenda dice que Atenas fue fundada en el preciso lugar donde la diosa Atenea clavó su lanza y surgió un olivo. A partir de entonces, a quien maltrataba a un olivo sagrado se le acusaba de un delito de impiedad, y para la polis ateniense el aceite supuso una fuente de ingresos tan importante que sirvió para financiar tanto campañas militares como expediciones para la anexión de nuevas colonias.

Todo ello nos lo cuenta Rafael Fontán Barreiro en su libro *La almazara de Catón. Olivos y aceite en Grecia y Roma*, una divulgativa y rigurosa aproximación al mundo del olivo en la Antigüedad que incluye una selección de textos de autores como Teofrasto, Virgilio, Plinio el Viejo, Catón, Columela y Paladio traducidos por el propio autor -que, además de haber sido catedrático y profesor de griego y latín durante toda su vida en un instituto de Leganés, es el traductor de una de las ediciones más apreciadas de *La Eneida* al castellano-.

El olivo para los romanos era un recurso estratégico. Lo demuestra el hecho de que Catón, Varrón y Columela publicaran sus obras agrónomas en momentos de especial gravedad para el campo romano. Como cuenta Fontán, las guerras contra Cartago en el siglo II a.C. y las sucesivas guerras civiles del siglo I habían despoblado y dejado sin mano de obra el campo, por lo que era urgente una restauración; ello llevó a los autores más importantes de Roma a desarrollar todos estos tratados en los que escriben sobre el olivo, su cuidado y sus necesidades, así como sobre la recolección, la almazara y la conserva.

El libro también incluye algunas recetas de Paladio para arreglar un aceite que se ha quedado rancio o para el aliño de las aceitunas, que como nos explica el autor constituyeron la auténtica base de la alimentación del romano de a pie, a quien en realidad tanto nos seguimos pareciendo.

Godall Edicions
info@godalledicions.cat
godalledicions.cat

Año edición:
2025



Sector agroalimentario y trabajo. Una relación en transformación

Editada por Cajamar, la monografía *Sector agroalimentario y trabajo. Una relación en transformación* pretende analizar la evolución reciente del factor trabajo en el sector agroalimentario español, identificando los desafíos actuales y futuros. De esta manera, el libro, coordinado por el catedrático de la Universitat Politècnica de València (UPV) Dionisio Ortiz y el director de Estudios y Publicaciones de la Fundación Grupo Cajamar, Ignacio Atance, realiza un análisis riguroso y exhaustivo del trabajo en la cadena alimentaria española, pilar fundamental para el futuro de este sector, habida cuenta de que, en un contexto de profundos cambios estructurales y disrupción tecnológica, la mano de obra constituye sin duda uno de los principales retos.

Este documento aborda la cuestión laboral desde una perspectiva poliédrica, aportando una visión integradora y adaptada a cada eslabón de la cadena productiva. El estudio, que cuenta con la participación de 21 autores de diversos ámbitos profesionales, ofrece un detallado diagnóstico de la situación actual, los factores que han determinado el escenario presente y aquellos que influirán en su evolución futura. Así, ofrece un examen profundo y plural sobre el empleo como preocupación principal del sector, la disponibilidad de mano de obra, las formas de trabajo y los cambios en las exigencias de cualificación, aportando datos, análisis y reflexiones que ayudan a entender qué está ocurriendo con el factor trabajo en la agricultura y la industria alimentaria. Asimismo, pone el acento en la transformación del sector y su manera de afrontar los retos estructurales y abordar las nuevas oportunidades; al tiempo que lanza una llamada a la acción urgente, ya que la sociedad debe revalorizar al agroalimentario como un ámbito de futuro estratégico y el sector debe invertir masivamente en tecnología, digitalización, robotización y formación como única vía para asegurar la sostenibilidad, la rentabilidad y la captación del capital humano en las próximas décadas.

BCC-Grupo
Cooperativo Cajamar
bmarzo@plataformatierra.es
www.grupocooperativocajamar.es

Año edición:
2025





Un mar de oro verde: historia cultural del aceite de oliva

El aceite de oliva fue el petróleo de la Antigüedad: alimentó imperios, sostuvo economías, iluminó ciudades, ungió reyes e inspiró artistas. Este oro líquido es, ante todo, fruto de una interacción compleja entre naturaleza, conocimiento y cultura, la cultura mediterránea. Con la reconocida capacidad evocadora que le caracteriza, el jiennense Emilio Lara sigue en esta obra la huella del olivo desde las primeras almazaras prehistóricas hasta las luces de Silicon Valley y los futuristas rascacielos de la China del siglo XXI, pasando -por supuesto- por Grecia, Roma, Al-Ándalus y nuestra civilización. Un *mar de oro verde* está cuajado de datos históricos poco conocidos, anécdotas sorprendentes y los nombres propios que han escrito la historia del aceite, de la aceituna y del olivo, y cómo este dio forma a civilizaciones, paisajes y costumbres durante milenios. Con rigor de historiador y alma de novelista, el autor enlaza pasado y presente para demostrarnos cómo el aceite de oliva ha sazonado nuestros platos y nuestras vidas, convirtiéndose en un icono que ha unido y sigue uniendo pueblos a lo largo y ancho de la geografía española, mediterránea y mundial. Una oda a las culturas, a la memoria del mundo y a los sabores que nos han hecho quienes somos.



Editorial Ariel
www.planetadelibros.com

Año edición:
2026

Sueños de olivo

Sueños de olivo recoge las obras ganadoras y finalistas del VIII Premio Internacional de Relatos sobre Olivar, Aceite de Oliva y Oleoturismo 2025 que organiza la asociación cultural Másquecuentos, coeditado en papel con Madara Editoras. La obra reúne en sus casi 300 páginas 35 historias de géneros variados -seleccionadas de entre 426 relatos y microrrelatos remitidos por autores de 21 países y 41 provincias españolas, que han convertido esta edición en la más exitosa de las celebradas hasta la fecha-, desde el drama al humor, pasando por el romanticismo, el suspense, la acción o la historia, todos ellos unidos por el dorado hilo del aceite de oliva y que se fijan en la memoria del lector por su singularidad y originalidad. En sus páginas se puede viajar por todo el mundo en busca de una aceituna con el hueso de oro, como hace el protagonista del relato corto ganador; entender todo lo que supone la cultura del olivar a través de los diferentes sentimientos que experimenta una aceituna desde que está en el árbol hasta que se convierte en aceite; disfrutar del trabajo que se realiza en cualquier almazara; o conocer algunas de las problemáticas que más preocupan al campo, como la instalación de paneles de generación energética que deshumanizan un cultivo tan humano como el olivo. Una obra coral -cuya portada, una imagen de María Requena, es uno de los dibujos que acompañaban a los textos presentados a concurso- que habla de tradición, de historia, de salud, de medio ambiente o de oleoturismo, y que contribuye a extender la mancha de aceite por todo el mundo y divulgar las bondades saludables, gastronómicas, turísticas y medioambientales que rodean al olivar y al aceite de oliva.

A destacar su enorme repercusión tanto en medios de comunicación generalistas y específicos como en redes sociales e Internet, donde alrededor de 47.000 votos de internautas decidieron los premios del público, mientras que un jurado presidido por el escritor Salvador Compán fue el encargado de otorgar otros cuatro premios, entre ellos los ganadores en la categoría de relato corto -“El misterio de la aceituna del hueso de oro”, del autor gaditano Benedicto Martínez- y en la modalidad de microrrelato, que ha recaído en el pacense Joaquín Ortiz por “A la izquierda del esternón”.

Madara Editoras
info@masquecuentos.es
www.masquecuentos.es

Año edición:
2026





Del 1 al 6 de septiembre

ArgOliva



San Juan (Argentina) será sede del 15° Encuentro Olivícola Internacional ArgOliva 2026, que tiene como objetivo dar protagonismo nacional e internacional a la olivicultura argentina; colaborar con la actualización del sector olivícola, a través del conocimiento de nuevas tendencias de consumo, mercados de destino, cuestiones técnicas, etc.; y dar a conocer los beneficios saludables del aceite de oliva y la calidad de los AOVEs argentinos. Asimismo, persigue contribuir a crear o fortalecer contactos comerciales internacionales y generar la participación de productores olivícolas en actividades de gran beneficio para el sector. Cabe recordar que en el marco de este evento se desarrollarán una serie de actividades tales como el XIV Concurso Internacional de Aceites de Oliva Vírgenes Extra "Premio Domingo Faustino Sarmiento", jornadas de capacitaciones y *showcooking*s, así como charlas y catas dirigidas.

argoliva@sanjuan.gov.ar

www.argoliva.com.ar

Del 9 al 12 de septiembre

Feria de Maquinaria Agrícola de Úbeda



En esta feria, referente a nivel provincial y regional de la maquinaria agrícola en el olivar, se mostrarán las últimas novedades del sector de la maquinaria agrícola, representando a las principales marcas del mercado. Para esta 44ª edición, el Ayuntamiento de Úbeda pondrá a disposición de los expositores y visitantes el recinto de la Feria de Maquinaria Agrícola de Úbeda -más de 20.000 metros cuadrados de exposición- y el espacio expositivo del Pabellón Municipal -1.500 metros cuadrados cubiertos-. Además de la muestra comercial, la feria incluye, entre otras actividades, las Jornadas "Olivar y Aceite de Oliva", en las que expertos nacionales e internacionales debatirán sobre innovación, sostenibilidad y digitalización; el concurso de cocina infantil "PequeChef del AOVE"; catas de aceite de oliva virgen extra; y exhibiciones culinarias.

feriamaquinariaubeda@gmail.com

www.feriamaquinariaagricolaubeda.com

Del 14 al 15 de septiembre

Auténtica Premium Food



Bajo el lema "*Comprometidos con el origen*", la nueva edición de Auténtica Premium Food reforzará su posicionamiento como el espacio donde el producto auténtico, con historia, identidad y valores, se convierte en el eje de un nuevo diálogo social entre productores, distribuidores, chefs y consumidores. Como novedad, este año amplía su espacio ocupando los tres pabellones de FIBES (Sevilla) y se celebrará de forma simultánea con Oleum Expo, la nueva feria internacional exclusiva para el aceite de oliva, la aceituna de mesa y sus derivados. En paralelo, Auténtica Congress volverá a reunir a más de 350 expertos en seis escenarios simultáneos, con más de 200 conferencias y catas, abordando los grandes desafíos del sector desde una perspectiva transversal que conecta gastronomía, ciencia, tecnología, creatividad y mercado.

info@autenticapremium.com

www.autenticapremium.com

Del 5 al 7 de octubre

San Sebastián Gastronomika



San Sebastián Gastronomika Euskadi Basque Country pondrá el foco de su 28ª edición en los 50 años de la Nueva Cocina Vasca. Bajo el lema "*La chispa que prendió el fuego*", el congreso mirará a uno de los movimientos que

no solo cambió la cocina vasca, sino que ayudó a reescribir la historia de la cocina española contemporánea. Grandes figuras internacionales como Pierre Gagnaire, Michel Troisgros y Gastón Acurio estarán junto a los fundadores y quienes se incorporaron muy pronto a aquel movimiento que cambió para siempre la manera de entender la cocina en España: Juan Mari Arzak, Pedro Subijana, Tatús Fombellida, Ramón Rota, Karlos Arguiñano, Hilario Arbelaitz y Martín Berasategui. Este último recibirá el Premio Homenaje del congreso por su trayectoria. Asimismo, San Sebastián Gastronomika seguirá contando con un espacio dedicado a la feria profesional.

info@sansebastiangastronomika.com

www.sansebastiangastronomika.com

Del 6 al 8 de octubre

Alimentaria FoodTech



Alimentaria FoodTech volverá a situarse en el centro del ecosistema *foodtech* en el recinto Gran Via de Fira de Barcelona.

El evento reunirá a cerca de 400 empresas y marcas expositoras, además de a una treintena de *start-ups* especializadas en soluciones disruptivas para la industria. Marruecos será el país invitado de la próxima edición. Con una clara orientación profesional e internacional, la feria presentará una propuesta transversal que abarca todas las fases del proceso productivo alimentario, desde la producción y el procesado hasta la conservación y la distribución comercial. Además, Alimentaria FoodTech reunirá a un centenar de compradores estratégicos de más de 25 países y prevé generar alrededor de 900 reuniones de negocio entre estos compradores y las empresas expositoras de su interés. Finalmente, como novedad y en el marco de sus ya consolidados FoodTech Innova y FoodTech Emprende Awards, el salón incorpora el nuevo galardón FoodTech Award al Mérito Científico 2026.

comercial@alimentaria.com

www.alimentariafoodtech.com

Del 17 al 21 de octubre

SIAL Paris



SIAL Paris, que se celebrará en París Nord Villepinte, prevé celebrar su edición más ambiciosa, superando a la edición récord de 2024. Así, se espera la presencia de hasta 8.000 expositores y

295.000 visitantes profesionales. Además, la muestra contará con más de 280.000 metros cuadrados de espacio expositivo divididos en 10 sectores clave. En 2026, SIAL Paris reafirma su deseo de situar la innovación en el centro de su estrategia. En este sentido, SIAL Innovation, que celebrará su 30º aniversario, se está reinventando con un nuevo diseño y una experiencia enriquecida. El sistema integra ahora completa-



mente SIAL Taste, situando la cata en el centro del recorrido de innovación y ofreciendo a los visitantes la oportunidad de ver, comprender y experimentar la alimentación del mañana. Además, SIAL Paris reunirá a expertos internacionales, investigadores, ejecutivos y responsables de la toma de decisiones a través de SIAL Summit y SIAL Talks para descifrar las transformaciones del mercado, cuestionar los modelos existentes y anticipar el futuro de la industria.

visit@sialparis.com

www.sialparis.com

Del 20 al 23 de octubre II Congreso Ibérico de Olivicultura



La 2ª edición del Congreso Ibérico de Olivicultura (XI Simpósio Nacional de Olivicultura; IX Jornadas Nacionales del Grupo de Olivicultura) se celebrará en Córdoba bajo el lema “Olivicultura en un contexto de cambio global: Innovación, Sostenibilidad y Territorio”. Este evento está coorganizado por la Asociación Portuguesa de Horticultura (APH), la Sociedad Española de Ciencias Hortícolas (SECH), el Instituto de Agricultura Sostenible (IAS-CSIC), el Instituto Andaluz de Investigación y Formación en Producción Agraria, Pesquera, Alimentaria y Ecológica (IFAPA) y la Universidad de Córdoba (UCO). Durante cuatro días se debatirán soluciones para que el sector del olivar y del aceite de oliva virgen extra de la Península Ibérica alcance una mayor resiliencia, competitividad y sostenibilidad. El programa promoverá la presentación y el debate de resultados recientes, estimulando la cooperación entre investigadores, técnicos, productores, industriales, estudiantes, responsables políticos, distribuidores y consumidores. El objetivo es crear un espacio de intercambio y debate que contribuya al crecimiento integrado de la cadena de producción del aceite de oliva virgen extra y su adaptación a los cambiantes escenarios globales.

congresoolivicultura@gmail.com

www.aphorticultura.pt/eventos/

IBEROLIVE26/



Índice de anunciantes

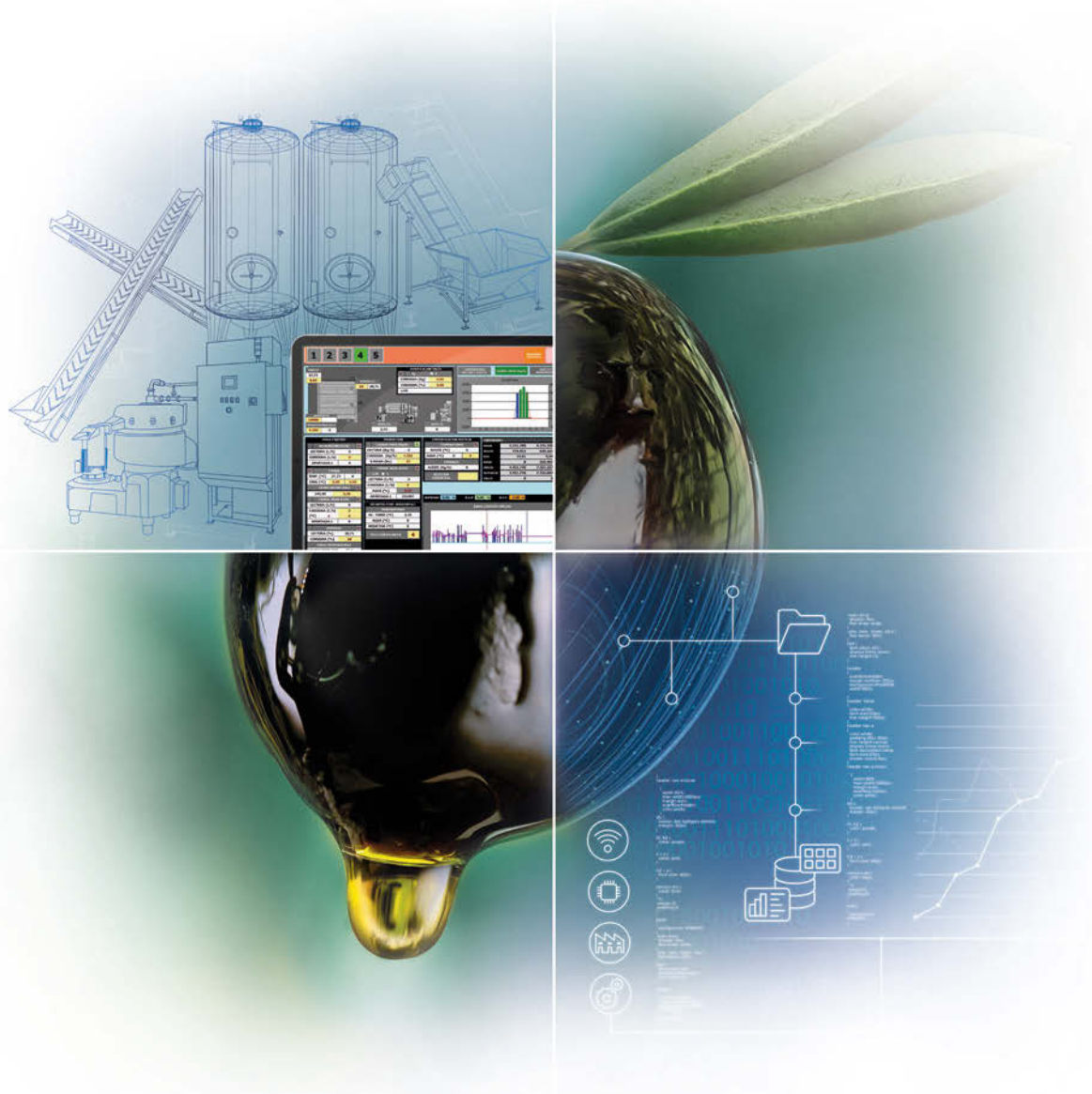
ACOS LAB (Laboratório de química da ACOS)	171	IADA Ingeniería Agraria	121
AGQ Labs	119	Ifamensa	107
Agrama Ciencia y Vida	131	Ildefonso Rosa Ramírez e Hijos “JAR”	85
Agroisa	21	Ilitia, Brunella y Florentia, Variedades (Agromillora)	187
Agromillora (ebook)	173	IMATEC 31	143
Alltech Crop Science	149	IMS Pesaje	Int. Portada
Amenduni Ibérica	23	Indea Technologies	135
Amenduni Ibérica	Lomo	Industrias de la Rosa	78
ARTSOLUT	29	Industrias de la Rosa	79
AUSERE	63	Innovaciones Oleícolas	43
Autelec	51	Inoelec	39
Automatismos ITEA	210	Inoxcaucho	59
Automatismos ITEA	Int. Contraportada	ITALPROGETTI	153
Auxiliar Conservera	163	ITALPROGETTI	185
Auximara	37	JAENCOOP Grupo	73
Axflow	91	John Deere Ibérica	95
Ayrtac	89	Kubota	53
BALAM Agriculture	11	Kubota	Espónsor pie de página en toda la revista
Bandas Transportadoras del Sur (BTS)	97	Laboratorio Tello	165
Bioiberica	145	Lagar Herdade Vale Formoso	93
Bombas Trief	61	Lainco	133
C Y PUNTO	161	Libro La Revolución del Olivar (Agromillora)	189
CaixaBank	103	Mabeconta	99
Caja Rural Jaén	71	Magusa	109
Calero (Ingeniería y Desarrollo Agro-Industrial)	31	Manzano – Flottweg	27
CAÑELLAS Calderas de Biomasa	111	Multinivel Ibérica (Cándido)	83
CAZAUX-PUMPS	81	Nodens Servicios Informáticos	139
CDR OXITester (Tecnilab)	75	Oleolab	169
Centrifugación Alemana	3	Olmos Maquinaria	49
Centrifugación Alemana	Triángulo de portada	Olvesa	69
Centrifugación Alemana	Desplegable de portada	ORISHA Agrifood	157
Clemente Industry	127	Palacín	41
Codi-Pack, Marcaje y Codificación	77	Pieralisi	16
COLIVAL	13	Pieralisi	17
COLIVAL	14	PIÑERO BROTHERS	35
CONSULAI	175	ProciÓleo	25
Coriana, Variedad (Viveros Lucena)	183	Prosur	47
De Bujalance Calderería Inox	15	Repsol Empresas	101
DOP Antequera	117	Revista La Semana Vitivinícola	193
Dosificadores García Fernández	8	RIVERO (Calderería Rivero)	195
Elea	123	Serijerez (Jerezana de Serigrafía Publicitaria)	33
Esbelt, Bandas Transportadoras	55	SIPCAM	129
Esteryfil	57	SOLIGUER Ingeniería y Montajes	125
Feria Anuga Select Ibérica 2027	167	TACSA	177
Feria ENOMAQ 2027	179	Talleres Espí Serrano	155
Feria SIMEI 2026	191	Talleres González y París	67
Foss	159	Tecnilab - Tecnología Analítica	45
Gallardo	113	Todolivo	137
GEA Westfalia Separator Ibérica	105	Treico-Remasa-Granaoliva	6
GEA Westfalia Separator Ibérica	Contraportada	Treico-Remasa-Granaoliva	7
Gesca Automatismos	141	Vetreria Etrusca	5
HAUS	87	Vitroval	65
Herpasur	Portada	WEG Iberia	151



Un cuarto de siglo a pie de campo, creyendo
y creando futuro en el sector oleícola, aportando valor
y soluciones en automatización y digitalización
a las principales almazaras de España y Portugal.
Pioneros y expertos en la transformación digital
que las hace sostenibles, eficientes y competitivas.

www.automatismositea.com





El dato es oro

GIA 4.0
Gestión Integral de Almazara

**Toda la información
de su almazara, dato a dato**

- ▶ Mejores decisiones
- ▶ Mayor rendimiento
- ▶ Máxima eficiencia
- ▶ El valor de la trazabilidad
- ▶ Más calidad del aceite

Almazara inteligente, conectada, sostenible y rentable

GIA 4.0 es el software de ITEA para la gestión digital e integrada de todos los procesos de la almazara, desde la información del cuaderno de campo, hasta el envasado y salida del aceite, pasando por el control del patio, bodega y cada paso del proceso de producción. Conectado a ERP, GIA 4.0 es una herramienta fácil e intuitiva, eficaz y asequible.

Pol. Ind. Llanos de Jarata
C/ Edison, Parcela 146 - Montilla (Córdoba)
957656707 - automatismositea.com

ITEA HIGH
TECHNOLOGY
FOR SMART
INDUSTRY



LA MÁS ALTA EFICIENCIA ENERGÉTICA

Hasta un 7% menos de consumo eléctrico en comparación con la correa y hasta un 10% con el engranaje.



MENOR TIEMPO DE INACTIVIDAD

Al no haber tensión adicional en el husillo, se produce un menor desgaste y un mayor tiempo de actividad (hasta un 99 %).



UNIDAD DE HUSILLO DE ACCIONAMIENTO PREMONTADA

Cambio rápido y sencillo del sistema.



HUELLA REDUCIDA

Accesibilidad 360°, menor peso, mejor y más fácil manejo durante el servicio.



GEA DIRECT DRIVE

Impacto directo

GEA presenta la centrífuga Direct Drive, el primer separador de aceites de oliva del mundo con Accionamiento Directo Integrado. Una nueva generación de centrífugas que mejora a sus predecesoras en cuanto a eficiencia energética, emisión de ruidos, costes de mantenimiento y simplicidad durante el proceso.