

Especial
MUNDOLIVARINFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR
Mercacei
SEMANTAL

MERCACEI, PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA A LA COMUNICACIÓN

Editorial

Valeria Mazza, entre la moda, la gastronomía (con AOVE) y el arte de reinventarse
pág. 12

Lorena Ruiz Ponce, directora de Negocio Agroalimentario de Banco Santander: "Para Banco Santander cada proyecto es único y diseñamos una financiación a medida con el fin de acompañar a nuestros clientes del sector del olivar en su crecimiento"
pág. 16

Gregorio Álvarez, presidente de Olivérica: "Antes o después el olivar en seto será el sistema más implantado en el mundo porque es el más eficiente"
pág. 18

Especial MUNDOLIVAR
• Actividades
• Programa
• Empresas patrocinadoras
pág. 20

La futura convivencia entre el olivar tradicional y el olivar de alta densidad: en busca de la rentabilidad para todos los productores
pág. 30

Match point para el virgen extra

Por Pandora Peñamil Peñañiel

Carlos Alcaraz no sólo ha heredado el gen competitivo de los grandes campeones, sino también un ingrediente en su dieta que es oro puro: el aceite de oliva virgen extra. Mientras el mundo del tenis celebra su triunfo en Roland Garros, nosotros celebramos la sabiduría que hay detrás de cada cucharada de este ingrediente esencial de nuestra cultura. El joven murciano ha declarado en más de una ocasión que el AOVE forma parte habitual de su alimentación. Y no es el único. Su antecesor y referente, Rafa Nadal, ya me confesó en una entrevista que sus alimentos estrella eran el aceite de oliva virgen extra y las aceitunas. Parece que el secreto del éxito también se cultiva entre olivos. Y es que el aceite de oliva virgen extra no es sólo una grasa saludable: es el emblema de un estilo de vida. El estilo de vida mediterráneo, que combina tradición, equilibrio, esfuerzo y conexión con la tierra. Una forma de vivir -y de competir- que ha forjado generaciones de talento dentro y fuera del deporte. Y mientras Alcaraz triunfa en París, otros no han tenido la misma puntería. Quizá a los jugadores de la selección española de fútbol les faltó un buen chorrito de AOVE en la dieta antes de enfrentarse a Portugal en la Nations League. Un poco más de "energía virgen extra" y quizás la historia habría sido otra. Lo cierto es que donde

hay aceite de oliva, hay carácter, hay tradición... y victorias.

Así como Roland Garros es el templo de la tierra batida, MUNDOLIVAR es el escenario donde el mundo del olivar y el aceite de oliva se dan cita con su propia élite. Si París es la capital del tenis en primavera, Córdoba y MUNDOLIVAR lo serán del AOVE durante los días 18 y 19 de junio. Ambos eventos celebran la excelencia, la tradición y la innovación:

uno en la pista, otro en el olivar.

Carlos Alcaraz ha llevado a lo más alto no sólo el deporte español, sino también los valores de nuestra tierra: esfuerzo, autenticidad y conexión con lo natural. Y en esa ecuación, el aceite de oliva virgen extra no es un simple ingrediente, sino un símbolo. Un símbolo de lo que nos une y nos representa.

Desde Grupo Editorial Mercacei invitamos a todo el sector oleícola y olivarero a reencontrarnos en este gran evento que ya es referencia mundial. Bajo el lema "Reducir costes: Más con Menos", en este Congreso se desvelarán las herramientas, y estrategias clave que marcarán el futuro del cultivo del olivo.

Brindemos allí juntos por los éxitos recientes, por la innovación constante y por una vanguardia que, como Alcaraz, no deja de romper moldes ni de sumar victorias. Porque el sector está en racha. Y esto, como para Carlitos, no es más que el principio.



INTELIGENCIA ARTIFICIAL



INDEPENDENCIA DIGITAL 5.0

www.imscontrolindustrial.com



PATROCINA LA NOTICIA DE LA SEMANA

"Vuelve MUNDOLIVAR, el mayor congreso mundial del olivar y el aceite de oliva"

pág. 20

**Fundadora:**

M. Dolores Peñafiel Fernández

Corresponsales:

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

Directora:

Pandora Peñamil Peñafiel

Redacción:

Alfredo Briega Martín
Cristina Revenga Palacios
redaccion@mercacei.com

Edita:

Mercacei
GRUPO EDITORIAL

CEO & Editor:

Juan A. Peñamil Alba

Redacción, Administración y

Publicidad:
Andrés Mellado, nº 72, bajo Izda.
28015 MADRID
Tfno.: 91 544 40 07
Fax: 91 543 20 49
admin@mercacei.com
suscripcion@mercacei.com
publicidad@mercacei.com
www.mercacei.com

Secretaría de Redacción y

Publicidad: Estrella de la Lama
Alcaide
Administración: Cristina Álvarez
Llorente
Departamento Comercial:
Natalia de las Heras
Corresponsal Italia (Milán):
Daniela Capogna
Corresponsal América del Sur:
Leonardo Moral

Suscripción:

MERCACEI Semanal
(46 nos al año)
con MERCACEI Magazine
(Trimestral)
Anual: 236 €
(Extranjero: 290 €)
MERCACEI FAX
(sólo para los suscriptores de MERCACEI)
Anual: 155 €
(Extranjero: 250 €)

Dépósito Legal:

M 28733 - 1994
ISSN
1134 - 525 X

Publicación confidencial para uso exclusivo de los suscriptores.

Prohibida la reproducción total o parcial de textos o fotografías, sin autorización escrita de la Editorial. MERCACEI no se responsabiliza de 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).

*s u m a r i o*

1	Editorial
2	Sumario
3	Análisis de Mercado
4	ACTUALIDAD
	• Salud
	• Formación
6-10	Mercado
	• Exportación
12	Entrevista con la TOP model Valeria Mazza
16	Entrevista con Lorena Ruiz Ponce, responsable de Negocio Agroalimentario de Banco Santander
18	Entrevista con Gregorio Álvarez, presidente de Olivérica
20	Prevía MUNDOLIVAR 2025
	• Actividades (p.22)
	• Programa (p.23)
30	• Patrocinadores (p.24)
40	Especial Convivencia Olivar Tradicional & Superintensivo
	ACTUALIDAD
	• Internacional
41	Precios en el lineal
42	Anuncios Breves
43	Agenda

*Restauración***La Junta de Andalucía intensifica los controles sobre las aceiteras ilegales en la restauración**

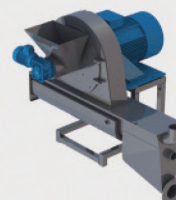
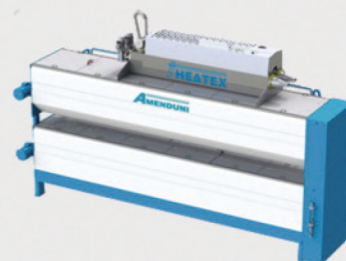
La Interprofesional del Aceite de Oliva Español ha destacado que los contactos que inició en el mes de enero, coincidiendo con la puesta en marcha de la campaña de información “¿Peeerdona?”, están dando sus frutos. Así, la organización ha precisado que la Dirección General de Consumo de la Junta de Andalucía acaba de anunciar la puesta en marcha de una campaña de inspección en al menos 900 establecimientos hosteleros de esa Comunidad Autónoma. En este sentido, el control normativo que se ejecuta en esta campaña también afecta al aceite de oliva y orujo de oliva en relación con las aceiteras.

Para la Interprofesional, esta decisión de la Junta llega tras el encuentro que mantuvieron en Jaén el presidente de la organización, Pedro Barato, y el consejero de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, Ramón Fernández-Pacheco.

En esta reunión, Barato trasladó el malestar del sector por el grado de incumplimiento de la norma y aseguró que “la Junta de Andalucía, junto con las demás Comunidades Autónomas, tienen que velar por el cumplimiento de una ley que ya tiene 10 años.

Tenemos que estar a favor del consumidor”.

El consejero andaluz resaltó que “la norma está ahí y que ahora es deber de todos que se cumpla. Y desde luego, la Junta de Andalucía será diligente”.

EVO LINE
NUEVO DECANTERNUEVOS MOLINOS
PARA ACEITUNA VERDE O MADURAHEATEX
INTERCAMBIADOR DE CALOR
DE ALTA EFICIENCIAREX LIMITED
NUEVO NUEVO MODELO

ACCIAIERIE VALBRUNA
High quality is our standard

Via delle Mimose, 3 (Z.I.) - 70026. Modugno. Bari. Italia
+39 080.5314910 - info@amenduni.it

P.I. Los Olivares. C/ Huelma, parc.19 - 23009. Jaén. España
+34 953 281 315 - amenduni@amenduni.es





Aceite de oliva

Tranquilidad y poco movimiento

La Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) ha hecho públicos los datos provisionales del mercado del aceite de oliva en mayo, octavo mes de la campaña 2024/25, de los que se desprende que la producción acumulada es de 1.414.124 t. Por su parte, las salidas se sitúan en 120.094 t., sin incluir las importaciones.

En cuanto a las existencias, 555.574 t. se encuentran en almazaras; 200.610 t. en envasadoras; y 7.128 t. en el Patrimonio Comunal Olivarero.

El secretario general de UPA-Andalucía, Jesús Cózar Pérez, ha detallado que en “los ocho meses de campaña de comercialización que llevamos, entre octubre de 2024 y mayo de 2025, las ventas de aceite de oliva alcanzan ya el millón de toneladas, lo que representa más del 70% de la producción total. De seguir esta evolución, al final de la campaña venderemos más aceite de oliva del producido”.

Jaén

La oferta se muestra algo más firme, pero sigue sin encontrar respuesta en la demanda. Escaso movimiento en el mercado a la espera de conocer la repercusión que tendrán los datos de producción y salidas. En este contexto, el lampante se establece a 2.800/2.850 €/t.; el virgen, a 3.000/3.100 €/t.; el AOVE, a 3.300/3.800 €/t.; y el refinado, a 2.950 €/t.

Córdoba

Mayor firmeza en el mercado debido a que la oferta, pendiente de conocer el impacto de las salidas de mayo, se ha retirado a la espera de que los datos puedan repercutir al alza en las cotizaciones. Así, el lampante se oferta a 2.800/2.850 €/t.; el virgen, a 3.000/3.050 €/t.; el AOVE, a 3.400/3.900 €/t.; y el refinado, a 2.950 €/t.

Rosa Moliterno

Broker
Aceite de oliva a granel

952 603 030
rm@iberiadeaceites.com

 **Iberia de Aceites S.L.**

Sevilla

Mucho calor y escasa operatividad, con una oferta que confía en que suban algo las cotizaciones y una demanda que sigue satisfaciendo necesidades puntuales. En este sentido, el lampante se sitúa a 2.800/2.850 €/t.; el virgen, a 3.150/3.400 €/t.; el refinado, a 2.950 €/t.; y el AOVE, a 3.800/4.200 €/t.

Málaga

Mercado muy tranquilo, al igual que en semanas anteriores, cumpliendo con los contratos adquiridos con anterioridad y una demanda comprando lo estrictamente necesario para satisfacer sus necesidades. En este contexto, ninguna categoría muestra cotización

Castilla-La Mancha

Semana relativamente tranquila a la espera de conocer la repercusión de los datos de mayo. Ligeras tendencias al alza en las cotizaciones. La floración marcha muy bien, pero podría verse ligeramente perjudicada por las altas temperaturas. Así, el virgen cotiza a 2.900/3.400 €/t.; y el AOVE, a 3.500/4.000 €/t.

Extremadura

El mercado sigue caracterizado por la estabilidad y las variaciones -tanto al alza como a la baja- son mínimas; una tendencia que podría continuar en las próximas semanas. En este sentido, el lampante se oferta a 2.700/2.800 €/t.; el virgen, a 3.100/3.200 €/t.; y el AOVE, a 3.500/4.200 €/t.

Valencia

Semana muy tranquila sin cambios en las cotizaciones, con una oferta firme -aguardando las reacciones a los datos de mayo- y una demanda desaparecida. Así, el lampante repite a 2.800 €/t.; el virgen, a 3.100 €/t.; el AOVE, a 3.500 €/t.; y el refinado, a 2.900 €/t.



ÍBERO
TECNOLOGÍA ITALIANA,
TEMPERAMENTO ESPAÑOL



Mayor cercanía
con el cliente



Máxima eficiencia
energética gracias al
revolucionario motor IES



Gestión inteligente con
mantenimiento predictivo
y conectividad avanzada



PIERALISI
CIRCULAR THINKING

www.pieralisi.com



Olea Sylvestris trabaja en la producción de un aceite con alto contenido de polifenoles

La asociación *Olea Sylvestris*, radicada en la Sierra de Cádiz, es consciente de que en el aprovechamiento de las cualidades biosaludables del aceite de oliva virgen extra y del sabor único del AOVE producido en el olivar de montaña propio de esta comarca radica el futuro de una industria que, de forma directa o indirecta, implica a miles de familias en este territorio, según ha informado la Diputación gaditana.

La Diputación de Cádiz, a través del Área de Planificación, Coordinación y Desarrollo Estratégico, ha concedido a *Olea Sylvestris* una subvención de 121.090 euros para el desarrollo de un proyecto que se enmarca en el programa Dipulnova+, una estrategia que apuesta por la “excelencia científica, el liderazgo tecnológico, la innovación abierta y el talento” y cuyo reto es hacer de Cádiz un territorio “inteligente, creativo, innovador y sostenible”, según ha explicado el vicepresidente cuarto de la Diputación y responsable del Área, Germán Beardo.

Gracias a esta colaboración ya se empiezan a recoger los primeros frutos de un proyecto que trata de potenciar los elementos diferenciadores del aceite de oliva virgen extra de montaña de la Sierra de Cádiz.

En concreto, el responsable de *Olea Sylvestris*, Luis Lucero, se ha referido a los “biofenoles” o “polifenoles”. Se trata de compuestos de origen vegetal con propiedades antioxidantes y antiinflamatorias. El objetivo del proyecto pasa por conservarlos en la mayor proporción posible dentro del aceite que más adelante llegará a las mesas de los consumidores.

Para conseguirlo, según ha detallado la Diputación gaditana, hay que cuidar todo el proceso, desde la recolección de la aceituna hasta su transformación en la almazara, también el envasado. Se precisa para ello no sólo de investigación científica, sino de una maquinaria especializada y diseñada expresamente para que este colectivo, con sede en la Finca Las Lajas de Zahara de la Sierra, pueda avanzar en su producción. “Este aceite será más caro, pero merecerá la pena”, ha señalado Lucero.

Gracias a la subvención de la Diputación de Cádiz, *Olea Sylvestris* ya cuenta con equipos diseñados expresamente para el proyecto y que ya se han instalado. Máquinas específicas para la regulación y conservación de la aceituna, el batido conservador de polifenoles o para el llenado de aceite en condiciones controladas.

Intermediario de aceite de oliva

**Ramón
Alcalá**

607 628 997

administracion@origenia.com

Tel.: 957 498 590 • Fax: 957 245 155

Y ya se trabaja en las siguientes fases del proyecto, donde se incidirá en cuestiones como el etiquetado y la generación de documentación didáctica y científica.

Por el momento, se está trabajando en la identificación de las especies de olivos con mayor potencial en la producción de biofenoles. A su juicio, este estudio es fundamental teniendo en cuenta que en la Sierra de Cádiz tienen presencia un gran número de las variedades de aceitunas autóctonas de Andalucía (picual, hojiblanca, verdial, manzanilla y lechín).

La Unión Europea (UE) impone una serie de requisitos para poder incluir en la etiqueta de los productos que los mismos contienen propiedades beneficiosas para la salud humana. En el caso que ocupa a este proyecto, se especifica que el aceite de oliva debe contener polifenoles en un mínimo de 250 partes por millón (ppm). Según análisis que se han llevado a cabo ya con el aceite producido en la campaña 2024/25 con la colaboración del Departamento de Química de la Universidad de Córdoba, se han obtenido unos resultados “muy prometedores”, ha revelado Luis Lucero, quien ha señalado que llega a calificar los parámetros de presencia de polifenoles en este aceite de oliva de la Sierra de Cádiz como “realmente asombrosos”.

Gracias a la aportación de la Diputación de Cádiz a través del programa Dipulnova+, la asociación ha podido contratar a personal téc-

nico experto para el desarrollo del proyecto. Es el caso de Raquel Fernández y Andrea Arlin, quienes que se encargan de exponer algunos de los beneficios que un aceite de oliva alto en polifenoles puede tener en la salud humana. En este sentido, han aludido a PREDIMED y CordioPrev, dos estudios clínicos que investigan el impacto de la Dieta Mediterránea en la salud cardiovascular. Dichos estudios ya avanzan los efectos sumamente beneficiosos del aceite de oliva virgen extra, pero van más allá. Y es que un mayor número de polifenoles en el mismo contribuirá a reducir los riesgos de eventos cardiovasculares, ayudará contra la neurodegeneración, con incidencia, por ejemplo, en la prevención del Alzheimer, o también se ha demostrado su importancia en la prevención del cáncer de mama, entre otros beneficios potenciales, según ha destacado la Diputación de Cádiz, al tiempo que ha añadido que la justificación para el desarrollo de este proyecto es más que sólida. Pero en *Olea Sylvestris* han abogado por la difusión al gran público de todo lo que se ha descubierto. Para ello se va a crear una base de datos de código abierto con estudios científicos relativos a la conveniencia de la Dieta Mediterránea y el impacto positivo de los polifenoles en la salud humana. De esta forma, se va a habilitar la primera biblioteca digital donde cualquier persona podrá consultar una importante cantidad de estudios publicados en revistas científicas relacionados con el consumo de AOVE y su influencia en las enfermedades humanas.

Por otro lado, está previsto que en el mes de noviembre de este mismo año 2025 se celebre un congreso científico con expertos en el que se divulgarán los resultados obtenidos en este proyecto.

El siguiente reto será el de la comercialización de *Virens*, que será el nombre de este especial aceite de oliva virgen extra de montaña de la Sierra de Cádiz.



La Fundación PepsiCo presenta el programa *VivaOliva* y pone en marcha los primeros talleres formativos

La Fundación PepsiCo ha presentado *VivaOliva*, una iniciativa destinada a apoyar a 150 pequeños productores de aceite de oliva de Bedmar (Sierra Mágina, Jaén) que forman parte de la SCA Bedmarensa en su transición hacia una agricultura más regenerativa, inclusiva y resiliente. La presentación ha tenido lugar en las instalaciones de la cooperativa, seguida de una cata de aceite en la que se han podido dar a conocer los objetivos, necesidades e impacto del programa recién estrenado, además de degustar la calidad del AOVE que se produce en la región.

La directora de la Fundación PepsiCo en Europa, Andrea Pont, ha sido la encargada de abrir la sesión en la que ha destacado que en la entidad “trabajamos para atender las necesidades sociales de forma local y tangible. En el ámbito de la agricultura regenerativa significa poner a los agricultores en el centro, ayudándoles a ser más resilientes y a construir modelos de negocio más rentables, demostrando a las futuras generaciones que la agricultura es un camino viable, sostenible y lleno de oportunidades”.

La Fundación PepsiCo destinará 300.000 euros al programa *VivaOliva* para impulsar la agricultura regenerativa en Bedmar (Jaén), mediante prácticas como el compostaje, los cultivos de cobertura y las zanjas de infiltración, que mejoran la salud del suelo, la eficiencia en el uso del agua y la biodiversidad. Además, el programa ofrece soporte financiero y formación para facilitar la adopción de tecnología, mejorar la rentabilidad a largo plazo y fomentar el relevo generacional. Con un enfoque centrado en las personas, también promueve el liderazgo femenino en el ámbito agrario y posiciona esta actividad como una vía de desarrollo profesional viable.

LEONARDO D'ERRICO

610 78 51 92

Brokerage Olive Oil

ACEITES TUCCITANOS

Tel.: 953 301 100 - info@aceitestuccitanos.com

Todo ello, con el respaldo técnico de expertos como *Earthworm Foundation*, *The Sustainable Smallholder* y *The Regen Academy*.

En 2024, Alvalle utilizó exclusivamente aceite de oliva virgen extra de Jaén, trabajando con una cooperativa local como socio estratégico. A través de su participación en *VivaOliva*, continúa promoviendo el desarrollo rural, el apoyo a los pequeños agricultores y un sistema alimentario más justo y sostenible en una región clave para la marca.

Talleres formativos

Asimismo, coincidiendo con el arranque del programa, se han llevado a cabo dos talleres técnicos. El primero de ellos, ha estado enfo-

cado en las agricultoras. Bajo el título “*Mujeres cultivando el futuro del olivar*”, y a través de dinámicas participativas, las participantes han podido compartir sus retos y una propuesta de soluciones para innovar en el sector del olivar con el objetivo de hacerlo más creativo, rentable y sostenible en el largo plazo. Durante el taller se han explorado nuevas vías de diversificación de negocio con productos innovadores, como el té de hoja de olivo o los jabones naturales que podrían incluirse como nuevas fuentes de ingresos.

La responsable de impartir el taller, Erika Balzarelli, fundadora de la consultora *The Sustainable Smallholder*, ha subrayado que “la verdadera regeneración es holística: no se puede regenerar el suelo sin regenerar también a las personas. Sin mujeres y jóvenes empoderados, sin una mentalidad abierta y comprometida, no hay futuro para nuestras fincas. Regenerar es trabajar a la vez lo ambiental, lo social y lo económico”.

El segundo taller se ha focalizado en estrategias de agricultura regenerativa y en concreto ha tratado la temática “*Cubiertas vegetales para cada situación: ¿qué especies necesito?*”. Esta sesión práctica abierta a toda la comunidad agraria ha permitido explorar el diseño de estrategias regenerativas personalizadas según diferentes condiciones del terreno, partiendo de la observación, la diversidad y el intercambio de experiencias. “Regenerar el suelo es despertar la vida bajo nuestros pies y aprovechar de manera positiva las herramientas de la naturaleza: donde hay suelo sano, hay agua, biodiversidad y futuro”, ha declarado Pedro Liñán, encargado del taller y director de proyectos de agricultura regenerativa en *Earthworm*.





MERCADO

Precios diarios en origen en *Club Mercacei*
www.mercacei.com*Aceites de oliva*C
o
t
i
z
a
c
i
o
n
e
s

d
e

A
c
e
i
t
e
s

y

G
r
a
s
a
s

		EUROS/T. SEMANA 9/15 junio '25 (Cierre día 5 junio '25)	EUROS/T. SEMANA 16/22 junio '25 (Cierre día 11 junio '25)
	ANDALUCÍA	€/t.	€/t.
J A É N	Lampante, base 1º	2.750	2.800/2.850
	Virgen	3.000	3.000/3.100
	Virgen extra	3.300/3.800	3.300/3.800
	Refinado	2.850	2.950
C Ó R D O B A	Lampante, base 1º	2.700/2.750	2.800/2.850
	Virgen	3.000	3.000/3.050
	Virgen extra	3.400/3.800	3.400/3.900
	Refinado	2.900	2.950
S E V I L L A	Lampante, base 1º	2.700/2.800	2.800/2.850
	Virgen	3.000/3.400	3.150/3.400
	Virgen extra	3.800/4.200	3.800/4.200
	Refinado	2.900	2.950
G R A N A D A	Lampante, base 1º	2.750	2.800/2.850
	Virgen	3.000	3.000/3.100
	Virgen extra	3.300/3.800	3.300/3.800
M Á L A G A	Lampante, base 1º	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra	3.200/3.400	Sin oper.
T O L E D O	CASTILLA-LA MANCHA		
	Virgen	2.900/3.200	2.900/3.400
	Virgen extra	3.500/3.900	3.500/4.000
LÉRIDA Y TARRAGONA	Virgen extra (DOP)	Sin oper.	Sin oper.
A L I C A N T E	COMUNIDAD VALENCIANA		
	Lampante, base 1º	2.800	2.800
	Virgen	3.100	3.100
	Virgen extra	3.500	3.500
	Refinado	2.900	2.900
B A D A J O Z	EXTREMADURA		
	Lampante, base 1º	2.600/2.700	2.700/3.800
	Virgen	3.000/3.200	3.100/3.200
	Virgen extra	3.500/4.200	3.500/4.200

* Estos precios son orientativos.
Mercacei no se responsabiliza del uso que los
lectores hagan de los mismos.

patrocinador oficial de los precios del aceite de oliva

AGROISA

INMECAL ITB IntecBIO Agrotechbiomed

AGROISA.COM info@agroisa.com

CDTI Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial

agroisa

tratamiento y adecuación postcosecha del fruto y del agua

Cámara de Comercio de Huelva

agroisa.com



Aceites de orujo

EUROS/T.
SEMANA
9/15 junio '25
(Cierre día 5 junio '25)

EUROS/T.
SEMANA
16/22 junio '25
(Cierre día 11 junio '25)

SEVILLA

ANDALUCÍA

	€/t.	€/t.
Refinable, base 10º	1.300	1.300
Refinado, winterizado, a granel, sobre origen	2.150	2.150

Aceites de semillas

SEVILLA

ACEITE DE GIRASOL

(Sobre origen a granel)

Crudo

Sin oper.

Sin oper.

Refinado

1.220

1.220

ACEITE DE SOJA

(Sobre origen cisternas)

Crudo

1.280

1.260

Refinado

1.330

1.310

ACEITE DE SEMILLAS

Refinado

1.220

1.220

Oleínas y Ácidos grasos

Oleínas de aceite de girasol-soja

Sin oper.

Sin oper.

Oleínas de orujo

Sin oper.

Sin oper.

Ácidos grasos de oliva

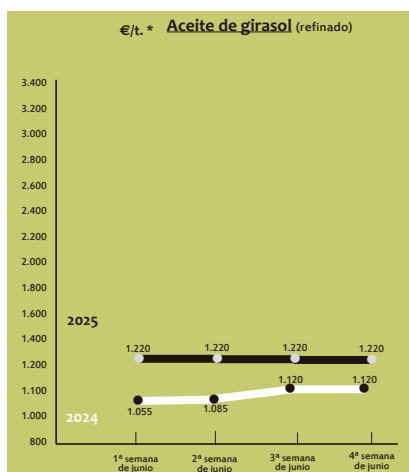
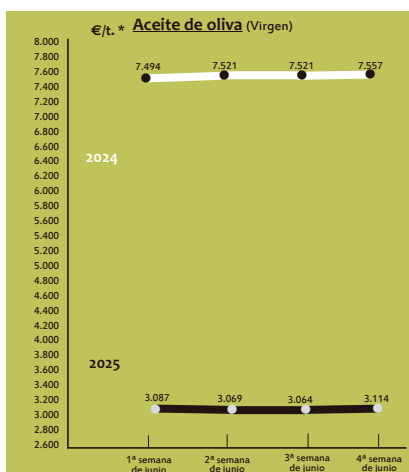
Sin oper.

Sin oper.

(de refino físico)

(Estos precios se entienden sin envase sobre fábrica).

Evolución mensual de los precios



Consulta todos los
precios en origen
actualizados en
Club Mercacei,
el club exclusivo
para nuestros
suscriptores

Si no tienes tus claves, solicítalas
a redaccion@mercacei.com

(* Media ponderada a nivel nacional).



Aceites y Grasas industriales

MADRID
BARCELONAEUROS/KG.
SEMANA
9/15 junio '25
(Cierre día 5 junio '25)EUROS/KG.
SEMANA
16/22 junio '25
(Cierre día 11 junio '25)

	€/t.	€/t.
SEBO FUNDIDO	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO, Extra-fancy	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO, Fancy	s/c	s/c
GRASA ANIMAL 3°/5° (origen)	1.050	1.010
MANTECA DE CERDO 0,5° (origen)	1.130	1.130
ACEITE DE COCO (refinado)	3.000	3.050
ACEITE DE LINAZA (refinado)	s/c	s/c
ACEITE DE PALMA	1.400	1.400
ACEITE DE PALMISTE	2.160	1.840
ACEITE DE MAÍZ	1.370	1.330
ACEITE DE COLZA	1.335	1.346
ACEITE DE RICINO	1.280	1.280
ACEITE DE PESCADO refinado	4.510	4.500

*Precios orientativos.

Características de los aceites y las grasas industriales

SEBOS FUNDIDOS nacionales son: Título 42/43° C, 3% acidez, a granel (sobre Madrid y Cataluña).

SEBOS FUNDIDOS de importación USA: Fancy y Extra-fancy, a granel, sobre Barcelona.

GRASA ANIMAL: 10/12° de acidez, color FAC 34/36 título 39° C; humedad e impurezas, 2% base, sobre camión muelle Barcelona.

MANTECA DE CERDO: acidez 1%, color FAC 1/3, a granel.

ACEITE DE COCO: acidez base 3%, sobre Barcelona.

ACEITE DE LINAZA refinado: 0,5° de acidez. Color Gardner 2. 4 max. Índice de yodo 182 mínimo.

ACEITE DE MADERA: sobre Barcelona.

ACEITE DE RICINO: calidad nº1, índice de yodo 80/90. Color Gardner 2/3. Sobre Barcelona.

ACEITE DE PATA DE BUEY: punto de enturbamiento 2/3°C, sobre Barcelona.

ACEITE DE PESCADO: índice de yodo 150/160, acidez 2%, color Gardner 7/9, sobre Vigo, envase aparte.

ACEITE DE PESCADO color oscuro: Acidez 5% / 10%, sobre Barcelona.

ACEITE DE SARDINA crudo: color anaranjado, índice de yodo 175 mínimo, acidez 5%, sobre Vigo, a granel.

ACEITE DE SARDINA neutro: índice de yodo 170/180, color amarillo, sobre camión Barcelona.

GLICERINA DESTILADA: 98% glicerol, en cisternas.

GLICERINA BIDESTILADA: 99,5% glicerol, color apha 10, sobre camión Barcelona.



GUILLÉN

BROKER



MIGUEL GUILLÉN

INTERNATIONAL OLIVE OIL BROKER



Avda. Constitución, 27 - 1° B • 41004 Sevilla • Móvil: +34 673 654 426 / +34 687 650 487
miguel@guillenbroker.com • execution@guillenbroker.com



Mercado internacional

		EUROS/KG. SEMANA 9/15 junio '25 (Cierre día 5 junio '25)	EUROS/KG. SEMANA 16/22 junio '25 (Cierre día 11 junio '25)
ITALIA	SUR DE PUGLIA	€/t.	€/t.
		ACEITE DE OLIVA virgen extra	8,70
		ACEITE DE OLIVA refinado	3,00
		ACEITE DE OLIVA lampante	2,60
		ACEITE DE ORUJO refinado	2,20
		ACEITE DE GIRASOL refinado	1,22
		ACEITE DE MAÍZ refinado	1,30
		ACEITE DE SOJA refinado	1,38
		ACEITE DE CACAHUETE refinado	2,00
		ACEITE DE OLIVA virgen extra	9,40
NORTE DE PUGLIA & CALABRIA		ACEITE DE OLIVA virgen	Sin oper.
TÚNEZ	MARRUECOS	ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,65/3,75
		ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,80/5,50
		ACEITE DE OLIVA refinado	3,10/3,15
GRECIA	TURQUÍA	ACEITE DE OLIVA virgen extra Creta	3,90/4,20
		ACEITE DE OLIVA virgen extra Peloponeso (Precios facilitados por 25 Olio Officina Magazine)	3,75/4,00
PORTUGAL		ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,60/3,90

TIPOS DE INTERÉS INTERBANCARIO (11 de junio de 2025) (Los tipos de mercado)

	1 semana	1 mes	2 meses	3 meses	6 meses	12 meses
Euro (euribor)	-	-	-	-	-	3,73
Dólar	-	4,57	-	4,97	5,26	5,68
Yen Japonés	-	-	-	-	-	-
Libra Esterlina	-	4,03	-	4,32	4,71	-
Franco Suizo	-	-	-	-	-	-
Dólar Canadiense	-	-	-	-	-	-

Euro

Peseta	166,386
Lira italiana	1.936,270
Escudo portugués	200,482
Dracma griego	340,750
Florín	2,204
Dólar	1,095
Dólar Canadá	1,498
Yen japonés	162,97
Corona sueca	11,362
Corona checa	25,348
Libra esterlina	0,837
Franco suizo	0,939



Look out!
High Quality Extra Virgin Olive Oil
is right here!

ceqitalia.com





Exportaciones

Las exportaciones de aceite de oliva y aceitunas de la UE caen un 11% en valor en los dos primeros meses de 2025

Las exportaciones de aceitunas y aceite de oliva de la UE cayeron un 11% en valor, hasta alcanzar 1.064 millones de euros entre enero y febrero de 2025. Por su parte, las importaciones comunitarias de estos productos disminuyeron un 31%, hasta alcanzar 225 millones de euros en los dos primeros meses del año, según el último informe sobre comercio agroalimentario publicado por la Comisión Europea (CE).

El Ejecutivo comunitario ha precisado que las exportaciones de aceitunas y aceite de oliva disminuyeron en 133 millones de euros respecto al mismo periodo del año anterior, debido a la moderación de los precios tras alcanzar su máximo en 2024, mientras que los volúmenes exportados aumentaron un 9%.

Cabe recordar que las exportaciones de aceitunas y aceite de oliva de la UE se incrementaron un 41% en valor en 2024, hasta alcanzar 7.199 millones de

euros; mientras que las importaciones comunitarias de estos productos aumentaron un 43%, hasta alcanzar 1.753 millones de euros el pasado año.

A nivel general, el informe de Bruselas apunta que las exportaciones agroalimentarias de la UE alcanzaron los 38.657 millones de euros, un 3% más que el mismo mes del año anterior.

Reino Unido se mantuvo como el principal destino de las exportaciones comunitarias, con un aumento del 4%, hasta 8.793 millones de euros en enero y febrero de 2025; mientras que EEUU se mantuvo como el segundo destino de las ventas europeas al exterior, con un incremento del 9%, hasta 5.005 millones de euros.

Por su parte, las importaciones de la UE alcanzaron los 31.263 millones de euros, un 17% más que en enero y febrero de 2024, de los cuales 2.601 millones de euros correspondieron a EEUU (+14%) y 2.476 millones de euros a Brasil (+4%).

MATERIAS PRIMAS PARA *piensos compuestos*

PRECIOS	
HARINAS	€/t.
Harina de soja (s. fábrica).....	385
Harina de girasol (integ.) (abril).....	280
Harina de pescado (extra, sobre fábrica productora, con envase. 64/65% proteínas. Salido de fábrica en sacos paletizados fob Hamburgo).....	1.550
Dólares/t.	
Harina de pescado, de Perú	s/c
Harina de soja (Buenos Aires)	s/c
(Precios cif Rotterdam)	
CEREALES	€/t.
(Estos precios son en origen)	
Maíz	325
Trigo panificable	360
Trigo forrajero (puerto destino)	340
Cebada cervecera	270
Cebada dos carreras	270
Colza (puerto destino)	752
Guisantes	280
Centeno	220
Harina de girasol (pellets)	230
Harina de girasol (alto proteico)	290

LA BOLSA DE CHICAGO

Habas de soja: La semana cerraba a **1.049,75** centavos de dólar por bushel; la última semana cerró a **1.044,75**.

◆ Precios: Futuros julio.

Harina de soja: **294,10** dólares por tonelada corta era el último precio de cotización al cierre de nuestra revista, mientras que la anterior indicaba **296,90**.

◆ Precios: Futuros julio.

Aceite de soja: Cerraba a **48,04** centavos de dólar por libra, desde la última cotización de a **46,72**.

◆ Precios: Futuros julio.

Maíz: Terminó la semana a **436,50** centavos/bushel, habiendo comenzado a **438,00**.

◆ Precios: Futuros julio.



J. Morales Navas
comercial aceitera s.l.u

Tif. +34 957 676 009 / +34 957 676 044
Mob. +34 686 965 465
DOÑA MENCIA - CÓRDOBA



ÍBERO

**TECNOLOGÍA ITALIANA,
TEMPERAMENTO ESPAÑOL**



Mayor cercanía
con el cliente



Máxima eficiencia
energética gracias al
revolucionario motor IE5



Gestión inteligente con
mantenimiento predictivo
y conectividad avanzada

A full-page photograph of Valeria Mazza, a blonde woman with her hair pulled back, wearing a light blue and white vertically striped blazer over a white shirt and a light blue tie. She is standing outdoors in front of a white stone wall and greenery, including palm trees. The lighting is bright and natural.

Valeria Mazza, entre la moda, la gastronomía (con AOVE) y el arte de reinventarse

Entrevistada por Pandora Peñamil Peñafiel

Valeria Mazza se ha consolidado como un icono internacional, no solo en el mundo de la moda, sino también en el ámbito empresarial y cultural. Apasionada de la gastronomía y el cuidado personal, Mazza reflexiona acerca de la importancia de los hábitos saludables en su estilo de vida, donde el aceite de oliva virgen extra ocupa un lugar privilegiado. Con una trayectoria que abarca pasarelas, proyectos empresariales y compromisos sociales, la historia de esta supermodelo que compartió pasarela con Claudia Schiffer, Cindy Crawford o Naomi Campbell, refleja un equilibrio entre tradición, innovación y la búsqueda constante de nuevas metas (gastronómicas también).

En alguna ocasión has comentado que la pasta es tu debilidad y que sueles condimentarla con leche desnatada o aceite de oliva y poca sal. ¿Qué significa para ti el aceite de oliva?

Me encanta la pasta y el aceite de oliva es un condimento esencial para aderezarla. Recuerdo estar en España hace muchos años en un restaurante donde nos ofrecieron la oportunidad de catar diferentes aceites de oliva. Fue la primera vez que fui consciente de que existía la posibilidad de degustar diferentes tipos de AOVE dependiendo de qué variedad eran. Lo cierto es que me quedé realmente impresionada y, desde ese momento, me encanta probar diferentes aceites. Sin duda, el aceite de oliva es un ingrediente que no falta en mis comidas.

Tu profesión te ha exigido llevar una dieta rica y saludable... ¿Ocupa el aceite de oliva un lugar destacado en este estilo de vida? ¿Lo usas habitualmente para cocinar?

Creo firmemente que “somos lo que comemos”, por eso miro mucho la calidad de los productos que elijo. Consumo muy pocas harinas, grasas y azúcares. Me doy algún capricho de vez en cuando pero siendo muy consciente de que es eso, un capricho. El aceite de oliva lo uso como ingrediente saludable que es y, por ello, lo tengo muy en cuenta a la hora de hacer la compra. Claro que uso habitualmente AOVE en mis comidas, es la única grasa que consumo. También me gusta jugar con aceites aromatizados, por ejemplo con trufa, que les aportan un toque mágico a ciertos platos.



Por cierto, durante la pandemia te animaste a cocinar con tus hijos y mostrarlo en las redes sociales. ¿Qué platos son tus preferidos para cocinar en casa? ¿Si alguno lleva aceite de oliva, mejor!

Sí, me encanta la cocina y cocino mucho. Durante la pandemia decidimos compartir en familia cómo era nuestro día a día en la cocina a través de las RRSS y fue una experiencia muy divertida.

Me gusta la cocina poco elaborada, es decir, los sabores caseros, lo simple pero rico, lo preparado en casa. Yo soy de ver lo que tengo en la nevera o en la despensa y, con ello, idear diferentes platos, ya sea de carne al horno o a la plancha, pescado, pollo... También hago muchas recetas con verdura y me encantan los soufflés. Y siempre, siempre, finalizo mis platos con un toque de AOVE.

Muchos famosos como Alejandro Sanz o Francis Ford Coppola han lanzado su propia marca de vino o de aceite de oliva. ¿Qué te parecen estas iniciativas? ¿Crees que suponen un impulso para el conocimiento a nivel internacional de productos como el aceite de oliva?

Me encanta la idea de tener una marca. Yo tengo mi propia marca de eyewear, perfume, cosmética, zapatos y complementos, pero no descarto la posibilidad de crear una marca gastronómica. Llevo tiempo hablando con una bodega para lanzar una marca de vino. En Argentina tenemos grandes vinos y me encantaría poder elaborar uno que lleve mi nombre y posicionarlo en el mercado internacional. Tanto el vino como el aceite de oliva son productos muy arraigados a la cultura de un lugar y vincularlos a personajes internacionales supone una promoción definitiva para ellos.

Sabemos que por tu trabajo has viajado mucho por países y ciudades diferentes. ¿En qué sitio has disfrutado más con su gastronomía y su cocina?

Los lugares donde más disfruto son, sin duda, Italia y España. Aunque también me gusta viajar por países de Asia y Oriente Medio para descubrir sus exóticas cocinas. Y, sin irme tan lejos, a Perú o a Chile, donde se come increíble. Lo que más me gusta del mundo es perderme en estos lugares, y en muchos otros, y disfrutar de su cocina tradicional, la de verdad.

Hasta ahora lo cool era entender de vino. Sin embargo, desde hace un tiempo, lo sofisticado es saber de aceite de oliva y regalarlo, como antes se podía



hacer con un buen vino. De hecho, Francis Ford Coppola o Javier Barden nos han confesado que ellos regalan aceite en muchas ocasiones cuando les invitan a cenar a casa de algún amigo. ¿Qué sueles llevar tú?

Cuando me invitan a una cena llevo siempre flores, vinos y, sobre todo, champagne. Por una simple razón, a mí me encanta y yo creo que a veces uno regala lo que le gustaría que le regalasen (risas). Pero un buen vino siempre es un acierto. Ah,

y muchas veces también llevo un libro de fotografías de Argentina; me parece un muy buen regalo para promover parte de mi cultura.





ESCAPARATE DE PROVEEDORES



ANÁLISIS

AxFlow
LA MEJOR TECNOLOGÍA NIR EN ALMAZARA

Mayor Rentabilidad - Rápida Amortización

LABORATORIO "At-line" PROCESO "On-line"

ZEUTEC **Polytec**

SpectraAnalyzer Sistema Polytec

www.axflow.es

DEPÓSITOS INOX. Y LÍNEAS DE EXTRACCIÓN

MANZANO Flottweg

LÍNEAS COMPLETAS EXTRACCIÓN · BODEGAS ACERO INOXIDABLE · SERVICIO TÉCNICO OFICIAL FLOTTWEG

WWW.CALDERERIAAMAZANO.NET

SERIJEREZ
DECORACIÓN EN VIDRIO

DECORACIÓN EN VIDRIO

SERIGRAFÍA VITRIFICABLE Y ORGÁNICA, PINTADO TOTAL Y PARCIAL, HOT STAMPING

tecnilab
tecnología analítica

La solución integral para su almazara

Medición NIR de Grasa, Humedad y Acidez en aceituna y orujo

ENVASES/ENVASADO

AUTELEC
TECNOLOGÍA, S.L.

Tel: +34 963 751 471
+34 628 632 992
comercial@autelec.es
www.autelec.es

EXTRACCIÓN

centrifugación alemana

La extracción convertida en arte.

BOMBAS

bombas **TRIEF** desde 1967

Bombas de aletas de desplazamiento positivo para aceites vegetales

ventas@bombastrief.es
www.bombastrief.es

Codi - Pack
MARCAJE Y CODIFICACIÓN, S.L.

20 AÑOS SOLUCIONANDO SUS PROBLEMAS DE LLENADO Y ETIQUETADO

www.codi-pack.com

Palacín

Desde más de 150 años, ANDRITZ SEPARATION se ha especializado en el desarrollo de tecnologías y componentes claves en el sector de la separación. Con más de 10000 toneladas de capacidad instalada en todo el mundo, ANDRITZ SEPARATION es líder en las soluciones en el suministro de centrifugación.

Los centrifugadores Pflager están diseñados específicamente para la filtración sólido-líquido en especial para el sector minero, cumpliendo con los requisitos más exigentes. PALACÍN incorpora en su línea de extracción continua todo gran tamaño y de suministro en el distribuidor exclusivo de ANDRITZ SEPARATION para España y Portugal.

GP
González y París

La experiencia marca la diferencia

ifamensa
INDUSTRIA DE FABRICACIÓN DE ENVASES Y ALMACÉN, S.L.

Únicos Fabricantes Especializados en el Envasado de Aceites desde 1962

POLAT
Logra Grandes Cosas en Espacios Pequeños

LÍNEAS PARA EXTRACCIÓN DE ACEITE DE OLIVA

www.polatas.com.tr

Llenadora semi-automática Semi-automatic filler

CAUDALÍMETROS DE ALTA PRECISIÓN HIGH ACCURACY FLOWMETERS

EXPERIENCIA EXPERIENCE

50 AÑOS YEARS 40 PAÍSES COUNTRIES

Ausere

Tel: +34 976 50 43 40 - Fax: +34 976 50 07 31
ausere@ausere.es
O'Donnell, 26 50010 Cuarte de Huerva Zaragoza ESPAÑA / SPAIN

www.ausere.es

FÁBRICA Y ALMACÉN
Avda Vicente Pimentieri nº 12
14830 BAENA (Córdoba)
Tel: 0034 937 665 115
e-mail: tacsa@tacsa.com

DELEGACIÓN EM PORTUGAL
Rua A - Pavilhão OS
Zona Ind. de Mirandela
5370-565 MIRANDELA
Tel: 00351 278 016 522

TACSA

Nos adaptamos a sus necesidades. La extracción a su medida.



ESCAPARATE DE PROVEEDORES



LABORATORIOS

agrama
ciencia y vida

Análisis Agroalimentarios
Rigor | Esfuerzo | Compromiso

www.laboratorioagrama.com

TAMESUR, S.A.

MAQUINARIA DE ELEVACIÓN Y TRANSPORTE

VIVEROS/CAMPO

Lecciana,
la variedad italiana de los
GRANDES ACEITES

LABORATORIO DE ANÁLISIS
Fundado en 1944

Especializados en análisis de grasas y aceites
75 años de experiencia en el sector oleícola nos avalan

P.I. La Negrilla - C/ Laminadora, Nº 3, Puerta 51 - 41016 Sevilla
Telf. 954 57 12 21 - Fax 954 57 13 66
espejo@laboratorioespejo.com

treico
Industrial Machinery Solutions

www.treico.com

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

BALAM
| AGRICULTURE |

OLIVARUM
Fundación CAJA RURAL JAÉN

LABORATORIO CENTRO DE ASESORAMIENTO TÉCNICO AGRARIO

www.olivarum.es

CAJA RURAL JAÉN

PESAJE

IMATEC

10 AÑOS DE COMPROMISO EN EL AVANCE TECNOLÓGICO DEL SECTOR OLEÍCOLA

AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS

PESAJE **ELECTRICIDAD** **SOFTWARE**

Polígono Industrial "Los Olivares" C/ Huesa, 4, 23009 Jaén

info@imatec31.es
www.imatec31.es
953 284 697

Tractores estrechos de Kubota, más potentes, confortables y seguros

Kubota

5 Años de Garantía

www.kubota-es.com

LABORATORIO TELLO
A Tentamus Company

"Expertos en análisis de aceites de oliva, de sus derivados, de otros aceites vegetales y de sus contaminantes."

Acreditados por ENAC según la norma ISO 17025 (Consultar Alcance Técnico en www.enac.es). Reconocidos por el C.O.I. como Laboratorio de Análisis Físico-Químico y Contaminantes para el período vigente.

SOFTWARE

ANSOTEC High Technology Great Performance

No podemos controlar el clima, pero sí los procesos.

AGROCUADERNO

UTILIZANDO AGROCUADERNO, SUPERAR CUALQUIER RETO ESTARÁ EN SU MANO

DESARROLLADO POR PROSUR

MORESIL
Especialistas en Recolección

Olivar tradicional **Superintensivo**

Fábrica: Ctra. Córdoba-Palma del Río km. 31 14730 Posadas (Córdoba)
Tel: 957630243 www.moresil.com

PATIO

ILDEFONSO ROSA RAMÍREZ E HIJOS, S.L.

FABRICACIÓN DE MAQUINARIA PARA RECEPCIÓN DE ACEITUNA, PISTACHO, ALMENDRA, CACAHUETE Y OTROS FRUTOS

JAR
METEGAL
Pesaje conforme a metrología legal

www.jarir.com

UTILIZANDO AGROCUADERNO, SUPERAR CUALQUIER RETO ESTARÁ EN SU MANO

DESARROLLADO POR PROSUR

PROSUR

Nuevos marcos de Olivar en Seto para fincas de Secano y Regadío

Económicos y muy rentables

Infórmate

TODOOLIVO

Telf. (0034) 957 42 17 40
www.todoolivo.com



Lorena Ruiz Ponce, directora de Negocio Agroalimentario de Banco Santander:

“Para Banco Santander cada proyecto es único y diseñamos una financiación a medida con el fin de acompañar a nuestros clientes del sector del olivar en su crecimiento”

En los últimos años, Santander ha continuado reforzando su apuesta por el sector agroalimentario en España, al que apoyó en 2024 con 5.300 millones de euros, un 23% más respecto al año anterior. Hablamos con Lorena Ruiz Ponce, directora de Negocio Agroalimentario de Santander, quien nos detalla, entre otras cuestiones, las líneas de financiación que reclaman en la actualidad los olivereros y empresas oleícolas y cómo favorece la entidad la reconversión de las explotaciones y su transformación digital, además de impulsar sus negocios en los mercados internacionales.



¿Cuáles son los productos o líneas más demandadas por el sector agroalimentario en España?

Los productos que más demandan los más de 400.000 clientes del sector agroalimentario con los que contamos en España son los préstamos para la adquisición de fincas y su posterior transformación en cultivos de alto valor, como el olivar, el almendro o el pistacho, así como la inversión en nuevas variedades genéticas en semillas de cereal, nuevas tecnologías que mejoren la rentabilidad y competitividad del sector, junto con las líneas de financiación a corto plazo, los créditos campaña y la financiación de insumos, anttipos de subvenciones o anticipos PAC.

¿Qué soluciones de financiación reclaman principalmente los olivereros y empresas oleícolas?

Apuestan sobre todo por reforzar su inversión en I+D+i, con nueva maquinaria que incluye GPS, sensores en campo para conocer el estado de humedad del suelo o las necesidades hídricas, así como por la investigación en nuevas variedades de planta que se adaptan al cambio climático con el fin de que las explotaciones sean más eficientes, rentables y competitivas.

¿Cómo apoya Santander la actual reestructuración y reconversión de las explotaciones olivereras?

Contamos con varias líneas de financiación,

entre ellas el Fondo Agro Smart que lanzamos en 2022. Se trata de una nueva vía de financiación estratégica para empresas que quieren ampliar sus inversiones y acometer nuevos proyectos de crecimiento, transformación de fincas, digitalización y creación de empleo. Dotado con 400 millones de euros, el fondo ofrece financiación a largo plazo a través de instrumentos de deuda y estructuras flexibles adaptadas a las necesidades de cada empresa, lo que sirve para reforzar la solvencia de estas empresas e impulsar su desarrollo para que ganen dimensión y competitividad. Además, contamos con la financiación tradicional donde tasamos el suelo y el vuelo de la transformación, haciendo disposiciones parciales, conforme



va avanzando la ejecución del proyecto. En definitiva, para Banco Santander cada proyecto es único y diseñamos una financiación a medida con el fin de acompañar a nuestros clientes en su crecimiento.

¿Cómo afecta la irrupción de los fondos de inversión y las *family offices* al sector oleícola?

Se trata de una oportunidad de crecimiento muy buena para el sector. Están haciendo una buena labor para revitalizar nuestras tierras, ya que muchas de ellas se quedarían seguramente sin cultivar al estar en riesgo de abandono, así que no hay que verlos como competencia sino complementarios e incluso, en algunos casos, se pueden encontrar sinergias con productores de la zona. Cuanto más grandes seamos mayor capacidad de gestión para generar mayor rentabilidad.

De hecho, el año pasado firmamos un acuerdo con Atitlan para la creación de Atgro, una plataforma de inversión global dedicada al desarrollo de proyectos agrícolas. La plataforma arranca con una aportación de 200 millones de euros del banco y de otros 50 millones por parte de Atitlan, dando entrada a inversores para alcanzar un tamaño objetivo superior a 500 millones. Esta alianza entre Santander y Atitlan refleja la apuesta a largo plazo por el

“Los fondos de inversión y las family offices están haciendo una buena labor para revitalizar nuestras tierras, ya que muchas de ellas se quedarían sin cultivar al estar en riesgo de abandono”

sector agroalimentario en pleno proceso de transformación y donde nuevos retos como el cambio climático, la demografía o la evolución de los hábitos de consumo están impulsando el cambio hacia un modelo de producción más escalable y sostenible.

¿Cómo posibilita la entidad bancaria la transformación digital del sector?

Desde Banco Santander impulsamos la inversión en innovación y en digitalización porque es clave para el desarrollo del sector agroalimentario español. Tenemos líneas específicas de financiación para que nuestros clientes puedan acometer las inversiones necesarias para así contar con datos que les ayuden a la toma de decisiones. Recientemente, hemos firmado un acuerdo de colaboración con VisualNacert, empresa

de referencia en el sector que pone a disposición de las empresas agroalimentarias, agricultores y ganaderos, diferentes herramientas como análisis de fotos satelitales para ver el estado de la tierra, necesidades hídricas, de fertilización... Además, nos gusta realizar jornadas de transferencia del conocimiento para dar a conocer las ventajas de invertir en I+D+i para el desarrollo del sector agroalimentario.

En el actual contexto geopolítico (aranceles, conflictos...). ¿Qué soluciones ofrece Santander a las empresas del sector agroalimentario, entre ellas productoras de aceite de oliva, a impulsar sus negocios en los mercados internacionales?

El pasado año, Santander avanzó en su estrategia de ofrecer a clientes de todo el mundo servicios y productos más globales con la puesta en marcha de la nueva unidad Santander Multinacionales, orientada a las empresas que quieren ampliar el negocio fuera de su país de origen, con un servicio y asesoramiento propio de banca corporativa. Santander Multinacionales les ofrece no sólo todos los servicios financieros y de pagos, sino también asesoría y acompañamiento en el día a día, gracias a su conocimiento de los distintos mercados. Otro de los servicios con los que el banco ha seguido potenciando las capacidades digitales de las empresas es Cash Nexus, una solución para la gestión de tesorería dirigida a empresas con presencia internacional, que les ofrece una visión unificada de sus filiales en el mundo.

¿Cómo ve el sector en los próximos años?

Tenemos un sector agroalimentario muy fuerte, de referencia a nivel mundial y con muchísimo futuro. En este sentido, tenemos muy claro nuestro papel de catalizador de la economía y seguiremos apoyándolo y dedicando gran parte del esfuerzo de nuestros especialistas a todos los intervinientes de la cadena de valor del sector agroalimentario español.



Gregorio Álvarez, presidente de Olivérica:

“Antes o después el olivar en seto será el sistema más implantado en el mundo porque es el más eficiente”

A principios de junio de 2024 se presentaba Olivérica, la Asociación Ibérica de Olivar en Seto, que nació para cohesionar y unir a los agricultores de olivar de alta densidad de España y Portugal. Entre los fines de esta asociación sin ánimo de lucro figuran establecerse como interlocutor de los agricultores de este tipo de cultivo ante las administraciones y la sociedad; involucrarse en la investigación, el desarrollo y la formación; y difundir las ventajas del olivar en seto para obtener AOVes de calidad. Un año después, el balance es muy positivo, según destaca en una entrevista con *Mercacei Magazine* -publicamos aquí un extracto-, su presidente, Gregorio Álvarez. Con él hablamos de las actividades realizadas y previstas por Olivérica, de las preocupaciones de sus miembros, de precios, de Inteligencia Artificial, de nuevas variedades, de agrovoltaje... y de los retos y el futuro del olivar en seto, que es “tan sostenible como el resto de sistemas de cultivo”, insiste Álvarez.

¿Qué balance hace del primer año de andadura de Olivérica?

El balance que hacemos es muy positivo. En apenas un año, Olivérica ha logrado consolidarse como un espacio de encuentro y representación para los agricultores de olivar en seto de España y Portugal.

Sentíamos que este modelo de cultivo, altamente profesionalizado y eficiente, necesitaba una voz propia en el sector oleícola, y hoy podemos decir que ese objetivo empieza a cumplirse.

Hemos plantado el plantón de una asociación con vocación de futuro, capaz de generar conocimiento, representar intereses legítimos y contribuir a la sostenibilidad económica, social y ambiental del sector. Sabemos dónde está el futuro y queremos liderarlo.

¿Quién integra en la actualidad la asociación y quién puede formar parte de la misma?

La asociación está integrada por agricultores de olivar en seto de muy distinto perfil y tamaño, tanto de España como de Portugal.

Contamos con socios con explotaciones grandes y muy tecnificadas, pero también con productores familiares que han apostado por la modernización a través del olivar en seto. La puerta está abierta a todos los agricultores que cultivan en seto y comparten nuestra visión.

Además, hemos incorporado la figura del socio colaborador, orientada a empresas del

sector -de maquinaria, servicios, insumos o tecnología- que quieran acompañarnos y aportar valor al desarrollo de este modelo.

¿Qué acciones o actividades ha llevado a cabo la asociación en estos meses y cuáles tenéis previstas a corto y medio plazo?

Durante estos meses hemos trabajado en varios frentes. En formación, hemos organizado cursos técnicos sobre cultivo, poda, riego, recolección mecanizada, huella de carbono y gestión agronómica avanzada.

En comunicación, hemos iniciado una labor divulgativa para dar a conocer el valor diferencial del olivar en seto y los aceites de oliva vírgenes extra que se producen con este sistema. Queremos que se conozca lo sostenible que es cultivar en seto cuando el manejo es el adecuado.

A corto plazo, vamos a intensificar nuestra actividad institucional, abrir canales de interlocución con administraciones, seguir con nuestro plan de formación y ampliar nuestros servicios a los asociados. A medio plazo, queremos poner en marcha proyectos de I+D colaborativos y encuentros técnicos internacionales. Entre ellos, estamos



Olivérica
ASOCIACIÓN IBÉRICA
DE OLIVAR EN SETO

colaborando con el Consejo Oleícola Internacional (COI) en el secuestro del carbono, con el CSIC en ensayo de nuevas variedades o con la Universidad de Córdoba (UCO) en el inventario de flora y fauna en olivar en seto.

¿Cuáles son los principales retos a los que tiene que hacer frente el olivar en seto?

El primer gran reto es el reconocimiento institucional y social del modelo. Necesita-



mos que tanto las administraciones como el propio sector y la sociedad entiendan que el seto no es una amenaza para el olivar tradicional o intensivo, sino una evolución técnica que puede convivir y complementarlos.

Otro reto importante es el acceso al agua y su buena administración en un contexto de cambio climático, donde la eficiencia hídrica se vuelve prioritaria.

También es fundamental seguir avanzando en sostenibilidad. En este sentido, desde Olivérica estamos impulsando estudios sobre el secuestro de carbono en explotaciones de olivar en seto, ya que se ha demostrado que estos sistemas bien manejados tienen una gran capacidad para capturar CO₂ en el suelo y en la biomasa.

Este tipo de aportaciones ambientales deben ser cuantificadas, reconocidas y valoradas dentro de las políticas agrarias europeas. Por ello, trabajamos activamente en los foros que hoy en día se centran en el cálculo de algoritmos y en las certificaciones.

¿Qué ventajas ofrece la implantación de este modelo frente a otros sistemas de plantación?

El olivar en seto ofrece ventajas clave en términos de eficiencia, rentabilidad y sostenibilidad, aunque viene a convivir con los sistemas tradicionales e intensivos.

Permite una recolección totalmente mecanizada, lo que reduce significativamente los costes laborales y sobre todo la necesidad de



mano de obra que tanto escasea, mejora la planificación y evita pérdidas de calidad.

Además, su entrada en producción es más rápida, lo que acorta el periodo de retorno de la inversión. En términos agronómicos, es un sistema que favorece un manejo preciso, el uso de sensores y tecnologías digitales, y una trazabilidad completa desde el campo hasta el consumidor. Y lo más importante: permite producir aceites de oliva vírgenes extra de altísima calidad.

¿Cuál ha sido la evolución del olivar en seto en España y Portugal?

En los últimos 20 años, el olivar en seto ha pasado de ser una innovación puntual a consolidarse como una alternativa estratégica en muchas comarcas.

En España representa ya en torno al 7% de la superficie total, pero aporta más del 12% de la producción nacional de aceite, lo que da idea de su eficiencia.

En Portugal, la evolución ha sido aún más notable, ya que el seto genera cerca del 75% de la producción total de aceite del país, con el Alentejo como motor principal.

Esta evolución demuestra que el modelo ha llegado para quedarse y tiene todavía un amplio margen de crecimiento. Es más, pensamos que antes o después será el sistema más implantado en el mundo, porque es el más eficiente.

¿Cómo se podría conseguir una cadena de valor del aceite de oliva con precios más equilibrados que supongan una mejor posición entre todos los eslabones?

Es imprescindible avanzar hacia una cadena de valor más justa y transparente. Para ello, debemos fomentar contratos estables, valorizar el producto en origen, y comunicar mejor al consumidor el esfuerzo y la calidad que hay detrás de cada botella de AOVE.

Desde Olivérica también creemos que los modelos eficientes y sostenibles, como el seto, deben ser reconocidos no sólo por su productividad, sino por sus aportaciones ambientales, incluyendo la reducción de la huella de carbono. Si conseguimos trasladar ese valor real al mercado, lograremos un equilibrio más justo entre agricultores, industriales y distribución.

El consumidor español, portugués y mundial está dispuesto a pagar por la grasa más sana y rica de todas las conocidas. No le traspaemos un margen que no nos está pidiendo y que todos los sistemas de cultivo estén en rentabilidad.



DIEGO CONDE S.L.

AGENTE COMERCIAL COLEGIADO
Aceites de oliva, orujo, girasol, grasas y derivados

Tlfno.: 95 590 79 69
Móvil: 609 71 71 81

Avda. del Genil. Urbanización Parque
Genil, Portal 2 1º B - 41400 Écija (Sevilla)
e-mail: d.conde@cgac.es



MUNDOLIVAR

Vuelve el mayor congreso mundial
del olivar y el aceite de oliva





MUNDOLIVAR

Vuelve MUNDOLIVAR, el III Congreso Mundial de Olivicultura y Elaiotecnia organizado por Grupo Editorial Mercacei y Grupo Agromillora. Un año más, el mayor congreso mundial del olivar y el aceite de oliva regresará al Aula Magna del Campus de Rabanales de la Universidad de Córdoba (UCO) los próximos 18 y 19 de junio en una edición que promete ser incluso más espectacular que las dos anteriores, que representaron todo un hito en el sector oleícola y olivarero.





El Aula Magna del Campus de Rabanales de la Universidad de Córdoba volverá a acoger los próximos 18 y 19 de junio la tercera edición de MUNDOLIVAR, el Congreso Mundial de Olivicultura y Elaiotecnica, que en sus dos primeras ediciones completó su aforo y resultó un rotundo éxito por la gran calidad y variedad de sus temáticas y contenidos, así como por el extraordinario elenco de ponentes, convirtiéndose en una cita imprescindible y en la mayor plataforma de conocimiento y negocio para las empresas del sector oleícola y olivarero.

Con un enfoque transversal de 360°, y bajo el lema “Reducir Costes: Más con Menos”, MUNDOLIVAR 2025 -cuyo programa completo puedes visualizar aquí- mostrará las herramientas y estrategias ganadoras para lograr ser competitivo y obtener la máxima rentabilidad hoy en día en el sector del olivar y el aceite de oliva. La cita, cuyo país invitado en esta edición es Estados Unidos, reunirá de nuevo a los principales actores del sector nacional e internacional: olivicultores, productores, responsables de almazaras y cooperativas, envasadores, grandes inversores y *family offices*, CEOs y directores técnicos, consultores, ingenieros agrónomos y técnicos; así como centros de formación y de I+D+i, asociaciones profesionales y administraciones.

Por segundo año consecutivo, MUNDOLIVAR reunirá en una misma mesa redonda a los máximos ejecutivos de las grandes compañías de la industria

del aceite de oliva -Deoleo, Dcoop, Grupo Migasa, Acesur, Sovena y Grupo De Prado-, algo nunca visto en ningún otro foro nacional e internacional.

Así, en la primera mesa redonda del día 18 de junio, titulada “Aceite de oliva: El precio justo”, y moderada por Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei, participarán Cristóbal Valdés, consejero delegado de Deoleo; Antonio Luque, presidente de Dcoop; Antonio Gallego, director general de Grupo Migasa; Gonzalo Guillén, CEO de Acesur; José Luis de Prado, presidente de Grupo De Prado; y Jorge de Melo, CEO de Sovena.

MUNDOLIVAR 2025 mostrará las herramientas y estrategias ganadoras para lograr ser competitivo y obtener la máxima rentabilidad hoy en día en el sector del olivar y el aceite de oliva. Las mesas redondas de esta edición abordarán la siguientes temáticas:

- Cómo hacer de la sostenibilidad ambiental el paradigma de la sostenibilidad económica
- Nuevas variedades: la mejora genética al servicio de la cuenta de resultados
- Olivicultura en secano: donde el “más con menos” se eleva a la máxima potencia
- Crisis geopolítica, las claves para afrontarla con éxito y sus repercusiones en el sector oleícola: la exportación del aceite de oliva en el punto de mira
- Robótica e Inteligencia Artificial: cuando los datos se convierten en acciones eficientes que reducen nuestros costes

- La carrera por la mecanización eficiente
- Ahorro de costes en la fase de extracción: rendimientos y eficiencia para ser más competitivo

Además de las mesas redondas, albergará de nuevo un área expositiva con innovadores formatos para los patrocinadores del evento, donde las principales empresas proveedoras del sector podrán establecer contacto directo y presencial con todos los participantes y grandes inversores mediante *business meetings*.

Talleres prácticos

MUNDOLIVAR también contará con cinco talleres prácticos -que tanto éxito obtuvieron en las anteriores ediciones- que darán a conocer, durante tres horas cada uno de ellos, las últimas innovaciones y ofrecerán las claves y las estrategias para rentabilizar tu explotación y negocio. En concreto, a lo largo de la tarde del primer día, miércoles 18 de junio, se desarrollarán los siguientes talleres prácticos:

- Todo lo que necesitas para diseñar y gestionar tu explotación en seto
- Optimización de la fertilización y el riego
- ¿Qué vale transformar mi finca a los nuevos modelos de plantación?
- Masterclass express maestros de almazara: Calidad, cantidad y rentabilidad
- Demostraciones de lo último en tecnología aplicada a olivar -impartido por 12 reconocidos expertos en cada materia, incluyendo visita al laboratorio así como desplazamiento a la Finca

Experimental de Rabanales-

Asimismo, el Congreso ofrecerá también una atractiva programación de actividades paralelas tales como la II edición de la Jornada “Un Olivar en Cambio” -organizada por Citoliva y Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía, presentado y conducido, al igual que el Congreso, por Olivia Aranda-, así como menús temáticos en los restaurantes de Córdoba o encuentros B2B.



treico®

Industrial
Machinery
Solutions

**EMPOWERING
CIRCULAR
ECONOMY &
INDUSTRY**

TREICO SERVICES

Central y Fábrica
Ctra. A-318, km. 20
14500 Puente-Genil
(Córdoba) SPAIN
+34 957 600 150
services@treico.com

TREICO ENVIRONMENTAL

Sede Social
Ctra. A-318, Km.20
14500 Puente Genil (Córdoba)

Fábrica y Oficinas
Alfonso Álvarez Miranda, 29J
39408 Los Corrales de Buelna
(Cantabria)
+34 942 598 373
environmental@treico.com

CALDERERÍA GARMO

Pol. Ind. Porcuna, nave 30
23790 Porcuna (Jaén)
+34 953 544 082
caldereriagarmo@treico.com



remasa
by treico

granaoliva
by treico

**calderería
garmo**
by treico





**PERFECCIÓN EN LA EXTRACCIÓN DEL
ACEITE DE OLIVA**

**centrifugación
alemana**

www.centrifugacionalemana.com

bombas **TRIEF** desde 1967

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

DESDE 1967

DISEÑO Y FABRICACIÓN DE BOMBAS

ventas@bombastrief.es
bombastrief.es

(+34) 944 416 238

Lubxana Asua Errepidea, 26
48950 Erandio, Bizkaia

COFINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA



**AOVES
EXTRAORDINARIOS
DE OLIVARES
EXTRAORDINARIOS**

inete
www.olivaresvivos.com

olivares vivos

SOCIOS:

SEO BirdLife, Diputación de Jaén, Universidad de Jaén, CSIC, D.R.E.A.M., Junta de Andalucía, Universidad de Évora, JUAN VILAR

COFINANCIADORES:

Junta de Andalucía, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, España, Castilla-La Mancha, CITA



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



 **SISTEMA PROPIO DE ENFRIAMIENTO
DE LA ACEITUNA EN TOLVA**

-  **Rentabilidad y Eficiencia**
-  **Tendencia de Futuro**
-  **Tecnología de Vanguardia**
-  **Minimización de Incidencias**
-  **Excelencia en Calidad y Productividad**
-  **Especialistas Integradores de Sistemas**



Sede en Europa

Parque Industrial y de Servicios del Aljarafe,
Calle Brujula, 62. 41927 - Mairena del Aljarafe
(Sevilla) España.

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
PROYECTOR, CONTROL E INVESTIGACIÓN

procisa.es



UTILIZANDO AGROCUADERNO, SUPERAR CUALQUIER RETO ESTARÁ EN SU MANO

Ahorre tiempo y costes gestionando diariamente la actividad de sus parcelas, pudiendo visualizarlas geográficamente, y genere documentos oficiales adaptados al Registro Electrónico de Transacciones y Operaciones de Productos Fitosanitarios (RETO)



APLICACIONES INFORMÁTICAS PROSUR, S.L.
C/Hermano Luján, 10-local
14007 CORDOBA (ESPAÑA)
Fijos +34 957 435976 + 34 957 020230
Móvil + 34 615 689776
www.agrocuaderno.com



**TAMESUR,
CALIDAD Y
RENDIMIENTO**

**MAQUINARIA DE
ELEVACIÓN
Y TRANSPORTE**

Transportadoras
Separadores pulpa-hueso
Tolvas
Sifines
Elevadores
Transportadores redlers...



Tamesur®

Puente Genil, Córdoba
Tel: +34 957 60 60 60
tamesur@tamesur.es
www.tamesur.es

INGENIA PROCESS

INGENIERÍA Y AUTOMATIZACIÓN

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

**EQUIPO
EXPERIMENTADO**

INNOVACIÓN

SOSTENIBILIDAD



www.ingeniaprocess.com

**ESPECIALISTAS
EN ALMAZARAS**





LECCIANA®

— LA VARIEDAD ITALIANA DE LOS —

GRANDES ACEITES

La variedad Lecciana, es una variedad “made in Italy” propiedad de la Universidad de Bari. Plenamente adaptada al olivar en seto. Se caracteriza por su resistencia al frío, su vigor medio, su precocidad productiva, y la indiscutible calidad organoléptica de sus aceites. **Una variedad de premio.**



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI BARI
ALDO MORO

INTERMEDIACIÓN ODORICO S.L.



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

+34 691 298 656 **PARQUE TECNOLÓGICO DE CÓRDOBA** int.odorico@gmail.com
Calle Astrónoma Cecilia Payne
Edificio ALDEBARÁN, M2.1
14014 Córdoba (España)



FUSSIONA

MECÁNICA Y ELECTRÓNICA

Nuestros equipos reducen la velocidad, nosotros el tiempo de entrega



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



ditra **Lenze**



MIGASA
GRUPO

Unidos por la tradición, alimentados por la pasión.

migasa.com

CALERO GROUP
INGENIERÍA Y DESARROLLO AGRO-INDUSTRIAL

SOLUCIONES INTEGRALES PARA EL ÉXITO DE TU CAMPAÑA

POLÍGONO INDUSTRIAL ASEGRA,
CALLE DE ALMERÍA, S/N. 18210
PELIGROS, GRANADA
 T: +34 958 40 50 42
 E: INDAISA@CALERO-GROUP.COM

CALERO-GROUP.COM
 f t i n

GP
González y París

La experiencia marca la diferencia

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

TALLERES GONZÁLEZ Y PARÍS, S.L.

ACOS LA3
LABORATORIO DE QUÍMICA DA ACOS

ANÁLISIS DE ACEITUNAS, ACEITE Y BAGAZO

EL LABORATORIO QUÍMICO ACOS RECIBE MUESTRAS DE PRODUCTORES, ALMAZARAS, COOPERATIVAS Y EMPRESAS PARA:

- DETERMINAR EL MOMENTO ÓPTIMO PARA RECOLECTAR LAS ACEITUNAS
- EVALUAR Y CONTROLAR EL RENDIMIENTO Y LA CALIDAD (ACIDEZ) DE LAS ACEITUNAS DURANTE TODA LA CAMPAÑA
- DETERMINAR LA ACIDEZ DEL ACEITE EXTRAÍDO PARA LA ELABORACIÓN DE LOS LOTES - MÉTODOS RÁPIDOS
- DETERMINAR LA CALIDAD Y PUREZA DEL ACEITE PRODUCIDO
- DETERMINAR LAS PÉRDIDAS DE ACEITE EN EL ORUJO Y SU CONTENIDO EN LAS SEMILLAS
- REALIZAR ANÁLISIS PARA LA CALIBRAR LOS EQUIPOS DE MÉTODOS RÁPIDOS (NIR)

CONTACTOS: RUA CIDADE S. PAULO, Nº 36 | APART. 296 7801-904 BEJA | **TELF.** +351 284 249 011 | +351 284 310 350
E-MAIL: LABORATORIO@ACOS.PT

ACOS AGRICULTORES DO SUL
 IPAC
 SGS

INOELEC
automatización industrial

20 AÑOS
ANTIGÜEDAD
CONTIGO

MAXIMO RENDIMIENTO

- 1. AUTOMATIZACIÓN INDUSTRIAL
- 2. GESTIÓN REGISTROS
- 3. MULTI USUARIO
- 4. PRODUCTIVIDAD
- 5. CONTROL REMOTO
- 6. EFICACIA GARANTIZADA

Avd. Málaga nº37 bis
Monrabal, Córdoba, España
+34 957664134 Oficinas
www.inoelec.com info@inoelec.com

AUTOMATIZACIÓN INDUSTRIAL - SOLUCIONES A SU ALCANCE

INDUSTRIA CONECTADA 4.0
PIDE INFORMACIÓN SIN COMPROMISO

XIII Concurso Ibérico de Aceites de Oliva Virgen Extra Premios Mezquita 2026

premiosaove@premiosmezquita.com
www.premiosmezquita.com

Logo de la Diputación de Córdoba y Ayuntamiento de Córdoba.

GET READY FOR



EMPACK

**15 & 16
OCTUBRE
IFEMA**

Innovación en envases para aceite · Soluciones sostenibles de packaging · Tecnología de embotellado, etiquetado y almacenaje · Envases diferenciadores para marcas premium · Embalaje y ecodiseño



**REGÍSTRATE
GRATIS ONLINE**

www.empackmadrid.com
CÓDIGO: MERC1



SCAN CODE

by EASYFAIRS

FUTURO OLIVA

MAQUINARIA / ACEITE DE OLIVA / COMERCIALIZACIÓN / GASTRONOMÍA
JORNADAS TÉCNICAS / INVESTIGACIÓN / DESARROLLO / INNOVACIÓN

B A E Z A

NOS VEMOS EN 2026

FILTROS PARA ACEITE DE OLIVA

RECUPERADORES DE ACEITES - SECADORES DE TIERRAS

ACOPLABLES A TODOS

LOS FILTROS DEL MERCADO



*Filtros y Suministros García
Fresneda S.L.*

Totalmente fabricados en España

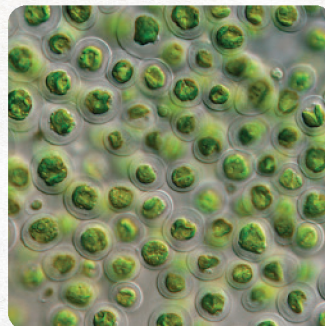
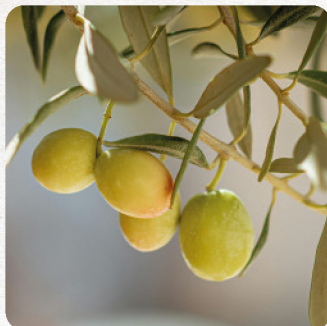


SERVICIO TÉCNICO 24H



609 809 790 - 648 715 981

aovifil@aovifil.com



DynaMix®
OliMax



EL BIOESTIMULANTE DE MICROALGAS RECONOCIDO A NIVEL EUROPEO
que aumenta los niveles de ácidos grasos monoinsaturados (MUFA) y ácidos grasos poliinsaturados (PUFA), mientras disminuye los niveles de ácidos grasos saturados y el índice de peróxidos. Además, aumenta la producción e incrementa la calidad del aceite.



**DAMOS FORMA
A TUS
EMOCIONES**

INGENIERÍA
AGROALIMENTARIA



Pastrana
Ingeniería y Servicios S.L.P.

Especialistas en el desarrollo de proyectos de almazaras

Redacción de Proyectos · Dirección facultativa de Obras · Tramitación de licencias administrativas · Gestión de ayudas y subvenciones · Gestión integrada de Proyectos

www.pastranaingenieria.com

Codi - Pack®
MARCAJE Y CODIFICACIÓN, S.L.

20 AÑOS SOLUCIONANDO SUS PROBLEMAS DE LLENADO Y ETIQUETADO

PREPARADOS TECNOLÓGICAMENTE PARA ESTUDIAR SU PROBLEMA DE ENVASADO Y OFRECERLE LA MEJOR SOLUCIÓN. AJUSTADO DE FORMA AUTOMÁTICA O SEMIAUTOMÁTICA



CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS:

- CONTROL DE LA PRODUCCIÓN AUTOMATIZADO EN PANTALLA TÁCTIL.
- CONTADOR DE ENVASES
- PRODUCCIÓN POR LOTES
- CONTROL DE CICLOS
- ESTADÍSTICA- GESTIÓN DE MEMORIAS DE ENVASES.



PRODUCTOS:

- ENVASADORAS
- CODIFICADORES
- ETIQUETADORAS
- TAPONADORES
- CERRADORES
- CONTROL DE PESO
- DETECTORES DE METALES ...

Codi - Pack®
MARCAJE Y CODIFICACIÓN, S.L.

C/ Huerta de Arriba, 81
C.P. 30560 Alguazas (Murcia)
Tel. 968 622 161 • Fax. 968 388 062

www.codi-pack.com
codi-pack@codi-pack.com

SICMA

Tecnología avanzada para la recolección de aceitunas, nueces, almendras y frutos pendientes




TALLERES MUÑOZ S.L.
Polígono industrial
Fuente Granada C/ Genil, 9 - 11
23680 - Alcalá la Real (Jaén)
Teléfono: 953 58 10 10 - 606 38 51 92



La mejor nutrición para tus olivos

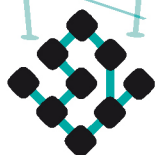
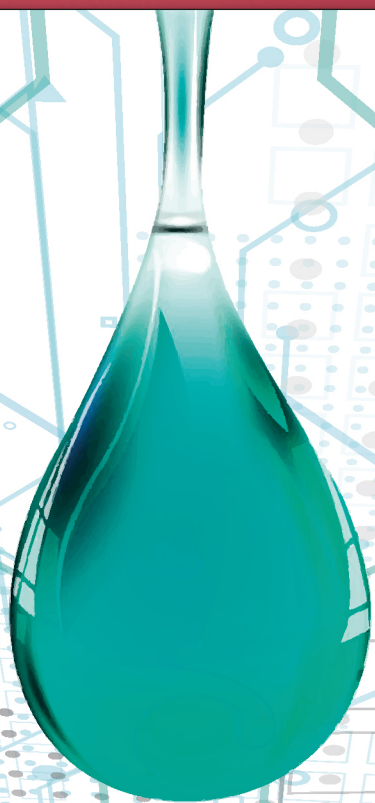
Basfoliar® Vitanica® Nutribor® TerraPlus®
NovaTec® Solubor® Blaukorn® Floranid®

www.compo-expert.es



CAJA RURAL
JAÉN

The logo for Caja Rural Jaén, featuring a stylized white leaf or branch icon above the text "CAJA RURAL JAÉN" in a serif font.



GESCA

AUTOMATIZACIÓN INDUSTRIAL
INDUSTRIAL AUTOMATION



www.gesca.es

Úbeda - (Jaén) - España



ALUA

MAQUINARIA AGRICOLA SL

RECOGEDORES DE FARDOS



@aluamaquinariaagricola



ALUA Maquinaria Agrícola

Web: www.aluaagricola.com

Correo: administracion@aluaagricola.com

C/ Clara Campoamor, 5 29520 Fuente de Piedra (Málaga)

Teléfonos: Comercial 674 063 830 / Oficina: 952 740 116



MEDIDAS DE SEGURIDAD IMPLEMENTADAS:

- Velocidad de giro de las ruedas en sentido contrario al de recogida = 10/min. (Implantada desde los primeros recogedores)
- Avisador acústico para cajón giratorio. (Implantada desde los primeros recogedores)

1. Sistema de Acción Mantenido (es obligatorio desde 2025)

2. Opcional: Carcasa protección de ruedas

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*

España: Avd. Vicente Piernagorda, 12 - 14850 Baena - CÓRDOBA - 0034 957 665 115
Portugal: Rua A, Pavillao 03 Zona Ind - 5370-565 Mirandela - 00351 915 445 290



MediaOil.

*Gestionamos la venta
de su aceite a granel.*



MARTÍN MIR MAYOR

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

OFICINA Y RECEPCIÓN DE MUESTRAS

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

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





AGRO-oleum
INGENIERIA S.L.

La razón de ser de nuestra Ingeniería:
el olivar, su riego, las almazaras,
el aceite y la utilización de
los subproductos

AENOR
Empresa Registrada
E.R. 0899/2005

AGRO-oleum
INGENIERIA S.L.
CERTIFIED
ICNet
MANAGEMENT SYSTEMS

LABORATORIO
TELLO
A Tentamus Company

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

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

ACEITES DE OLIVA, ACEITUNAS Y ORJUS



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

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

OTROS ACEITES VEGETALES



ANÁLISIS DE CONTAMINANTES



Dentro de este importante
grupo de determinaciones,
queremos destacar que,
desde Grupo Tentamus
España, en el que estamos
integrados, ofrecemos **bajo el
amparo de la Acreditación
de ENAC** muchos de ellos,
como por ejemplo,
**Plaguicidas por GC-MS/MS y
HPLC-MS/MS, Benzopirenos
(HAPS), Ácido Erúlico-
toxina, Metales Pesados y
otros; también a través del
Grupo Tentamus
Internacional, MOSH y
MOAH (LC hasta 0,5 ppm) y
MCPDs, Acreditados por
DAKKS (Alemania), y
Dioxinas y PCBs similares,
por ACCREDIA (Italia).**

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



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



OLVESA
Desde 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 Olivos, C/ Génave 12-14 23009 Jaén SPAIN
+34 953 280 253 olvesa@olvesa.com www.olvesa.com



Software para una agricultura más rentable y sostenible

hispatec
agointeligencia

Efemis

- Gestión agronómica integral, web y app
- Multi-territorio y con productores asociados
- Sensores, satélites, vademecum, cuaderno de campo

ERPagro

- Gestión de la confección y la comercialización
- Control de costes y trazabilidad
- Apps: socios, empleados, producción

Control Tower PRO

- Plataforma global e independiente
- Optimización y control de la logística
- Control de calidad y gestión del transporte

Margaret

- Inteligencia Artificial para la agricultura
- Modelos predictivos: producción, pedidos, etc.
- Integración con múltiples dispositivos

650 clientes
en todo el mundo

30 países
con nuestros
sistemas implantados

45.000 envíos
gestionados en 2024

28.000 millones
de euros comercializados
por nuestros clientes

+34 950 28 11 82
hispatec.com



La rapidez que necesitas,
la experiencia en la que confías.

ESPEJO

LABORATORIO DE ANÁLISIS



ESPEJO

Análisis químicos de grasas y aceites desde 1944.
Precisión, experiencia y fiabilidad para la industria
alimentaria y oleícola.

C/ Laminadora, 3 - 41016 Sevilla
+34 954 571 221 info@laboratorioespejo.com



vidrala



AxFlow

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

SpectraAlyzer 2.0 Olive

Analizadores de sobremesa "TODO en UNO"

Miden: Aceituna Entera + Orujo/Alperujo +
Aceite de Oliva + Hoja/Suelo de Olivar



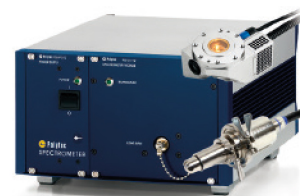
ZEUTEC

Sistema NIR-Almazara de Polytec

Analizador de proceso "TODO en UNO",
sin tener que coger muestras en porciones.

Miden: Todas las Aceitunas de cada lote,
Orujo/Alperujo 24/7 y AOVE 24/7

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



Polytec

¿Qué distingue a AxFlow?

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

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

91 729 18 18 @ axflow@axflow.es

Delegaciones: **Andalucía - Castilla La Mancha - Cataluña.**



PROGRAMA

Mesas Redondas de MUNDOLIVAR 2025

Programa 18 de junio

RECEPCIÓN Y ACREDITACIÓN DE CONGRESISTAS

9:00 h

APERTURA DEL CONGRESO

- **Juan A. Peñamil**, CEO y Editor de Grupo Editorial Mercacei
- **Jordi Mateu**, CEO de Agromillora
- **Manuel de la Cruz**, Director Territorial de Banco Santander en Andalucía
- **Andrés Lorite**, Vicepresidente Primero de Infraestructuras, Sostenibilidad y Agricultura de la Diputación de Córdoba
- **Cristina de Toro**, Directora General de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria, Consejería de Agricultura (Junta de Andalucía)
- **José María Bellido**, Alcalde de Córdoba
- **Manuel Torralbo**, Rector de la Universidad de Córdoba (UCO)

10:00 h

ACEITE DE OLIVA: "EL PRECIO JUSTO". Estrategias para que todos ganen en la cadena de valor

- **Cristóbal Valdés**, CEO de Deoleo
- **Antonio Luque**, Presidente de Dcoop
- **Antonio Gallego**, Director General de MIGASA
- **Gonzalo Guillén**, CEO de Acesur
- **José Luis De Prado**, Presidente de Grupo De Prado
- **Jorge De Melo**, CEO de Sovena

Modera: **Juan A. Peñamil**, CEO y Editor de Grupo Editorial Mercacei

11:15 h

COFFEE BREAK & NETWORKING

CÓMO HACER DE LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL EL PARADIGMA DE LA SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA

- **Lola Gómez**, Departamento de Ingeniería Agronómica, Universidad Politécnica de Cartagena
- **Pedro Foles**, CEO de Bolschare Agriculture
- **Gregorio Álvarez**, Presidente de Olivérica
- **Javier Martínez**, Director General de la División Agricultura de Veolia España
- **Candi Cervera**, Director General de Ceresia Iberia (Grupo MatHolding)
- **Lorena Ruiz Ponce**, Responsable Negocio Agroalimentario Santander España

Modera: **Jordi Mateu**, CEO de Agromillora

13:15 h

NUEVAS VARIEDADES: LA MEJORA GENÉTICA AL SERVICIO DE LA CUENTA DE RESULTADOS

- **Juan Carlos Cañasveras**, Director de Desarrollo de Negocios en Balam Agriculture
- **Pedro Valverde Caballero**, Departamento de Agronomía (UCO)
- **Antonio Sánchez**, CEO de Agrosan
- **Francisco Coca**, Director de Proyectos Hidráulicos y Desarrollo Rural de Todolivo
- **Salvatore Camposeo**, Profesor de Arboricultura y Cultivos Arbóreos de la Universidad de Bari (Italia)

Modera: **Manuel López**, Director de AGR España

OLIVICULTURA EN SECANO: DONDE EL "MÁS CON MENOS" SE ELEVA A LA MÁXIMA POTENCIA

- **MasterClass de Brígido Chandra**, CEO de Chandra Agraria

Modera: **Antonio Machado**, Responsable zona Sur y Portugal de Agromillora

14:15 h

Programa 19 de junio

9:00 h

¿QUÉ ESTÁ PASANDO EN EEUU? EL MAYOR PRODUCTOR DE ESTE PAÍS OFRECE EN PRIMICIA LAS CLAVES DEL FUTURO DEL SECTOR EN NORTEAMÉRICA

- **Lizandro Magaña**, Vicepresidente de Agricultura de California Olive Ranch

Con la intervención de **Joseph Profaci**, Director de la North American Olive Oil Association (NAOOA) [Videoconferencia]

9:30 h

ROBÓTICA E IA: CUANDO LOS DATOS SE CONVIERTEN EN ACCIONES EFICIENTES QUE REDUCEN NUESTROS COSTES

- **Raúl de la Rosa**, Investigador científico del CSIC: Predicción de cosecha
- **Inmaculada Garrido**, Departamento de Producción Vegetal de la Universidad de Córdoba (UCO): Modelos predictivos de plagas
- **Pilar Montesinos**, Departamento de Agronomía de la Universidad de Córdoba (UCO): Predicción de demanda de agua/Gemelos digitales
- **José María Penco**, Director de AEMO: Digitalización de una finca de olivar en seto
- **Antonio Roldán**, Product Specialist, Wine and Oil en FOSS: Calidad-NIRS (caso práctico)

Modera: **Rosa Gallardo**, Directora de la Cátedra de Inteligencia Artificial y Agricultura de la Universidad de Córdoba (UCO)

11:15 h

COFFEE BREAK & NETWORKING

13:00 h

AHORRO DE COSTES EN LA FASE DE EXTRACCIÓN: RENDIMIENTOS Y EFICIENCIA PARA SER MÁS COMPETITIVO

- **Francisco Plaza**, Responsable de Servicio de Aceite de Oliva de GEA Westfalia Separator Ibérica
- **Juan del Prado**, Director comercial de Manzano Flottweg
- **Carlos Fuentes**, Sales & Operations Manager de Opticcept Ibérica
- **Aurelio Mesa**, Director técnico de Amenduni Ibérica
- **Rodrigo Jaén**, Director general de Pieralisi para España y Portugal
- **Alberto Bueno**, Director de HAUS Iberia para España y Portugal

Modera: **Juan A. Peñamil**, CEO de Grupo Editorial Mercacei

CRISIS GEOPOLÍTICA, LAS CLAVES PARA AFRONTARLA CON ÉXITO Y SUS REPERCUSIONES EN EL SECTOR OLEÍCOLA: LA EXPORTACIÓN DEL ACEITE DE OLIVA EN EL PUNTO DE MIRA

- **Juan Ignacio Zoido**, Eurodiputado, Ministro del Interior de España (2016-2018)
- **Carmen Crespo**, Presidenta de la Comisión de Pesca del Parlamento Europeo y Portavoz adjunta de Agricultura del PP Europeo, Consejera de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía (2022-2024)
- **David Prats**, Presidente y Consejero Delegado de Borges International Group
- **Pedro Barato**, Presidente de la Organización Interprofesional del Aceite de Oliva Español
- **Lizandro Magaña**, Vicepresidente de Agricultura de California Olive Ranch

Modera: **Manuel Parras**, Rector de la Universidad de Jaén (UJA) (2007-2015) y Presidente de la IGP Aceite de Jaén

10:30 h

NUEVOS AVANCES EN IA: CASOS PRÁCTICOS

- **Digitalización completa 4.0 de la almazara**
- **Rafael J. V. Oyonarte**, CEO de Indea Technologies
- **Proyecto TEDAES (Tecnologías Digitales Aplicadas a la Eficiencia y Sostenibilidad)**
- **Pedro Martínez**, Director Gerente de IMS Control Industrial

Modera: **José María Penco**, Director de AEMO

12:00 h

LA CARRERA POR LA MECANIZACIÓN EFICIENTE

- **Jaime Muguira**, Director Comercial de John Deere
- **Javier Lodares**, Business Director Iberia CNH AgNew Holland
- **Francisco José Moreno Toscano**, International Sales Manager de Moresil
- **Diego Martín**, Smart Farming Solutions Specialist / Precision Farming Product Manager en Kubota España

Modera: **Gregorio L. Blanco Roldán**, Departamento de Ingeniería Rural de la Universidad de Córdoba (UCO)

14:00 h



EMPRESAS PATROCINADORAS

Patrocinador Institucional

#alimentosdespaña



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN

Patrocinador Platino



BANCO SANTANDER SA

Lorena Ruiz Ponce

www.bancosantander.es/agro

lruiPON@gruposantander.es

+34 916 093

Soluciones y servicios adaptados a las necesidades del sector agroalimentario, donde encontrarán un aliado para potenciar el crecimiento y desarrollo de sus negocios.

Patrocinador Premium Especial



Cerestia

Pablo Carnicero

www.cerestia.com

info@regaber.com

+34 935 737 400

Cerestia es la propuesta de MatHolding para impulsar el futuro de la agricultura a través de soluciones integradas, sostenibles e innovadoras, fruto de la experiencia conjunta de IQV, Regaber, TerraNostra y VEGGA. Desde la sanidad vegetal hasta la digitalización, nuestras soluciones combinan conocimiento agronómico y tecnología para transformar la agricultura. Cuatro empresas especializadas, una sola visión compartida: impulsar un modelo agrícola más eficiente, sostenible y conectado.



Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural

María José Martín Cabrilla

<https://juntadeandalucia.es/organismos/agriculturapescaaguaaydesarrollorural.html>

mariaj.martin.cabrilla@juntadeandalucia.es

+34 671 564 639

La Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural participa en esta actividad reforzando la importancia de Andalucía en el sector oleícola y su tradición, apostando en estos tiempos por la innovación y la ciencia. Impulsa la notoriedad de la marca de calidad y promoción "Gusto del Sur", para la promoción de los productos agroalimentarios y pesqueros de calidad de Andalucía, y en especial del Aceite de Oliva Virgen Extra (AOVE), especialmente el amparado por alguna de las diferentes figuras de calidad diferenciada de nuestra comunidad autónoma.

Patrocinadores Premium



Organización Interprofesional del Aceite de Oliva Español

Antonio Martínez Sánchez

www.aceitedeoliveespana.com

comunicacion@interprofesionaldelaceitedeolivea.com

+34 915 234 384

Organización sin ánimo de lucro constituida por las entidades que representan a los diferentes agentes del sector con el objetivo de servir de herramienta de mejora sectorial, promocionando el consumo de los Aceites de Oliva de España en todo el mundo e impulsando la innovación.



AGR by De Prado

Manuel López Ostos

www.agrdeprado.eco

mlopez@agrdeprado.eco

+34 623 527 430

AGR by De Prado está enmarcado dentro del Grupo de Prado. Es una empresa de servicios con viveros propios de olivos y almendros. Realizan estudios personalizados de cada proyecto, desde la planificación, el riego y el acondicionamiento del terreno, hasta la plantación.



AGROMILLORA

Atención al cliente

www.agromillora.com

info.es@agromillora.com

+34 938 912 105

Agromillora es una compañía líder a nivel mundial en el sector viverístico y un referente en producción y comercialización de árboles frutales y plantas de olivo con los más elevados estándares de calidad genéticos y sanitarios. El lema de la compañía es innovar para una olivicultura eficiente en calidad genética, variedades exclusivas, campos de planta madre y control de calidad.



AMENDUNI IBERICA, S.A.

Michele Rungetti - Aurelio D. Mesa Villar

www.amenduni.es

amenduni@amenduni.es

+34 953 281 315

Diseño, fabricación e instalación de equipos y plantas industriales para la industria del aceite de oliva y el aguacate.



AGROSAN

Antonio Sánchez Suarez.

CEO de AGROSAN

www.agrosan.com

administracion@agrosan.com

+34 957 296 700

Agrosan es una empresa de servicios con más de 40 años en el sector, especializada en distribución, asesoramiento y proyectos de transformación en cultivos leñosos. En 2010, la compañía crea las líneas de negocio en transformación y viveros, produciendo en la actualidad más de 2.5 millones de plantas y contando con un equipo de más de 50 profesionales.



AUTELEC TECNOLOGÍA, S.L.

Vicente Carot

autelec.es

comercial@autelec.es

+34 963 751 471

AUTELEC es una empresa valenciana de ingeniería electrónica que lleva más de 40 años dedicada al diseño y fabricación de maquinaria para el envasado del AOVE y firmemente comprometida con el medio ambiente, manteniendo en funcionamiento todos sus equipos, desde el primero hasta el último.



BALAM Agriculture

Atención al Cliente

balam.es

hola@balam.es

+34 957 813 381

Líder en la transformación integral de explotaciones agrícolas. Alta especialización en cultivos modernos de alta densidad como el olivar y el almendro, con más de 150.000 hectáreas gestionadas & asesoradas. Con una fuerte apuesta por el I+D y la mejora genética, la innovación y sostenibilidad son los ejes transversales de todos nuestros proyectos.

Soluciones con total precisión y seguridad



ENVASADO



ETIQUETADO



CIERRE



ENVASADORA MULTIFORMATO



LLENADORA POR PESO



ifamensa

INDUSTRIAS DE FABRICACIÓN DE MÁQUINAS ENVASADORAS, S.L.

¡Calidad de principio a fin!



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

www.ifamensa.com



Bioteccarios
Luis Serrano Romero
www.bioteccarios.es
info@bioteccarios.es
634 180 278
En Bioteccarios no solo somos distribuidores con una importante trayectoria en el sector agrario, sino también consultores conectados con la tierra y contigo. Atendiendo a los cambios y desafíos que se producen en la población mundial y en la agricultura, hemos evolucionado nuestros servicios, ofreciendo soluciones innovadoras para conseguir una mayor eficiencia en el campo. Somos distribuidores de soluciones naturales, consultores del campo, divulgadores agrícolas y formadores biotecnológicos.



MULTINIVEL IBÉRICA, S.L.
Cándido Martínez Herrero
www.aceitescandido.com
candido@vinoscandido.com
+34 658 963 313
En Cándido llevamos más de 20 años implementando, entre otros, procesos de filtración en la industria vinícola, prestando servicio a más de 1.000 bodegas en todo el territorio nacional y portugués, experiencia que hemos aplicado al sector oleícola para desarrollar un proceso adaptado a las particularidades y necesidades de esta industria. Nuestro modelo está preparado para responder a las necesidades del productor con un servicio ágil, profesional y enfocado en maximizar el valor del producto desde la molturación de la aceituna hasta su envasado o venta a granel.



CITOLIVA, CENTRO TECNOLÓGICO DEL OLIVAR Y DEL ACEITE
Rocío Córdoba Sotomayor
www.citoliva.es
rcordoba@citooliva.es
953221130
Citoliva es el centro tecnológico de referencia en innovación y desarrollo para el sector del olivar y el aceite de oliva. Su labor se centra en generar soluciones avanzadas y transferir conocimiento con el objetivo de impulsar la competitividad de las empresas del sector.



DAYMSA
Mónica Navarro
daymsa.com
mnavarro@daymsa.com
976 461 516
BIOESTIMULANTES Y PRODUCTOS DE BIOCONTROL PARA UNA AGRICULTURA SOSTENIBLE
Daymsa, primer productor europeo de Leonardita, comenzó su actividad en 1979, fabricando bioestimulantes en base a ácidos húmicos. Daymsa es una referencia en soluciones tecnológicas de alta calidad en bioestimulantes y productos de biocontrol. La agricultura se enfrenta a retos como el crecimiento exponencial de la población con recursos limitados, restricción en materias activas eficaces frente a plagas y enfermedades, el cambio climático, etc., y necesita soluciones rentables y sostenibles.
Daymsa está comprometida a continuar desarrollando soluciones que permitan satisfacer las exigencias de la agricultura actual, obteniendo el máximo rendimiento y protección sin residuos en los cultivos.



EuroChem Agro Iberia, S.L.
Guillermo Morales
(guillermo.morales@eurochem.group)
Joao Palha (joao.palha@eurochem.group)
www.eurochemiberia.com
info.spain@eurochem.group
+34 931 702 744
Empresa líder mundial en nutrición vegetal, que permite a los agricultores abastecer de forma sostenible a la población con alimentos sanos y asequibles. Ayudamos a construir un futuro con seguridad alimentaria para todos.



FERTINAGRO BIOTECH
Oliver Reyes Carmona
www.fertinagrobiotech.com
info@fertinagro.es
+34 978 62 30 77
40 años dedicados a la fabricación y comercialización de fertilizantes tecnológicos y sostenibles. Con 28 plantas de producción y una importante apuesta por la investigación, contamos con el catálogo más completo del mercado, ofreciendo soluciones nutricionales que mejoran la rentabilidad de los cultivos.



Bolschare Agriculture
Myriam Giganto Jiménez
www.bolschare.com
mgiganto@bolschare.com /
communication@bolschare.com
+34 722 501 230
Bolschare Agriculture es una compañía líder en operación y gestión de activos agrícolas en la Península Ibérica y referente internacional en aplicación de criterios de ESG. Con presencia internacional, ofrece un servicio integral a medida, desde la búsqueda de activos hasta la comercialización del producto; especializados en una ejecución y gestión de plantaciones moderna, brinda oportunidades de inversión y conocimientos especializados en el sector agrícola.



CAZAUX ROTORFLEX
Yves LE GUILLOU
www.cazaux-pumps.com
yves.leguillou@cazauxpumps.com
+33 557 77 70 70
Cazaux Rotorflex es el principal fabricante francés de bombas para el trasiego de productos alimentarios (zumos de frutas, vino, aceite, alcohol, etc.).



CORTEVA AGRISCIENCE
Carlos Cejudo
www.corteva.es
carlos.cejudo@corteva.com
+34 629 460 298
Corteva Agriscience es una empresa agrícola global que cotiza en bolsa y ofrece a los agricultores de todo el mundo la cartera más completa del sector, que incluye una mezcla equilibrada y diversa de semillas, protección de cultivos y soluciones digitales centradas en la optimización de la productividad para mejorar el rendimiento y la rentabilidad. La empresa, que cuenta con algunas de las marcas más reconocidas en agricultura y una cartera de productos y tecnología líder en la industria bien posicionada para impulsar el crecimiento, tiene el compromiso de trabajar con las partes interesadas en todo el sistema alimentario a la vez que cumple su promesa de mejorar la vida de los que producen y de los que consumen, asegurando el progreso para las generaciones venideras.



Diputación Provincial de Córdoba
Antonio Jiménez Luque
www.dipucordoba.es
ajimenez@dipucordoba.es
+34 957 32 53 13
La Diputación Provincial de Córdoba es el órgano de gobierno de la provincia, fomenta y administra sus intereses, asegura la prestación integral y adecuada de servicios públicos de competencia municipal en todo el territorio de la provincia.



FOSS
Antonio Martínez
www.fossanalytics.com/es-es/industrytypes/olive-oil-analysis
info@foss.es
+34 934 94 99 40
FOSS crea soluciones integrales que garantizan y mejoran la calidad de los alimentos. Desde la materia prima hasta el producto acabado. Nuestros instrumentos analíticos perfeccionan las medidas y las convierten en una gestión de la información que permite a las empresas llevar a cabo una producción inteligente basada en los datos, desperdiciando menos y obteniendo un mayor rendimiento. Al controlar el costo y la calidad en todos los sectores y las cadenas de valor, ayudamos a los productores de alimentos y agrarios a limitar el número de errores humanos, escalar sus negocios de forma más rápida y reducir el trabajo manual, además de los gastos laborales. Abarcamos estos sectores alimentarios y agrarios: Lácteo, Pienso y Forraje, Grano, Molienda de harina y Procesamiento de semillas oleaginosas, Laboratorios, Carne, Análisis de Leche cruda, Vino, Aceite y Aceituna.



HAUS Centrifuge Technologies
Alberto Bueno Galán
www.hausworld.com
alberto.bueno@hausiberia.com
+34 673 065 672
HAUS cumple 70 años de experiencia ofreciendo instalaciones de centrifugación pioneras para multitud de aplicaciones, y en especial para la extracción de Aceite de Oliva. Nuestro departamento de I+D y nuestro nuevo Centro de Innovación y Ciencia nos permiten fabricar soluciones tecnológicas en nuestro nuevo Campus con más de 800 empleados y 100.000 metros cuadrados de superficie en Aydin (Turquía), para luego exportarlas a más de 70 países.



cooperativas
agro-alimentarias
Andalucía Jaén

DÍA DEL COOPERATIVISMO JINNENSE

27 DE JUNIO / 19:00H

LUGAR: PALACIO DE CONGRESOS DE IFEJA, JAÉN

ENTREGA DE LAS
INSIGNIAS DE ORO
DE LA FEDERACIÓN

ACTUACIÓN DEL CÓMICO Y ACTOR
LEO HARLEM



PATROCINAN



Cátedra
Pieralisi
de estudios económicos e
históricos de la empresa oleícola

injtelec



ILDEFONSO ROSA RAMÍREZ E HIJOS, S.L.
Fabricación de masunaría

COLABORAN

Controlsys_



INSUFESE
Correduría de Seguros, S.L.



tecnion®
grupo empresarial



INDEA TECHNOLOGIES
Rafael J. V. Oyonarte
www.indeatech.com
rjvo@indeatech.com
+34 609 222 307
Automatización avanzada de procesos.
Digitalización 5.0. Almazara 4.0. Sistemas de información alma/system para la optimización del proceso de elaboración de aceite de oliva. Control de grasa en continuo, humedad, producción temperaturas y trazabilidad completa. Ingeniería y consultoría de proyectos de optimización.



John Deere Ibérica, S.A.
Jaime Muguero
www.deere.es
jdiberica@johndeere.com
916 009 500
Empresa líder en soluciones tecnológicas de mecanización agrícola, forestal, de construcción y espacios verdes.



MANZANO FLOTTWEG
Ángela Manzano Coca
www.caldereriamanzano.net
comercial@caldereriamanzano.net
+34 957 170 225
MANZANO fabrica desde 1918 bodegas de acero inoxidable para almacenamiento y decantación y junto a FLOTTWEG, fabricante alemán de separación centrífuga, diseña, fabrica e instala líneas completas de extracción de aceite de oliva en todo el mundo.



Moresil, S.L.
Francisco José Moreno Toscano | Export Manager
(https://www.linkedin.com/in/francisco-j-moreno-toscano/)
www.moresil.com
morenotoscano@moresil.com
+34 957630243 / +34 600963234
Fabricante de maquinaria agrícola con más de 70 años de experiencia, que exporta a más de 30 países. Especialistas en recolección de olivar y frutos secos, así como en la cosecha de girasol, maíz y cereal.



Olivérica - Asociación Ibérica de Olivar en Seto
Alfonso Javier Fernández López
oliverica.com
oliverica@oliverica.com
+34 604 949 584
Olivérica, asociación ibérica sin ánimo de lucro que agrupa agricultores de España y Portugal dedicados al cultivo de olivar de alta densidad. Su objetivo es representar al sector ante las administraciones, impulsar la innovación y formación, y promover las ventajas del olivar en seto en la producción de aceites de oliva de calidad. La asociación también aboga por un precio justo del aceite que garantice la sostenibilidad del sector.



Pieralisi España, S.L.U.
Rodrigo Jaén
www.pieralisi.com
info.spain@pieralisi.com
+34 953 284 023
Pieralisi es líder mundial en producción de maquinaria y tecnología para la extracción de aceite de oliva. Su objetivo es proveer de la mejor solución técnica a sus clientes que cumpla con las necesidades de su modelo de negocios. En su portfolio de producto ofrecen líneas de diferentes niveles de producción, desde pequeñas explotaciones a grandes volúmenes diarios de extracción. Conocen las necesidades del mercado, en términos de sostenibilidad económica, eficiencia energética y de recursos naturales.



IMS CONTROL INDUSTRIAL
Pedro Martínez
www.imscontrolindustrial.com
info@imscontrolindustrial.com
953754981
Fabricación, instalación y mantenimiento de sistemas de pesaje, cuadros eléctricos y sistemas para automatización de procesos industriales. Pionero en este campo con sistemas como TEDAES (1º premio Expoliva 2025), basado en IA y tecnologías emergentes, tomando decisiones en tiempo real. Sistema único en el sector con una patente a nivel mundial.



ITC
Xavier Martínez
Gerente de desarrollo de negocio
itc.es
martinez@itc.es
935 443 040
ITC es líder en sistemas de dosificación y control para fertirriego. Sus equipos mejoran cultivos como el olivar intensivo, aumentando producción, rentabilidad y reduciendo costos operativos y consumo de fertilizantes.



Kubota España, S.A.
Raúl Morales
https://kes.kubota-eu.com/
raul.morales@kubota.com
+34 628 92 30 81
Kubota es una empresa líder en fabricación de equipos agrícolas, de construcción, segadoras y motores industriales desde 1890. Con sede mundial en Osaka (Japón), oficinas en más de 120 países y más de 55.000 empleados en América del Norte, Europa y Asia, Kubota obtuvo unos ingresos de 21.400 millones de dólares en 2023. Aunque los equipos agrícolas constituyen su principal línea de productos, Kubota también fabrica una amplia gama de productos como sistemas de purificación de agua de ciudades, sistemas de riego, de tuberías, de construcción de tejados y viviendas y de grandes válvulas subterráneas. Su misión "For Earth, For Life" habla de su compromiso con la conservación del medio ambiente, mientras ayudan a la producción de suministros de alimentos y agua, que son vitales para satisfacer las necesidades de nuestra sociedad, dado que la población mundial sigue aumentando. Esta misión se cumple cada vez que un tractor de Kubota cosecha la tierra para producir alimento o cuando uno de nuestros equipos de construcción excava para transportar agua u ofrecer refugio.



NEW HOLLAND - CNH INDUSTRIAL MAQUINARIA SPAIN S.A.
Javier Lodares
www.newholland.es
javier.lodares@cnh.com
667 665 753
New Holland apoya a los agricultores con la tecnología y los servicios que necesitan para una agricultura productiva, con una amplia gama de equipos agrícolas. Con una red de concesionarios especializada y con una fuerte presencia territorial.



OptiCept Technologies AB
Carlos Fuentes
Sales and Operations Manager
www.opticept.se/es
carlos.fuentes@opticept.se
615657457
OptiCept Technologies es una empresa sueca de tecnología alimentaria que cotiza en bolsa y que desarrolló un sistema PEF patentado (llamado CEPT®), un nuevo e innovador tipo de PEF. Es una forma nueva y más sencilla de crear, controlar y aplicar pulsos de manera más eficiente, con una aplicación específicamente diseñada para la extracción de aceite de oliva.



FUNDACIÓN DEL OLIVAR
Javier Olmedo Hernández
www.poolred.com
pool@poolred.com
+34 618 549 279
El Sistema de Información de Precios en Origen - POOLred © - es un procedimiento de gestión y difusión instantánea de datos relativos a las operaciones de compraventa a granel de aceite de oliva en el mercado de origen.



TODOLIVO, S.L.
 Rafael Jiménez Martínez
 Dpto. Atención al cliente
 www.todolivo.com
 todolivo@todolivo.com
 +34 957 421 740

Todolivo es una empresa española fundada en 1985, especializada en olivicultura. Obtenidora de nuevas variedades de olivo y líder mundial en ejecución y gestión de Plantaciones de Olivo en Seto. Ofrece un servicio integral que cubre todo el ciclo productivo y su actividad la desarrolla principalmente en: España, Portugal, Francia, Italia, EE.UU., Marruecos, Túnez, Georgia y Azerbaiyán. Desde sus inicios, se ha distinguido por su carácter innovador e intensa labor de investigación y desarrollo, siempre enfocada a la mejora de la olivicultura. Ha sido pionera en el desarrollo del Olivo en Seto de secano y riego y, actualmente, es líder mundial en ejecución y gestión de plantaciones de Olivo en Seto con más de 40.000 ha plantadas en numerosos países del mundo. De sus dos primeras fases de cruzamientos, ha obtenido 27 nuevas variedades de su Programa de Mejora Genética -actualmente en fase de patentado- de ellas, 15 se encuentra ya en comercialización. Además cuenta con 1.037 nuevas variedades obtenidas de sus últimas 4 fases de cruzamientos, las cuales se encuentran en estudio en sus campos de ensayos.



Sea6 Energy Pvt. Ltd.
 José Muñoz
 www.sea6energy.com
 josemunoz@sea6energy.com
 +34 687150593

Sea6 Energy, an Indian biotech firm founded in 2010, pioneers mechanized seaweed farming to create sustainable agri-inputs, bioplastics, food ingredients, and biofuels.



Veolia - División de Agricultura
 Marta Pérez
 www.veolia.es/agricultura
 marta.perez@veolia.com
 683 49 62 42

Veolia es una empresa centrada en agua, energía y residuos.

SOLUCIONES INTEGRALES PARA LA AGRICULTURA: Ofrecemos un asesoramiento integral para una agricultura rentable y sostenible. En Veolia acompañamos y asesoramos a los empresarios agrícolas, inversores y a comunidades de regantes para hacer frente a los retos del sector y mejorar la rentabilidad de sus explotaciones mediante soluciones integrales que optimizan los sistemas de cultivos y la eficiencia en el uso del agua y la energía.

Patrocinadores



Angibaud
 Manuel Pérez Cano
 www.angibaud.fr
 karyon.es
 manuel.perez@karyon.es
 +34 678 905 878

Angibaud con sede en Francia es fabricante de materia orgánica en base a Guano de Pescado, y está llevando a cabo un desarrollo específico para el olivo.

La empresa española Karyon con actividad en el ámbito de la salud y la nutrición de cultivos es representante de Angibaud para España y Portugal.



CAJA RURAL DE JAÉN, BARCELONA Y MADRID S.C.C.
 Juan Gallego Cobo
 www.cajaruraldejaen.com
 recursos.pasivo@crjaen.com
 +34 953 210 100

Caja Rural de Jaén, Barcelona y Madrid, Sociedad Cooperativa de Crédito es una entidad con progresión ascendente y de futuro, la cual evoluciona con las nuevas tecnologías con el fin de poner al alcance de todos sus servicios como Entidad Financiera.



Olivogestão, Lda.
 Álvaro Labela
 https://olivogestao.com
 Vídeo corporativo
 geral@olivogestao.com
 00351 284 098 238

Diseño y plantación, análisis de proyectos, planos de negocio y financiación, gestión integral de explotaciones, almazara (Olibest). Asesoramiento y comercialización de aceite.



SF DELTA CHEM IBERIA, S. A. U.
 Angelo Tjhe
 www.deltachem.pro
 deltachem.iberia@deltachem.pro
 +34 630 139 569

Desarrollamos bioestimulantes de última generación para ayudar su cultivo en cada etapa de su ciclo. Fabricamos abonos líquidos a demanda en nuestras instalaciones en Almería. Completamos nuestra oferta con una amplia gama de abonos sólidos y cristalinos.



SELECTIS AGRO
 Sebastián Ruano
 selectisagro.es
 sebastian.ruano@selectis.rovensa.com
 +34 677 10 26 11

La línea de soluciones de protección de cultivos de Tradecorp ahora son parte de Selectis Agro. 25 años de calidad y eficacia, con una nueva identidad de marca y la cercanía de siempre. Selectis Agro es una compañía fabricante y comercializadora de soluciones fitosanitarias para la protección de los cultivos, con amplia variedad en productos herbicidas, fungicidas e insecticidas. Selectis Agro, aquí a mano.



Kelp Blue
 Anouk Bosman
 www.kelp.blue
 Anouk.bosman@kelp.blue
 +32 4 70 80 64 57

El futuro de la agricultura es trabajar con la naturaleza. Por eso creamos StimBlue+, un bioestimulante natural de algas gigantes que mejora la resistencia de los cultivos y reduce el uso de insumos sintéticos.

Con StimBlue+, también restauramos suelo y mar: cultivamos Macrocyctis pyrifera en estructuras marinas para regenerar los océanos, capturar carbono y apoyar una agricultura más sostenible.



SOVENA
 Luís Ruiz Quero
 www.sovenagroup.com
 info@sovena.es
 +34 955 65 33 00

Sovena es una empresa familiar, reconocida y premiada a nivel mundial, con fábricas y oficinas en numerosos países, productora y distribuidora de aceite de oliva y aceites vegetales. Además de nuestras marcas, suministramos aceites de oliva, aceite vegetal y aceitunas a operadores en los lugares más diversos del mundo, convirtiéndolos en el mayor proveedor mundial de aceite de oliva para marcas de distribuidor.

Colaboradores





La futura convivencia entre el olivar tradicional y el olivar de alta densidad: en busca de la rentabilidad para todos los productores

Ante el nuevo escenario del cultivo del olivo que se está rediseñando de forma acelerada en el Mediterráneo, donde convivirán olivares de alta densidad (seto e intensivo) con olivares tradicionales (de alta y baja pendiente), y teniendo en cuenta los diferentes costes de producción, hemos querido preguntar a productores y expertos del sector qué habría que hacer para que todos encuentren la ansiada rentabilidad.

José María Penco
Director de la Asociación
Española de Municipios
del Olivo (AEMO)

“Si logramos que el aceite de oliva tenga un alto valor derivado de una demanda sólida y bien informada, todos los modelos de cultivo podrán convivir en el futuro”

Efectivamente, nos encontramos ante un escenario cambiante que va a redefinir el cultivo del olivo tal y como lo conocemos. Los sistemas más eficientes en términos de costes y producción -los olivares de alta densidad- crecerán en superficie de forma irreversible y acelerada. Cuando un modelo resulta más rentable, guste más o guste menos, siempre acaba imponiéndose.

En cuanto a los olivares tradicionales, debemos diferenciar entre los de baja y alta pendiente. Los primeros tenderán a reconvertirse progresivamente hacia sistemas de alta densidad, ya que orográficamente es posible. Esta transición será más o menos rápida según el territorio, la comarca o la provincia, y dependerá en gran medida de factores como la estructura de la propiedad o los arraigos culturales. Aun así, es



previsible que una parte significativa acabe reconvirtiéndose, impulsada en última instancia por el relevo generacional.

El caso del olivar tradicional de montaña es distinto. Al no ser mecanizable por la pendiente, no puede transformarse

en modelos intensivos o en seto. Para evitar su abandono -un riesgo real-, la única alternativa viable será apostar por la producción ecológica y por aceites de oliva vírgenes extra de alta calidad, potenciando además otras actividades complementarias como el oleoturismo. Sólo así se podrá lograr un precio diferencial en el mercado que permita compensar sus mayores costes.

Dicho esto, hay una estrategia que beneficia a todos los sistemas productivos sin excepción: valorar el aceite de oliva en el mundo. Lograr precios acordes con los costes reales de producción -como frutal que es- es fundamental. Para ello, el conjunto del sector debe comprometerse a dignificar el producto ante los ojos del consumidor, invirtiendo en la comunicación de sus valores. Es imprescindible reforzar el mensaje de salud, de excelencia gastronómica y de sostenibilidad, porque el aceite de oliva es, sin duda, la

grasa más sana, más rica y respetuosa con el medio ambiente que conocemos.

En definitiva, si logramos que el aceite de oliva tenga un alto valor derivado de una demanda sólida y bien informada, todos los modelos de cultivo podrán convivir en el futuro.

José Manuel Lacarte
Director
comercial
de Grupo
Agromillora



“El olivar en seto producirá cada vez más AOVE, y no sólo eso, sino que cada vez será más bueno, más bonito y más barato”

Rentabilidad supone al fin y al cabo margen de beneficio, y eso se consigue bien reduciendo costes, bien aumentando los ingresos. Esta afirmación, que no es más que una verdadera perogrullada, deja de serlo si analizamos en profundidad cómo minimizar los costes y maximizar los ingresos en cada uno de los modelos de cultivo del olivar.

En el caso del olivar en seto, a nadie le cabe duda de que en el futuro el coste de un





kilo de AOVE producido con este modelo seguirá disminuyendo como consecuencia de la innovación y la mayor eficiencia de la maquinaria y la robótica utilizada. A su vez, los ingresos seguirán creciendo como consecuencia de la aparición de nuevas genéticas más productivas y eficientes en el uso de los recursos. En pocas palabras: el olivar en seto producirá cada vez más AOVE, y no sólo eso, sino que cada vez será “más bueno, más bonito y más barato”.

En el caso de los olivares tradicionales, la realidad es que difícilmente seremos capaces de reducir los costes de un sistema dependiente de una mano de obra cada vez más cara y escasa. Sin embargo, en mi opinión, ni mucho menos todo está perdido porque nos queda la baza de la otra parte de la ecuación: los ingresos. Transferir al interior de una botella el valor de la tradición, de la biodiversidad, del paisaje creado por unos olivos forjados por siglos de historia requiere de un *storytelling* convincente que cree en el consumidor una mayor percepción de valor. Un objetivo nada fácil y que seguramente necesita una alianza que trasciende a los meros olivicultores y que supone la puesta en valor de conceptos tan amplios como la cultura, el patrimonio artístico, la fauna o la gastronomía de una región. En definitiva, fuentes de ingresos indirectas que, como el oleoturismo o las ayudas para la conservación del medio ambiente, complementen las rentas de unos olivicultores tradicionales que, mal que nos pese están en peligro de extinción.

Y quizás resulte paradójico mi pensamiento, pero en mi opinión de esta extinción tal vez sólo pueda salvarles una mayor demanda, conocimiento y reconocimiento de la cultura del AOVE a nivel internacional gracias a los aceites producidos por las plantaciones más mecanizadas, o lo que es lo mismo, por las más competitivas. La creación de nuevos mercados requiere el posicionamiento del AOVE como una grasa saludable pero también de un precio que, generando beneficio para sus productores, compita con otros aceites vegetales como el de palma, colza o girasol. Ganar mercado es abrir las puertas a nuevos consumidores que se interesen por los orígenes de un producto que conecta pasado y presente como ningún otro, e invitarles a vivir la realidad de nuestros olivos tradicionales.



Alberto Grimelli
Agrónomo, periodista
y CEO y fundador de
Teatro Naturale

“La cuestión no será qué modelo de olivar garantizará la rentabilidad, sino si el olivo podrá generar ingresos dados las políticas comerciales mundiales que equiparan el aceite de oliva virgen extra con otros aceites vegetales”

La rentabilidad de un olivar depende de la percepción del valor del aceite de oliva que se produce. Si los olivares tradicionales, que no pueden reducir costes, no logran transformar los valores ambientales, sociales, históricos y tradicionales que ex-

presan en valor económico, están destinados a desaparecer. El modelo superintensivo presenta los mismos desafíos, tales como reducir los insumos energéticos y el consumo de agua, lograr resiliencia y estabilizar la producción frente al cambio climático. Se trata de retos diferentes, pero igualmente complejos, para lograr la rentabilidad. La cuestión no será qué modelo de olivar garantizará la rentabilidad, sino si el olivo podrá generar ingresos dadas las políticas comerciales mundiales que equiparan el aceite de oliva virgen extra con otros aceites vegetales, como el aceite de girasol alto oleico.

Álvaro Olavarría
Director
Gerente de
Oleoestepa



“Maximizar las producciones por hectárea y reducir los costes de producción son dos variables que estamos obligados a obtener en la ecuación de rentabilidad del olivar en el mundo”

Maximizar las producciones por hectárea y reducir los costes de producción son dos variables que estamos obligados a obtener en la ecuación de rentabilidad del olivar en el mundo. Los olivares en seto son la mejor de las alternativas para aquellas explotaciones donde se dispone de factores productivos como el agua, orografía adecuada, tamaño de la explotación, etc., para la consecución de estos dos retos. La tercera variable de la ecuación es el precio de





venta de los aceites y aquí es determinante la calidad. Los olivares menos competitivos están abocados a obtener la máxima calidad -sensorial y química-, diferenciándose gracias a las variedades autóctonas, clima, suelo, fechas de recolección, procesos de elaboración y, sobre todo, mucho marketing apoyado en palancas como la salud, la sostenibilidad o el sabor, al que se podría añadir otras razones para los consumidores que también comienza con la “s”, como el compromiso social.

Y no olvidemos la importancia de gestionar la oferta, profesionalizada y con masa crítica para ordenar el mercado. En estos últimos meses estamos viendo claros ejemplos de nuestras debilidades como productores. Toda la cadena de valor, desde el productor al distribuidor, quiere estabilidad y lo están pidiendo a gritos.

Esteban Momblán Gerente de Grupo Interóleo

“El olivar menos competitivo debería trabajar en dos vías: hacia la demanda y hacia la oferta”

La existencia de dos tipos de olivar tan claramente diferenciados que, sin embargo, dan lugar a un producto de similares características sensoriales y físico-químicas hace muy difícil que el consumidor pue-



da diferenciarlos. El nuevo olivar intensivo y superintensivo, por ser muy competitivo en costes, tiene la capacidad de ser rentable en los umbrales bajos de precio, mientras que el tradicional se hace inviable. Este olivar menos competitivo debería trabajar en dos vías: hacia la demanda y hacia la oferta. Desde la oferta intentando ser más competitivo con gestión integral de explotaciones agrícolas, uso eficiente de recursos e inversión en i+D+i para la modernización del

mismo. Desde la demanda el esfuerzo habrá que hacerlo mediante la divulgación del aspecto medio ambiental del olivar tradicional menos agresivo en el uso de recursos, así como el mantenimiento y desarrollo de la economía rural.

Álvaro Labella CEO de Olibest y OlivoGestão



“La mejor herramienta para conseguir aumentar la renta es la promoción del aceite”

Creo que la mejor herramienta para conseguir au-

mentar la renta es la promoción del aceite, que provocaría un aumento de consumo, dando origen al aumento de los precios medios del aceite.

Los diferentes modelos de cultivo tendrán niveles de rentabilidad en función de su eficiencia, pero todos serían rentables.

Rafael Alonso Barrau Director Comercial y de Exportación de Oro del Desierto



“No hay más remedio que intentar derivar los sistemas menos productivos hacia producciones únicas de máxima calidad para comercializarlos de manera diferenciada”

Estos sistemas -intensivo, seto y tradicional- ya coexisten en nuestra comarca desde hace más de 15 años. Todos son menos productivos que en otras zonas debido a la escasez de agua. Es obvio que los sistemas menos productivos tienen una situación de desventaja respecto a los modernos, debido a los altos costes, principalmente de mano de obra, por lo que no hay más remedio que intentar derivar este tipo de olivares hacia producciones únicas de máxi-

ma calidad para comercializarlos de manera diferenciada. Esto lo que llevamos haciendo en Oro del Desierto durante 25 años. Hay que encontrar vías tales como el contenido en polifenoles, la certificación ecológica o el oleoturismo relacionado con estos entornos, poniéndolo en valor. Obviamente, no es un camino fácil, pero aquel que no lo emprenda quizás debe pensar en renovar su plantación, si puede, cuanto antes.

Herminia Millán Gerente de QvExtra! Internacional



“Disponer de nuevos sistemas de producción más rentables es una gran noticia, pero deben convivir con los tradicionales y beneficiar al sector en vez de perjudicarlo”

Hay que dar valor al producto y autoconvencernos del mismo en toda la cadena, desde el agricultor hasta el consumidor. Disponer de nuevos sistemas de producción más rentables es una gran noticia, pero deben convivir con los tradicionales y beneficiar al sector en vez de perjudicarlo. Producir a 2 euros no debe ser una excusa para vender barato. No tiene sentido. El consumidor ya ha demostrado que puede consumir en la línea de precios adecuada para todos los cultivos. ¿Por qué trabajar en contra del tradicional? ¿A quién beneficia? El que piense que beneficia al consumidor está equivocado. Todos nuestros cultivos deben ser sostenibles desde el punto de vista económico, por lo que, si en el futuro un alto porcentaje de ellos no lo es, este producto dejaría de estar disponible y sería un perjuicio para todos.

Manuel Heredia Propietario de Cortijo de Suerte Alta



TU PRODUCCIÓN NO PUEDE QUEDAR EN EL AIRE

Con las ayudas para seguros agrarios de la Junta de Andalucía, tu producción olivarera estará asegurada ante las adversidades climáticas.





“A los productores nos toca poner en valor toda nuestra producción, diferenciándonos y envasando nuestros AOVEs, ya sea por almazaras o cooperativas, en origen”

La reestructuración del olivar viene determinada por un cambio general de todo el campo español. Nuestros mejores secanos que se dedicaban a cereal no pueden competir con los europeos y se están reconvirtiendo a olivares intensivos o en seto -o a otros frutales- más competitivos, aunque eso lleva aparejada una gran inversión inicial. En Cortijo de Suerte Alta lo hemos hecho, tanto plantando olivar en seto de baja densidad en secano ecológico (750 olivos/ha.) o media densidad (1.000 olivos/ha.) en riego ecológico, o con olivar intensivo ecológico de 200 olivos/ha. en tierras menos aptas.

Nuestro olivar tradicional (75 olivos/ha.) en Baena, con diferentes pendientes, es ecológico y está acogido a eco-regímenes para incrementar su rentabilidad mediante esas ayudas. Deberían contemplarse unas ayudas específicas por pendiente o por fijación de CO₂ y población rural. Pero a los productores nos toca poner en valor toda nuestra producción, diferenciándonos y envasando nuestros AOVEs, ya sea por almazaras o cooperativas, en origen.

Eduardo Valverde
Gerente de
Conde de
Benalúa

“Cada productor tiene que encontrar rentabilidad en función de su

tamaño productivo, sus costes y la comercialización”

Buscar rentabilidades parecidas entre procesos productivos de dimensiones y costes diferentes es imposible.

Cada productor tiene que encontrar rentabilidad en función de su tamaño productivo, sus costes y la comercialización.

Será el momento de comprobar si realmen-

te los proyectos de integración dan los frutos esperados o no.

Consoli Molero
Gerente de
Colival

“La rentabilidad de todos dependerá de una cadena de valor más equilibrada, que pague mejor en origen y no penalice al que produce con criterios sociales, ambientales y de calidad”

Para que todos los modelos de olivar sean rentables es imprescindible entender que no hay una única solución: cada tipo de olivar aporta valor de una forma distinta. El olivar tradicional necesita apoyo real, con políticas que reconozcan sus servicios ambientales, incentiven su conservación y permitan diferenciar su aceite con sellos de calidad que el mercado valore. También es clave facilitar su modernización parcial y el acceso a canales de venta más directos. Por otro lado, el olivar intensivo y en seto debe seguir apostando por la eficiencia, la tecnología y la gestión precisa de recursos para mantener su competitividad. La rentabilidad de todos dependerá de una cadena de valor más equilibrada, que pague mejor en origen y no penalice al que produce con criterios sociales, ambientales y de calidad.

Francisco de Mora
Presidente de la Cooperativa
Olivarera de Lucena

“La clave es pensar que juntos nos irá mejor, buscar nuevos mercados e invertir en promoción bajo el paraguas de un producto único vinculado a la salud, al bienestar y la gastronomía”

El olivar tradicional debe modernizarse, agrupar la oferta en cooperativas u otros modelos para ganar economías de escala, compartir ma-



quinaria, contar con apoyo técnico para ser más eficiente y apostar por AOVEs de máxima calidad con certificaciones como pueden ser DOPs, ecológico, trazabilidad total y sostenibilidad. El olivar en seto, que sale primero al mercado, necesita coordinar la oferta para no saturar y sostener precios.

La clave es pensar que juntos nos irá mejor, buscar nuevos mercados e invertir en promoción bajo el paraguas de un producto único vinculado a la salud, al bienestar y la gastronomía.

Miguel Carrasco
Maestro de almazara
de As Pontis

“Hay que buscar y dar a conocer la diferenciación que tienen los AOVEs procedentes de olivares tradicionales respecto a los de los olivares superintensivos”

Se trata de buscar y dar a conocer la diferenciación que tienen los AOVEs procedentes de olivares tradicionales respecto a los de los olivares superintensivos. Es el trabajo diario en Almazara As Pontis, donde somos defensores del olivar tradicional de montaña en secano. Nosotros no sólo producimos y vendemos AOVE, sino que ofrecemos la mejor de las grasas vegetales al consumidor y repartimos “salud” con el alimento vertebrador de la Dieta Mediterránea; además de conservar y dar a conocer las variedades autóctonas y minoritarias milenarias. Difundimos cultura, protegemos con ello el patrimonio vivo oleícola; conservamos el paisaje de forma sostenible, contribuyendo con ello a la protección de su flora y fauna; somos cortafuegos naturales; fijamos población contribuyendo a la economía de casi todas las familias del mundo rural. En definitiva, ofrecemos y vendemos un estilo de vida único,





mediterráneo y milenario que sin el olivar tradicional desaparecería, lo que hace a su vez que tengamos el oleoturismo como herramientas de difusión de nuestra cultura.

José Gilabert

**Presidente de la SCA
San Vicente**

**“Hay un mercado
que cada vez más
valora productos di-
ferenciados y ahí es
donde entra el olivar
tradicional”**

Tienen que convivir

distintos modelos productivos. Como en todos los sectores, habrá un mercado de volumen/precio en el que los sistemas productivos más eficientes sean los que dominan. Pero también hay un mercado que cada vez más valora productos diferenciados y ahí es donde entra el olivar tradicional, con unas variedades que se distinguen por sus características singulares: calidad, estabilidad, mayor contenido en componentes saludables... y que no se pueden cultivar en seto.

Es necesaria una diferenciación a través de la calidad y de la sostenibilidad, aportando esos otros beneficios desde el punto de vista medioambiental y social para dar mayor valor al producto.

Lo que no se entiende es que el olivar intensivo, cuya producción es minoritaria respecto al tradicional, sea el que esté mar-

cando los precios del mercado. Sólo se explica por la existencia de una estrategia que quiere dejar fuera de juego al olivar tradicional, y que éste se reconvierta o desaparezca. Ahí se esconden muchos intereses económicos que pretenden quedarse con el sector y lo más triste es que se esté contribuyendo, por acción u omisión, desde el propio sector productor.

Antonio López Mediero
**Ingeniero agrónomo y Director
Técnico de Vianóleo**

**“Si el precio en España
fuese el mismo que en
Italia, todas las tipolo-
gías de olivar podrían
sobrevivir”**

En un contexto en el que conviven diferentes tipologías de olivar, y por tanto con diferentes costes, habría que poner en valor el producto, ya que es la mejor grasa vegetal y la más saludable del mundo. Ahí está la clave de la rentabilidad para todos. No podemos banalizar el producto y convertirlo en una *commodity*. Ése no es el camino.

En primer lugar, hay que realizar una apuesta clara y contundente por la calidad, así como por la difusión de la cultura del AOVE, con una labor ingente de promoción del aceite de oliva virgen extra a nivel mundial que aún en 2025 no se ha llevado a cabo, ni por las instituciones, ni por el

sector. El Consejo Oleícola Internacional (COI) ni está, ni se le espera. El Ministerio de Agricultura ni está, ni se le espera. La Interprofesional ni está, ni se la espera. Sin acción y con desunión es imposible.

Poniendo en valor sus múltiples beneficios para la salud, es una vergüenza que la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA, por su siglas en inglés) no permita hacer alegaciones de salud y sí el Departamento de Agricultura de EEUU (USDA, por sus siglas en inglés). Que en EEUU sí se puedan hacer alegaciones de salud y aquí donde lo producimos no, es de auténtica chirigota. Si no nos lo creemos nosotros, ¿cómo se lo vamos a transmitir al mundo?

Europa ningunea a España como primer país productor del mundo. Que en el año 2025 la EFSA pida más estudios -como le ha dicho a QvExtra!- es para que el presidente del Gobierno -y bien digo, no el ministro de Agricultura- llamara inmediatamente y tomara cartas en el asunto.

Si el primer país productor del mundo fuese Francia, hace ya muchos años que la EFSA hubiera reconocido el AOVE como se merece. Y al igual que no se puede plantar una hectárea de viñedo en la UE sin su correspondiente derecho de plantación, tampoco se podría poner libremente una hectárea de olivar en la UE. Pero, claro, Francia sí tiene *lobby* en la UE y en cuestiones de viñedo, por tanto, manda.



VARGACEITE
Agentes, S.L.

Empresa intermediaria en todo tipo de operaciones comerciales a granel de aceites de girasol, de oliva, orujos y otros. Experiencia en el sector de tres generaciones

vargaceite@vargaceite.com | www.vargaceite.com
C/ Historiador Juan Manzano, 2. 1º G · 41089 Montequinto
Sevilla | España
+34 954 12 90 37 / +34 607 56 44 43



Hay que crear una imagen de Marca España. No puede ser que se conozca más el café de Colombia a nivel mundial que el AOVE de España.

Por tanto, si se realiza esa labor de divulgación de las bondades saludables del AOVE a nivel mundial, representado está tan sólo el 1,5% de las grasas vegetales, hay millones de consumidores esperando conocerlo y pagar por ello.

El mercado lo ha demostrado en estos dos últimos años. Precios que muchos no podrían ni imaginar se han pagado por aquellos que valoran el AOVE. Insisto: por los que lo valoran, ahí lo dejo. Un ejemplo claro ha sido el mercado de EEUU, que ha mantenido sus 400.000 toneladas de importaciones.

Y España tiene que aprender mucho de Italia. La clave no está en producir, está en poner en valor el producto y en saber vender. Hoy vemos como en España los precios se desploman y en Italia no. ¿Qué está haciendo mal España? Si el precio en España fuese el mismo que en Italia, todas las tipologías de olivar podrían sobrevivir, como de hecho así ocurre allí. Ahí lo dejo también.

Por supuesto, las tipologías más eficientes ganarían más dinero, pero no nos olvidemos que esas tipologías llevan inherentes unas inversiones brutales que han de ser recuperadas por el agricultor.

José Felguera Ochoa Secretario de Asolite-Asociación del Olivar Tradicional Español

“No se trata de producir más, sino de producir calidad y economía circular”

Nosotros no estamos en contra del progreso, ni del desarrollo, ni del olivar en seto o la alimentación industrial.

Asolite está en contra de arrancar olivar tradicional por motivos de justicia



social, por biodiversidad, por economía circular y por la supervivencia de los pueblos que, por su idiosincrasia, no admiten otro cultivo.

Esta forma de cultivo tiene más de 2.000 años con variedades que pierden poca o ninguna cualidad en su aceite, y la mayoría de secano, cuyo aceite es el que más propiedades tiene. Esto es un hecho y está científicamente demostrado.

Pedimos también que nos doten de agua y está demostrado que producimos más aceituna con la misma agua que el seto, por lo que el secano produce más. Pero no se trata de producir más, sino de producir calidad y economía circular.

Además, desde Asolite aconsejamos que se compre aceite en cooperativas y almazaras de olivar tradicional.

Juan Manuel Luque Director general de Luque Ecológico

“La única manera de que los olivares que no se pueden transformar encuentren su rentabilidad es a través de la diferenciación en calidad, el asociacionismo y la gestión conjunta de parcelas”

La primera respuesta que daría un economista clásico es que no hay forma de que un olivar con los costes de producción del olivar tradicional pueda llegar a convivir con el olivar en seto. El mercado

expulsará al no eficiente. De hecho, esto es realmente lo que está pasando. Por lo tanto, el olivar que pueda ser transformado tiene los suficientes incentivos para ello. El problema se encuentra en los olivares que, por sus circunstancias edafoclimáticas o sociales (edad del propietario, si son agricultores profesionales o acceso a financiación), no se pueden transformar en estos olivares más eficientes. En



este último caso, la única manera de que encuentren su rentabilidad es a través de la diferenciación en calidad, el asociacionismo y la gestión conjunta de parcelas con la intención de abaratar sus costes e intentar ser lo más eficientes posible. La inacción por parte de esos propietarios llevará inexorablemente a su desaparición más tarde o temprano. Lo que tengo claro es que no existen “atajos” en el sentido de que ayudas a esos olivares o “impuestos” o prohibiciones a los otros olivares vayan a frenar ese proceso.

Como siempre, deberíamos fijarnos en el vino y ver cómo las viñas en espaldera han expulsado casi totalmente a las viñas tradicionales, quedando estas últimas sólo para vinos altamente diferenciados y de calidad.

Cristóbal Lovera Ingeniero agrónomo, olivicultor y director de Aceites Fuencubierta

“Gran parte del olivar, tal como lo conocemos hoy, no va a desaparecer y seguirá existiendo durante muchos años, pero fracturado en multitud de formatos”

La estructura actual del sector olivarero en España viene condicionada de manera creciente y desde hace unos años por la aparición de las plantaciones en seto. Aunque se pueden avanzar cifras de su superficie resulta arriesgado hacerlo, ya que su dinámica de crecimiento es de tal intensidad que cualquier dato puede verse superado con facilidad. El espectacular incremento de la demanda de planta nueva con la consiguiente presión sobre la producción viverística, ampliamente desbordada en los últimos años, es el mejor indicador de lo que decimos.

Frente a este nuevo modelo de producción nos encontramos con el olivar tradicional y con el llamado olivar intensivo, fruto de este último de los planes de reconversión y





reestructuración impulsados por el Ministerio de Agricultura en las décadas de los 70 y 80 del pasado siglo.

Son dos modelos distintos, muy distintos. La pregunta que nos hacemos todos es: ¿serán capaces de convivir? La respuesta es todo un reto y obliga a matizar sobre qué olivar tradicional y olivar intensivo hablamos.

Así, variables tan fundamentales como superficie, grado de parcelación, variedad y edad de la plantación, pendiente del terreno, posibilidad o no de riego, existencia o no de relevo generacional, etc... son fundamentales para poder emitir una opinión. Cualquier debate que no contemple que estamos hablando no de dos modelos, sino de multitud de situaciones, es un debate estéril y vacío y, en definitiva, equivocado.

Creo que gran parte del olivar, tal y como lo conocemos hoy, no va a desaparecer y seguirá existiendo durante muchos años, pero fracturado en multitud de formatos en los que se hibridará seguro con ideas de otros sectores y acabará formando parte de un microcosmos que será la mejor expresión de la fuerza vital de un sector clave de nuestra economía y de un árbol que es mucho más que un árbol.

Gabriel Alsina
CEO de OliCastelló

“Hay que diferenciar el producto tradicional de siempre mediante calidad y origen”

Para que todos los modelos de olivar sean rentables, es muy importante diferenciar el producto tradicional de siempre mediante calidad y ori-



GEA PRESENTA
SU NUEVA
CENTRÍFUGA
DIRECT DRIVE

GEA

gen, tener un plan específico para trabajar y fomentar la innovación adaptada; así como impulsar canales cortos de comercialización, reducir costes y ganar competitividad.

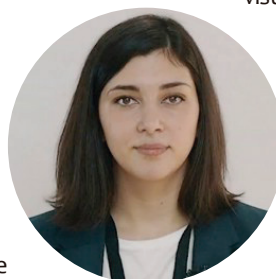
Andrea Urzaiz
Responsable de Marketing y Calidad de Aceite Artajo

“La rentabilidad no será sólo una cuestión de densidad de plantación, sino de visión, formación, adaptación y cooperación”

Creo que hay que saber reconocer el valor que cada uno puede aportar si se gestiona bien, siempre desde el punto de vista de la calidad y la sostenibilidad del entorno rural. Ambos modelos son expresiones distintas de una misma cultura agrícola, adaptadas a contextos, suelos y climas diferentes.

Es importante conocer que a veces se habla de producciones/hectáreas y costes del seto muy alejados de nuestra realidad.

En Artajo, producimos en espaldera y en ecológico desde el año 1998 y nuestro objetivo siempre ha sido buscar un producto excelente. Para conseguir esa calidad, tenemos



claro que hay muchos costes e inversiones que son similares o superiores: poda manual; tecnologías de optimización de riego y de la nutrición vegetal con agricultura de precisión; recolección temprana; prácticas de laboreo acordes con la agricultura regenerativa, cubiertas vegetales y reincorporar los restos de poda; promover la biodiversidad; y trabajar por el conocimiento del consumidor final mediante el oleoturismo.

Todas estas acciones también están enfocadas en buscar un equilibrio en los árboles, producciones sostenidas en años consecutivos y estabilidad.

También son acciones para revalorizar la calidad, no sólo la cantidad. El mercado debería premiar la calidad sensorial, la trazabilidad, la sostenibilidad y el origen. Ahí tenemos un gran desafío y, desde mi punto de vista, la mayor causa de que el mercado sea tan volátil. Un consumidor informado sobre los beneficios y que disfruta de un buen AOVE puede asimilar precios rentables para los agricultores. Lo estamos viendo en los precios en origen de otros países, que no han seguido la dinámica de España.

Colaboración, no confrontación, en la cadena de valor. Cooperativas, almazaras, envasadores y comercializadores deben trabajar juntos para que cada tipo de productor tenga acceso al mercado con condiciones dignas.

Ambos sistemas pueden convivir y ofrecer productos de calidad. Lo importante es que el agricultor tenga opciones y herramientas para ser sostenible y rentable.

En definitiva, la rentabilidad no será sólo una cuestión de densidad de plantación, sino de visión, formación, adaptación y cooperación. La diversidad es riqueza.





Una visión ampliada

Cristóbal Gallego
Presidente de Jaencoop

“Es fundamental gestionar de forma ordenada la oferta o disponibilidad de producto en cada campaña”

Se están realizando muchas acciones con el fin de mantener un olivar tradicional de mayores costes de producción frente al nuevo olivar superintensivo que se está implantado en toda la Cuenca Mediterránea y en otras latitudes. Se quiere diferenciarlo por los valores propios del aceite que produce para que sea apreciado por el consumidor, desarrollándose grupos operativos y de investigación para ello. También con modificaciones en las ayudas de la Política Agraria Común (PAC) y otras actuaciones que buscan diferenciar y poner en valor este tipo de olivar. Pero entiendo que hay que llevar a cabo otras iniciativas de manera urgente.

Cabe recordar, por ejemplo, que en Andalucía más del 60% de olivar se cultiva en secano, con enorme riesgo de abandono en los próximos años por la falta de competitividad. Esto sin duda nos obliga a actuar inmediatamente, ya que representa un olivar que ha fijado y mantiene una amplia población en el mundo rural y da vida a nuestros pueblos.

Los motivos de esta falta de rentabilidad son múltiples. En primer lugar, debemos destacar el cambio climático y su efecto sobre el aumento de temperaturas y la irregularidad de las lluvias, lo que hace mucho más vulnerable al olivar de secano que, año tras año, comprueba cómo merman sus producciones.

A esto se une la continua subida de costes que, de modo irreversible, padece el sector. El incremento del coste de



mano de obra, energía, abonos y fitosanitarios, maquinaria, reparaciones e infraestructuras, y las mayores exigencias administrativas para los agricultores, repercuten directamente en la viabilidad de este sector. Hoy no existe olivar de secano cuyos costes de cultivo no superen con creces los 3 euros por kilo de aceite, siendo esta cifra bastante superior en la mayoría de los casos.

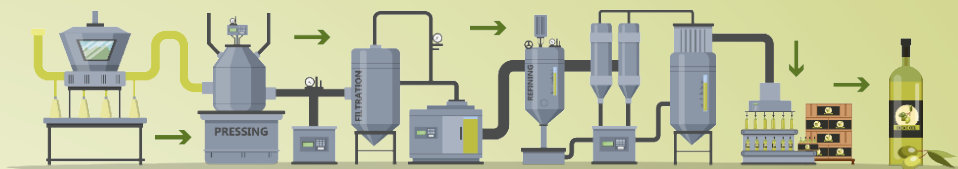
A la falta de competitividad afecta muy directamente la gran extensión del olivar en seto. En los últimos años ha aparecido un nuevo sistema de cultivo caracterizado por altísimas producciones, rápida entrada en producción y de bajos costes al tratarse de un cultivo 100% mecanizado. Esto lo convierte en un cultivo muy competitivo, capaz de poner grandes volúmenes de aceite de oliva en el mercado y obtenido a muy bajo coste de producción. La historia nos dice que cuando la mecanización llega a un cultivo, la diferencia de rentabilidad entre el que se mecaniza y el que no hace imposible su coexistencia, imponiéndose siempre el mecanizado. Especialmente cuando, como es el caso, se destinan al mismo fin.

La alta rentabilidad del cultivo en seto está provocando el desplazamiento de este cultivo hacia nuevas zonas regables, en las que hasta ahora no había olivar, pe-

ro en las que vemos cómo crece su superficie de modo exponencial. Esto, que no ha hecho más que empezar, hace que el olivar se extienda a gran velocidad hacia zonas regables de Sevilla, Cádiz, Huelva y sobre todo Extremadura, perdiendo peso el olivar de las zonas tradicionales. Esta transformación también ha empezado a producirse en zonas de tradicional, pero de modo mucho más lento y prácticamente siempre ligado a cultivo en riego.

El avance de este sistema de cultivo en seto no sólo ocurre en España, sino que se está produciendo en todas las zonas del mundo en las que el olivar es viable. Tal es el caso de Portugal, Marruecos, Túnez, EEUU, Chile, Argentina, etc., países en los que el cultivo en seto no para de crecer y siempre en regadío, alta producción y bajos costes. Esto hará aumentar de modo significativo la producción de aceite de oliva en el mundo y, además, a coste muy competitivo, acelerando con ello la pérdida de competitividad del olivar de secano, al tiempo que provocará que Andalucía y España pierdan su hegemonía en la producción de aceite de oliva a nivel mundial.

Con todo ello, difícilmente se podrán mantener unos precios que hagan viable el olivar de secano, ni tan siquiera de las plantaciones más modernas, parcialmente mecanizables y situadas en las mejores tierras de secano. Además, no podemos perder de vista que aquellos años en los que los precios son más altos, y podrían por tanto aliviar la situación de este tipo de olivar, son ejercicios en los que la producción es baja y en los que más se reducen las producciones del olivar de secano. En consecuencia, a este olivar nunca le toca un año bueno porque cuando hay mucho y tiene alta producción,



los precios son bajos. Y cuando hay poco y los precios suben, son los primeros en mermar sus producciones.

Ante esta situación: ¿cómo habría que actuar? Estamos convencidos de que todas las evidencias expuestas son compartidas por la totalidad de las personas que conocen mínimamente la realidad de este sector. Por ello, lo más urgente y prioritario es reconocer el problema y asumir la inminente responsabilidad de actuar.

En este sentido, hay que hacerlo de manera inmediata llevando a cabo un Plan estratégico para aumentar la superficie regable del olivar. En un escenario que demanda priorizar el agua disponible para riego, habrá que tener en cuenta las características específicas del olivar, al ser el cultivo que menos dotación requiere -1.500 metros cúbicos por hectárea bastan para transformar y hacer eficiente este cultivo-; que más rentabiliza el agua en valor de la producción por metro cúbico aportado; que mayor contribución social aporta por sus requerimientos de mano de obra y ocupación del territorio; y que no corre peligro la supervivencia de la planta en años de escasa pluviometría y en los que no hubiese disponibilidad de agua para riego. Además, es un cultivo con capacidad de rentabilizar las inversiones de riego y, en consecuencia, de pagar el agua consumida.

Por todo ello, las políticas acometidas hasta ahora sobre el uso del agua para riego ya no sirven. Habrá que actuar conforme a la nueva realidad, marcar nuevas prioridades y diseñar nuevas políticas.

Otra cuestión es el mercado, las disponibilidades de producción que nos encontramos en cada campaña, el stock que queda de enlace que puede pesar sobre

los precios que se marquen. La consecuencia es que un tipo de olivar puede vender primero a precios más bajos puesto que sus costes de producción se lo permiten y otro olivar se resiste a la venta, ya que tiene que vender a precios superiores para cubrir sus costes de producción y obtener una rentabilidad mínima que permita su subsistencia.

España es el principal país productor de aceite de oliva a nivel mundial, con valores que representan en torno al 40-50% sobre el total. Las amplias diferencias frente al resto de países de la Cuenca Mediterránea con tradición productora como Italia, Grecia, Túnez o Turquía convierten a nuestro país en la principal dispensa de aceite de oliva del mundo.

Es importante intensificar esfuerzos como los que está realizando la Interprofesional del Aceite de Oliva Español para aumentar el consumo de aceite de oliva a nivel nacional, europeo e internacional.

Pero, ante la realidad que supone el desequilibrio en la cadena agroalimentaria -unido a la gran variabilidad de las producciones entre campañas en el sector como consecuencia fundamentalmente del fenómeno de la vecería, así como de las cambiantes condiciones climatológicas entre campañas, provocando enormes fluctuaciones de precios que conllevan importantes consecuencias económicas tanto para los productores como para los consumidores- se antoja fundamental gestionar de forma ordenada la oferta o disponibilidad de producto en cada campaña. Desde Cooperativas Agro-alimentarias se realizó un importante esfuerzo durante más de seis años en trabajar con diferentes instituciones comunitarias un mecanismo de mercado que autorizara

la Organización Común de Mercado de la Unión Europea, y lo conseguimos.

Dado el caso, resulta imprescindible aplicar las herramientas de adecuación de oferta y demanda establecidas en el artículo 167 bis del Reglamento (UE) 1308/2013 y en el Real Decreto 84/2021 por el que se establecen las normas básicas para su aplicación. Sin esta regulación se ve comprometida la viabilidad de gran parte de las explotaciones dedicadas al cultivo del olivar, especialmente las que se cultivan en secano, que ocupan más del 70% de la superficie del total de plantaciones.

Tal y como se establece en el preámbulo del Real Decreto, para el sector del aceite de oliva es necesario aplicar medidas que permitan regular la oferta en situaciones de claro riesgo de desequilibrio con el fin de mejorar y estabilizar el funcionamiento de los mercados oleícolas y, en particular, la medida de retirada temporal de producto. La activación de la medida tiene que llevarse a cabo en situaciones en las que las disponibilidades de producto en una campaña determinada superen ampliamente las necesidades medias. Por tanto, se tiene que actuar sobre la cantidad sobrante de aceite que no puede absorber el mercado, retirando cada operador de forma obligatoria un porcentaje de su producción en la campaña.

Al realizarse un reparto equitativo del excedente entre todos los operadores que producen aceite de oliva, las tensiones en el mercado serán menores, promoviendo con ello un mayor equilibrio y una reducción de la volatilidad en los precios.

Actualmente, ya estamos trabajando con el Ministerio en el desarrollo de esta norma.



TerraOliva, un proyecto para reforzar el papel del aceite de oliva portugués como producto de excelencia cultural, económica y ambiental

El Proyecto TerraOliva, desarrollado por OLIVUM-Associação de Olivicultores e Lagares de Portugal, promueve la relación entre el patrimonio y el sector oleícola a través de documentales temáticos y la elaboración de la primera guía de buenas prácticas “Olivicultura y Arqueología”.

Desarrollado en colaboración con ERA-Arqueología, el proyecto TerraOliva nació con el objetivo de reforzar el papel del aceite de oliva portugués como producto de excelencia cultural, económica y ambiental. El proyecto incluye la producción de cuatro documentales temáticos sobre aceite de oliva, olivar, patrimonio, innovación y oleoturismo, que muestran la evolución de las buenas prácticas a lo largo de los años y la importancia de una relación cada vez más sana y fructífera con el patrimonio, en aras de promover la historia y la conexión cultural del aceite de oliva.

La iniciativa también contempla la creación de una Guía de Buenas Prácticas en la Gestión del Patrimonio Oleícola. Se trata de un documento que concilia de forma sostenible la relación entre la olivicultura y la arqueología, concebida como una importante herramienta de trabajo e intercambio de conocimiento dirigida a productores, ayuntamientos e instituciones vinculadas al sector.

Un proyecto para contar la historia del aceite de oliva

Según ha informado OLIVUM, en un momento en que los consumidores buscan cada vez más productos con historia, autenticidad y conexión con la región, el sector oleícola encuentra en su patrimonio, tanto tangible como intangible, un activo estratégico por explorar.

En los últimos años, la expansión de los olivares modernos en Portugal ha revelado una

serie de hallazgos arqueológicos y antiguas estructuras rurales, como molinos, aljibes, sistemas de riego y edificaciones agrícolas, que dan testimonio de la antigua relación entre el hombre y el olivo. Estos elementos, en su opinión, representan una oportunidad para crear narrativas de identidad en torno al aceite de oliva, acercando el producto al consumidor y promoviendo su valor comercial.

Además, según la asociación, la valorización del patrimonio contribuye a la sostenibilidad de los olivares tradicionales, a menudo menos competitivos, mediante la creación de proyectos de oleoturismo, con un impacto directo en la preservación de la biodiversidad, la lucha contra la desertificación y la dignidad del productor. También considera importante que el consumidor conozca la realidad de los olivares y almazaras modernos y toda la innovación y tecnología incorporadas en la producción de aceite de oliva de calidad y la sostenibilidad del sector.

Un nuevo enfoque para el futuro del sector

Al igual que el enoturismo se ha convertido en una palanca para el sector vitivinícola, el oleoturismo puede desempeñar un papel similar en la cadena del aceite de oliva, asociando producto, territorio y experiencia. A través del proyecto TerraOliva, OLIVUM busca movilizar al sector oleícola en torno a una visión integrada y a largo plazo que combine la innovación tecnológica, la valoración del patrimonio y la comunicación eficaz.

Y es que TerraOliva pretende ser el punto de encuentro entre pasado, presente y futuro. “Porque un aceite de oliva excelente no se mide sólo en acidez o polifenoles, sino también en historias bien contadas y un patrimonio bien cuidado para la apreciación del aceite de oliva y del sector oleícola”, ha resaltado.

Brasil y Argentina fortalecen su cooperación en la cadena olivícola

La Conferencia Técnica Argentina-Brasil, celebrada del 26 al 29 de mayo, fortaleció la cooperación entre ambos países en la cadena olivícola, con especial atención al comercio de aceite de oliva y aceitunas de mesa. La misión tuvo como objetivo armonizar las normas regulatorias, promover el intercambio de conocimientos técnicos y facilitar la integración de mercados.

Las delegaciones visitaron fincas, industrias y laboratorios en las provincias de Mendoza, La Rioja y San Juan, con énfasis en la calidad, la trazabilidad y la certificación de origen, con el objetivo de facilitar el comercio bilateral.

La delegación brasileña, encabezada por el secretario ejecutivo adjunto del Ministerio de Agricultura, Cleber Soares, estuvo compuesta por Andrea Parrilla, agregada agrícola en Buenos Aires; Helena Pan Rugeri, coordinadora general de Calidad Vegetal; Ludmilla Verona Carvalho Gonçalves, coordinadora de Inspección de Calidad Vegetal; y los auditores fiscales João Marcelo Vieira Alves y Marcos Vinícius de Souza.

Durante las visitas también se discutieron alianzas entre laboratorios de ambos países con el objetivo de estandarizar pruebas sensoriales y aumentar la confianza en los informes, garantizar una mayor consistencia en los análisis y facilitar el reconocimiento mutuo entre mercados.

Otro punto destacado de la misión fue el avance en los debates del Memorandum de Entendimiento firmado entre Brasil y la Provincia de Mendoza, que abarca sectores estratégicos como la agroindustria e incluye el desarrollo del proyecto Potássio Rio Colorado, que tiene como objetivo garantizar el suministro de fertilizantes a Brasil.

La reunión también permitió avanzar en las negociaciones para la adhesión de Brasil al Consejo Oleícola Internacional (COI).



El control de precios se establece a través de un seguimiento continuo de las variaciones que se vayan produciendo en las grandes superficies, supermercados y pequeños comercios de Madrid. Los precios rotan semanalmente, de modo que, a lo largo de cada mes, les ofrecemos virgen

extra, ecológico, oliva, otros tipos de aceites y marcas blancas.

Se señala, en cada envase, el precio más bajo y el más alto expuesto en los lineales. Las ofertas se señalan con: (Of.)

Ultima revisión de precios: 30 de mayo de 2025.

Aceites de oliva virgen extra ecológico (Precio euros)

MARCA	LATA 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA 1 L.	CRISTAL 3/4 L.	CRISTAL 1/2 L
Alhema de Queiles		33,00 (3 l.)			9,09/11,82 (lata)
Baeturia Organic Morisca/Carrasqueña					10,00
Belvis de las Navas					28,50
Borges			3,50		9,15
Calándina Ecológico			5,99		
Campomar Nature Bio		31,99 (2,5 l.)	5,99	6,67	
Carbonell Eco			7,99/9,38	6,99	5,95
Carrefour Eco					7,44
Castillo de Canena Picual Biodinámico					23,40
Castillo de Tabernas	50,00	76,50 (cristal 5 l.)		13,25 (Coupage)	
Coosur Ecológico			11,39		
Dcoop Ecológico			16,17		
El Corte Inglés Ecológico				4,56	6,98
El Lagar del Soto	57,96				7,42 (lata)
Eolea Ecológico				8,75	
Finca La Torre		36,00 (lata 2,5 l.)			21,90
Flor de Olivo Ecológico					2,99
Hacienda Guzmán Ecológico					19,90
LA Organic				16,50 (lata)	18,30
L'Estornell Eco			13,00	14,79	17,34
La Española Ecológico				3,99	6,48
Luque	31,50	27,95 (lata 3 l.)			
Maestros de Hojiblanca Eco.			8,87	6,95	
Núñez de Prado	39,00				12,59
N Organic				14,50	
Olivar de Segura	27,99		12,59	14,95	11,00
Oro Bailén Eco.					18,99
Oro del Desierto Ecológico				5,48	
Oro de Génave			5,65	10,65/11,39	10,55
Padilla Oliva Bio	50,00		13,00	7,95 (lata)	
Pago de Quirós				12,50	13,79 (lata)
Pago Piedrabuena				7,50	
Rincón de la Subbética					25,90
Románico Ecológico					13,24
Señorío de Vizcántar Ecológico			6,50		
Sierra de Génave				4,50	
Soler Romero					8,50
Veá (Lérida)	54,00	7,90 (0.370 l.)	15,00	5,80 (frasca 0,25 l.)	8,25
Verde Mágina Ecológico	27,55			10,29/10,72	2,99
Veiru		20,50 (lata 3 l.)			13,50

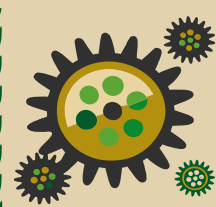
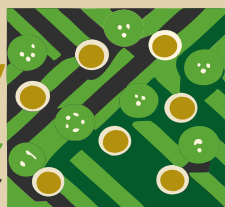
Aceite de crujo de oliva (euros)

MARCA	GRADOS	ENV. 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA 1L.
Capicúa	0,4	21,99		3,78
La Masía Lindoliva		17,85		3,60

Aceite de oliva (Precio euros)

MARCA	GRADOS	LATA 5 L.	ENVASE 5 L.	ENVASE 3 L.	BOTELLA 1L.
Abril		42,85	31,61		3,85
Borges			58,03		6,99
Carbonell	0,4°	27,49/29,55	20,98/27,45		4,78/6,99
Coosur Sabor			31,65		5,59
Coosur Suave			31,65		5,59
La Española Sabor Suave	0,4°	34,49	32,95	15,75	3,99
La Española Sabor Intenso	1°	34,49	32,95	15,75	3,99
La Masía Suave	0,4°		25,85	12,34	4,04
La Masía Sumum			25,85	12,34	4,04
Ybarra Suave		25,95	21,95	16,74	4,43
Ybarra Más Sabor		25,95	21,95	16,74	4,43

PERFECCIÓN EN LA EXTRACCIÓN DEL ACEITE DE OLIVA



**centrifugación
alemana**

www.centrifugacionalemana.com

**OFERTA DE EMPLEO: Comercial Exportación, Canal HORECA y tiendas Gourmet**

¿Te apasiona el mundo del aceite y tienes experiencia en ventas internacionales?
¿Quieres formar parte de una empresa en crecimiento y referente en el sector oleícola?

Funciones principales

- Gestionar y ampliar la cartera de clientes en mercados internacionales.
- Desarrollar y consolidar relaciones comerciales con distribuidores y clientes del canal HORECA y tiendas Gourmet.
- Identificar nuevas oportunidades de negocio y analizar tendencias del mercado.

- Negociar acuerdos comerciales y establecer planes de acción para alcanzar objetivos de ventas.
- Representar a la empresa en ferias y eventos internacionales.

Requisitos

- Experiencia previa en exportación y/o ventas en el canal HORECA, preferiblemente en el sector alimentario (No indispensable).
- Nivel avanzado de inglés.
- Motivación y habilidad para trabajar por objetivos y adaptarse a diferentes mercados.
- Excelentes habilidades de comunicación y negociación.

¿Qué ofrecemos?

- Contrato estable y salario competitivo, con incentivos por objetivos.
- Formación continua y oportunidades de desarrollo profesional.

¿Te interesa? Envíanos tu CV actualizado a:
info@haciendatucan.es

¡Únete a nuestro equipo y lleva nuestra pasión por el AOVE PREMIUM al mundo!

SE BUSCA Técnico comercial - Sector oleícola (Jaén y Córdoba)

¿Tienes experiencia en ventas en el sector oleícola?

¿Te apasiona la tecnología y el trato con clientes? ¡Esta es tu oportunidad!

Zona: Jaén y Córdoba

Experiencia: Mínimo 5 años en ventas a almazaras

Funciones principales:

- Gestión comercial de clientes en el sector oleícola, especialmente almazaras.
- Promoción y venta de equipamiento y suministros técnicos de alta tecnología.
- Colaboración con el equipo técnico para soluciones personalizadas.
- Prospección de nuevas oportunidades comerciales en la zona asignada.

Requisitos:

- Experiencia mínima de 5 años en venta de equipos o suministros para almazaras.
- Conocimiento del tejido industrial oleícola de Jaén y Córdoba.
- Habilidades comerciales, proactividad y autonomía.
- Valorable formación técnica (mecánica, eléctrica, automatización o similar).
- Carnet de conducir y disponibilidad para desplazamientos.

Ofrecemos:

- Contrato estable con incorporación inmediata.
- Atractivo sistema de incentivos por objetivos.
- Formación continua en productos y soluciones tecnológicas.
- Altas oportunidades de desarrollo profesional y crecimiento dentro de la empresa.

Si cumples el perfil y buscas un nuevo reto en una empresa innovadora y en crecimiento, envíanos tu CV a indea@indeatech.com. ¡Queremos conocerte!

SE VENDE

Se vende en un sólo lote maquinaria de pequeña almazara. El lote está compuesto de: Caldera, limpiadora, lavadora, pesadora, cintas correspondientes, tolvas de recepción, molino de martillos, 2 batidoras, 2 centrifugas horizontales, 2 tamices, centrífuga vertical, 2 decantadores, deshuesadora, bodega de inoxidable apta para inertización, 2 filtros de aceite, bombas correspondientes, 2 bombas de trasiego, pequeña envasadora por aire

Precio: 65.000 € (no incluye desmontado)

Teléfono de contacto: +34 639 72 54 11

SE BUSCA EXPERTO EXTERNO EN ENAC

¿Quieres colaborar con la Entidad Nacional de Acreditación como experto externo? ENAC busca profesionales con experiencia en el sector agroalimentario en áreas como los ensayos físico-químicos de aceites y certificación del vino.

Podrás compaginarlo con tu actividad profesional

<https://www.enac.es/quienes-somos/unete-a-nosotros/colaboradores-externos/ofertas-disponibles/sensorial-aceite>

SE BUSCA INVERSOR PARA ALMAZARA-DISTRIBUIDORA EN ZONA EXTREMADURA

Empresa mediana de distribución con marcas muy posicionadas en el sector gourmet de aceites y vinagres premium y amplia cartera de clientes tanto mercado nacional como internacional busca inversor.

Trato directo. Contacto: María 689 005 765

C o n v o c a t o r i a s

Nueva normativa "Chestny Znak" que afecta al etiquetado de las conservas y aceite de oliva en Rusia

ICEX España Exportación e Inversiones y la Oficina Económica y Comercial de España en Moscú organizarán el próximo 2 de julio una charla sobre la nueva normativa de marcado "Chestny Znak" para conservas y aceite de oliva en Rusia. En este encuentro, según ha precisado el organismo, se dará a conocer en qué consiste este sistema de trazabilidad obligatorio que detecta si un producto es original o falsificado y si ha sido legalmente importado a Rusia.

En la charla, que se celebrará *on line* y cuyo plazo de inscripción finalizará el 1 de julio, participarán Yulia Kuzmina, responsable del sector de alimentos; y Konstantin

Vorotnikov, jefe de proyectos sector de alimentos del Centro para el Desarrollo de Tecnologías Avanzadas.

En 2017 Rusia aprobó la implementación de una nueva normativa de etiquetado "Chestny Znak" que, de forma paulatina, se está implementando desde 2019 y va afectando a distintos bienes importados y comercializados en el país. Esta normativa implica que cada producto afectado deberá contar con un código QR que vincula el mismo a un sistema de trazabilidad y permite al cliente final o al intermediario conocer si el producto es original o se trata de una falsificación, si ha sido legalmente importado en Rusia o no.

Todo ello implica, según ha explicado ICEX, una serie de exigencias para los distribuidores y comercializadores rusos que, a su vez, se acaban trasladando a los exportadores y fabricantes, ya que deben colaborar muy activamente con sus contrapartes rusas facilitando la información requerida para este aparentemente complejo sistema.

A fecha de hoy, la implementación de este sistema se ha consolidado y cada vez son más los productos sujetos a marcado obligatorio, incluyéndose conservas (desde marzo de 2025) y aceite de oliva (desde octubre de 2024).

www.icex.es



www.mercacei.com,
una *nueva* forma
de *comunicar*

¡Más de **70.000.000**
de visitas al año!

Calendario de Ferias y Eventos en 2025

1 Junio

- ☞ Del 18 al 19 de junio
MUNDOLIVAR
Córdoba
hola@mundolivar.es
www.mundolivar.es
- ☞ Del 25 al 29 de junio
FERCAM
Manzanares (Ciudad Real)
www.fercamvirtual.es
- ☞ Del 29 al 30 de junio
OLIVE JAPAN SHOW
Tokio (Japón)
www.olivejapan.com/en
- ☞ Del 29 de junio al 1 de julio
SUMMER FANCY FOOD
Nueva York (EEUU)
press@specialtyfood.com
www.specialtyfood.com

1 Julio

- ☞ Del 22 al 25 de julio
FOOD & HOSPITALITY INDONESIA
Jakarta (Indonesia)
press@specialtyfood.com
www.foodhospitalityindonesia.com/

1 Agosto

- ☞ Del 27 al 29 de agosto
**CURSO SOBRE EL FUTURO DEL
OLIVAR TRADICIONAL**
Baeza (Jaén)
www.unia.es

1 Septiembre

- ☞ Del 1 al 3 de septiembre
**CURSO DE VERANO DE LA UNIA
SOBRE "AOVE. SALUD, MARKETING
Y MARIDAJE"**
Baeza (Jaén)
www.unia.es
- ☞ Del 2 al 5 de septiembre
WORLD FOOD ISTANBUL
Estambul (Turquía)
www.worldfood-istanbul.com/home

Más información sobre los próximos
eventos del sector oleícola y olivarero en:
www.mercacei.com



Está pasando

Los mejores AOVEs españoles de EVOOLEUM triunfan en el IX Meeting Anual de la ONA OO, la escuela de cata más antigua del mundo

Una selección de diez AOVEs españoles entre los mejor puntuados de la *Guía EVOOLEUM 2025* brillaron con luz propia en el 9º Meeting Internacional de la Organizzazione Nazionale Assaggiatori Olio di Oliva (ONAOO), celebrado los días 30 y 31 de mayo en el Museo Naval de Imperia, sede de esta prestigiosa institución italiana, reconocida como la escuela de cata más antigua del mundo.

El director de la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) y director técnico de los EVOOLEUM Awards, José María Penco, fue invitado como experto español para presentar estos AOVEs españoles. La cata guiada, celebrada la tarde del 30 de mayo, permitió recorrer algunas de las principales variedades nacionales como picual, hojiblanca, cornicabra, pico limón, manzanilla cacereña, pajarera y arbequina, entre otras.

La sesión fue muy bien recibida por los asistentes, todos ellos catadores profesionales titulados por la ONA OO y antiguos alumnos que hoy actúan como prescriptores, comercializadores y

responsables de compra y comercialización en distintos mercados internacionales. Este encuentro anual supone no sólo una experiencia formativa y sensorial de alto nivel, sino también un foro de intercambio y conexión entre profesionales del análisis sensorial de diferentes países.

Además de los aceites de oliva vírgenes extra españoles presentados por José Mª Penco, el programa incluyó la cata de diferentes aceites italianos de distintas variedades y regiones dirigida por Marcello Scoccia, presidente de la ONA OO, y Carlotta Pasetto, directora técnica de la organización; así como una destacada intervención del brasileño Marcelo Scofano, quien dio a conocer seis aceites procedentes de diversas regiones de Brasil. También se cataron AOVEs de otros países como Grecia o Turquía.

La participación española ocupó un espacio sensorial privilegiado dentro del programa, consolidando la posición de los AOVEs nacionales y de la *Guía EVOOLEUM* como referentes internacionales en calidad, diversidad y excelencia.



Contigo en cada paso

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

Si tienes a alguien
acompañándote,
todo es posible

Tú y yo. Nosotros.

MERCACEI SEMANAL ESPECIAL MUNDOLIVAR

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

