

 Mercacei

Especial Día Mundial del Olivo 2023

*¿Cómo será el sector del olivar
y el aceite de oliva en 2050?*



Patrocinado por

DCOOP
Tierras con Alma



STAFF

Fundadora

M. Dolores Peñafiel Fernández

Directora

Pandora Peñamil Peñafiel

CEO & Editor

Juan A. Peñamil Alba

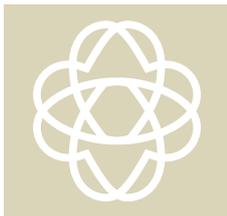
Redacción

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

Diseño

María Peinado

Edita



Mercacei

GRUPO EDITORIAL

Redacción, Administración y Publicidad

Andrés Mellado, nº 72, bajo Izda.
28015 MADRID
Tfno.: +34 91 544 40 07
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
José Manuel Hernández

Corresponsal Italia (Milán)

Daniela Capogna

Corresponsal América del Sur

Leonardo Moral

SUPLEMENTO DE MERCACEI SEMANAL

Depósito Legal
M 28733 - 1994
ISSN
1134 - 525 X

Imagen de portada realizada por una IA

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 de la Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España y del Club Abierto de Editores (CLABE).



“Cerca del rumoroso
cereal, de las olas
del viento en las
avenas,

el olivo

de volumen plateado,
severo en su linaje,
en su torcido
corazón terrestre;
las gráciles
olivas
pulidas
por los dedos
que hicieron
la paloma
y el caracol
marino:
verdes,
innumerables,
purísimos
pezones
de la naturaleza,
y allí
en
los secos
olivares
donde
tan sólo
cielo azul con
cigarras,
y tierra dura
existen,
allí
el prodigio,
la cápsula

perfecta
de la oliva
llenando
con sus
constelaciones el
follaje:
más tarde
las vasijas,
el milagro,
el aceite.
Yo amo
las patrias del aceite,
los olivares
de Chacabuco, en
Chile,
en las mañanas
las plumas de platino
forestales
contra las arrugadas
cordilleras
en Anacapri, arriba,
sobre la luz tirrena,
la desesperación de
los olivos,
en el mapa de Europa,
España,
cesta negra de
aceitunas
espolvoreada por los
azahares
como una ráfaga
marina.

Aceite,
recóndita y suprema
condición de la olla,
pedestal de perdices,

llave celeste de la
mayonesa,
suave y sabroso
sobre las lechugas
y sobrenatural en el
infierno
de los arzobispaes
pejerreyes.
Aceite, en nuestra voz,
en
nuestro coro,
con
íntima
suavidad poderosa
cantas;
eres idioma
castellano:
hay sílabas de aceite,
hay palabras
útiles y olorosas
como tu fragante
materia.
No sólo canta el vino,
también canta el
aceite,
vive en nosotros con
su luz madura
y entre los bienes de
la tierra
aparto,
aceite,
tu inagotable paz, tu
esencia verde,
tu colmado tesoro
que desciende
desde los manantiales
del olivo”

PABLO NERUDA
Oda al Aceite



*Grupo Editorial Mercacei quiere rendir
un homenaje a todos los productores de
aceite de oliva virgen extra del mundo*

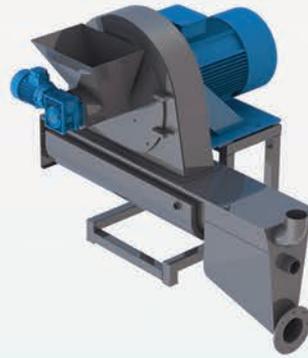
Índice

El olivo, el último replicante • Pandora Peñamil Peñafiel p.7 **Ramas de olivo y aceite de oliva para el mundo** • Luis Planas Puchades. Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación p.8 **El futuro del olivar se gana ahora** • Antonio Luque. Presidente de DCOOP p.12 **El futuro del olivar se gana ahora** • Esteban Momblán. Gerente de Grupo Interoleo p.16 **Un futuro prometedor** • José Miguel Herrero Velasco. Director General de la Industria Alimentaria. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación p.18 **Investigadores de referencia trasladan a la sociedad las bondades saludables de los aceites de oliva** • Organización Interprofesional del Aceite de Oliva Español p.20 **Detrás de cada gota de AOVE** • Antonio J. Gallego García. Director general de Grupo MIGASA p.22 **La trazabilidad como garantía de calidad** • Acesur p.24 **Celebrando la esencia mediterránea de nuestros productos** • Deoleo p.26 **El olivar del futuro: un olivar con un uso eficiente de los recursos, positivo en términos de carbono y de residuo cero, y perfectamente integrado en su entorno** • Isabel Ribeiro. Directora de Desarrollo de Negocio, Sostenibilidad e Innovación en Nutrifarms (Grupo Sovena) p.28 **Un futuro esperanzador** • Herminia Millán. Gerente de QvExtra! Internacional p.30 **El AOVE de alta calidad, un producto conocido, reconocido y apreciado en todos los ámbitos** • Mauro Meloni. Director operativo del Consorzio di Garanzia dell'Olio Extra Vergine di Qualità (CEQ Italia) p.32 **El olivo, nexo de unión y sinónimo de oportunidad** • Francisco Reyes Martínez. Presidente de la Diputación de Jaén p.34 **La apuesta por la innovación llevará al sector a vislumbrar enormes oportunidades económicas, sociales y ambientales** • Rosa Gallardo. Directora de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y de Montes (ETSIAM) de la Universidad de Córdoba p.36 **La Universidad de Córdoba, un pilar fundamental en el desarrollo del olivar del futuro** • Universidad de Córdoba (UCO) p.38 **Actuar sobre el presente para mejorar nuestro futuro** • Iñaki Benito Otazu. Director-gerente de la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero p.40 **Una certificación pionera y diferente: recuperando biodiversidad y transformándola en rentabilidad** • LIFE Olivares Vivos+ p.42 **La senda del azar: un documental sobre la mayor revolución agrícola** • Agromillora p.44 **Los mejores tractores, pulverizadores e implementos para cada tipo de olivar** • Kubota p.46 **Todolivo, cambiando el presente y futuro de la olivicultura mundial** • Raúl Aguayo Corraliza. Director general de Todolivo p.48 **El sector del olivar y del aceite de oliva, las cooperativas y el consumidor en 2050** • Eduardo Valverde. Gerente de SCA San Sebastián (Conde de Benalúa) p.50 **El consumidor de aceites de oliva en el futuro: entre la digitalización, la búsqueda de experiencias y el compromiso social** • Manuel Parras Rosa. Profesor del Instituto Universitario de Investigación en Olivar y Aceites de Oliva de la Universidad de Jaén p.52 **Sultana: 10 claves para el futuro del olivar de alta densidad** • BALAM Agriculture p.54 **¿Cómo serán las variedades del futuro?** • Grupo UCOLIVO. Departamento de Agronomía de la Universidad de Córdoba p.56 **Cuéntamelo otra vez, abuelo** • José María Penco. Director de AEMO y del Concurso EVOOLEUM p.58 **El comercio del aceite de oliva en 2050** • Álvaro Olavarria Govantes. Director gerente de Oleostepa, SCA p.62 **El catador del futuro** • Alfonso J. Fernández. Empresario, gastrónomo, experto catador y sumiller p.64 **Los avances tecnológicos del sector para adaptarse a los gustos del consumidor en 2050** • Chania S. Chagas. Socia y propietaria de Empório do Azeite, experta internacional, *sommelier* y consultora de aceites de oliva p.66 **Sostenibilidad y biodiversidad en el futuro** • José Eugenio Gutiérrez Ureña. Director del proyecto LIFE Olivares Vivos (SEO/BirdLife) p.68 **El maestro de almazara, una figura fundamental hoy y siempre** • Consoli Molero. Gerente y responsable de Producción de COLIVAL p.70 **Del hombre a la Inteligencia Artificial: ¿cambiará el olivo de *partner* estratégico?** • Marco Scanu. Oleólogo y asesor internacional en olivicultura y elaiotecnía p.74 **El AOVE en 2050: un alimento imprescindible en los hogares y cocinas de todo el mundo** • Daniel García Peinado. Chef Ejecutivo del Gourmet de La Roja (RFEF) y asesor gastronómico p.76 **El supermercado del futuro** • Felipe Medina. Secretario general técnico de ASEDAS p.78 **Los coaches del futuro: una historia del AOVE** • Ignacio Segura. Elaiotécnico, director de Olive Oil Consultancy y asesor internacional de AOVE p.80 **Los aceites de las nuevas variedades del futuro** • José Antonio Torres. Químico oleólogo y CEO de EVOLEO p.82 **Hacia un futuro saludable** • José J. Gaforio. Catedrático del Instituto Universitario de Investigación en Olivar y Aceites de Oliva de la Universidad de Jaén p.84 **¿Cómo serán los concursos a la calidad del aceite de oliva en el futuro?** • Heiko Schmidt. Presidente de World's Best Olive Oils (wboo.org) y fundador y gerente de olivenoele.com p.86 **Calidad, diferenciación, origen y sostenibilidad** • José Manuel Bajo Prados. Secretario Ejecutivo de la Sectorial Nacional del AOV con Denominación de Origen p.88 **Horizonte 2050: olivares que recolectan datos y producen los mejores AOVes (o cómo la transformación digital del sector del olivar lo llevará a ser más sostenible y rentable)** • Adolfo Peña Acevedo. Profesor de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y de Montes (ETISAM) y Director del Máster en Transformación Digital del Sector Agroalimentario y Forestal (DigitalAgri) de la Universidad de Córdoba (UCO) p.90 **De la vejiga de cerdo al envase con IA** • Antonio Cuenca. Director creativo de Superfluido - Estudio creativo p.92 **La gestión de los subproductos del olivar y sus industrias en el futuro: generación de biomateriales, bioproductos y bioenergía bajo modelos de "bioeconomía circular"** • José Antonio La Cal. Dr. Ingeniero industrial, profesor de la Universidad de Jaén y socio de BIOLIZA p.94 **El oleoturismo del futuro** • Juan Ignacio Pulido Fernández. Catedrático de Economía Aplicada de la Universidad de Jaén p.96 **El olivar y el aceite de oliva en 2050: desafíos y oportunidades** • Lucía Matas. Directora comercial de Almazaras de la Subbética p.98 **Varietas para el olivar del futuro** • Raúl de la Rosa y Lorenzo León. Instituto de Agricultura Sostenible (IAS-CSIC) y Centro IFAPA Alameda del Obispo de Córdoba p.100 **OLEO T3: científicos descubren un nuevo planeta prácticamente cubierto de olivos** • Solimán López. Artista y fundador de Harddiskmuseum, el primer museo virtual almacenado en ADN p.102 **Regreso al futuro de la almazara (o de cómo nuestras acciones en el presente determinan nuestro futuro)** • José Vico Lizana. Ingeniero agrónomo y especialista en mejora de almazaras p.104 **Las Rutas del Olivo** • Cultura, patrimonio, turismo y desarrollo sostenible unidos en torno al árbol milenario p.106 **Soñando un futuro mejor** • José Gilabert. Presidente de la SCA San Vicente de Mogón p.120 **Historia, innovación y adaptación de una familia olivarrera** • Juan Manuel Luque. Director de Luque Ecológico p.122 **Un futuro grande, brillante, luminoso e incontestable** • Rosa Vañó. Directora comercial y de Marketing de Castillo de Canena Olive Juice p.124 **Jaén, la gran referencia oleícola internacional que en 2050 habrá constatado su excelencia** • Juan Vilar Hernández. Profesor, director del Máster en Administración y Dirección de empresas oleícolas de la Universidad de Jaén y miembro del Consejo Social de la UJA p.126 **Formación en el sector oleícola en 2050** • M^a Paz Aguilera. Técnica Especialista en el Área de Agroindustria y Calidad Alimentaria del centro IFAPA Venta del Llano p.128 **Juntos somos más fuertes** • Mercedes Uceda. Directora del Dpto. de Calidad y Subproductos de IADA Ingenieros p.130 **Un futuro emocionante y prometedor** • Miguel Verdasco. Bróker de aceite de oliva y derivados (FINIBUS) p.132 **El triunfo de la esperanza y la innovación** • Rafael Alonso Barrau. Director comercial y de Calidad de Oro del Desierto p.134 **La evolución de las tecnologías de comunicación: una oportunidad única para el sector oleícola** • Juliette Cayol e Irene Lucini Serrano de Haro. Departamento de Traducción y Comunicación del Consejo Oleícola Internacional (COI) p.136 **MUJERES & AOVE** • Las mujeres del AOVE alzan la voz p.140

AMENDUNI



MARTILLOS



■ NUEVOS MOLINOS



CUCHILLAS



■ NUEVO ACONDICIONADOR DE PASTAS "HEATEX"



NUEVAS TERMOBATIDORAS ■

NUEVAS LINEAS "EVO" Y "REX LIMITED" ■



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

🌐 www.amenduni.com   [amenduninicolaspaspa](https://www.facebook.com/amenduninicolaspaspa) • [amenduniberica](https://www.facebook.com/amenduniberica)



El olivo, el último replicante

Por Pandora Peñamil Peñafiel

 [pandora_tessen](#)



“**H**e visto cosas que vosotros nunca creeríais: Atacar naves en llamas más allá de Orión. He visto rayos C brillar en la oscuridad cerca de la Puerta de Tannhäuser. Todos esos momentos se perderán... en el tiempo... como lágrimas en la lluvia. Es hora de morir”, susurra el último olivo de la Tierra.

La noche cae sobre la campiña jiennense como un velo negro el 26 de noviembre de 2050. Se han apagado las estrellas y hace años que el sol dejó de brillar en el tercer planeta del sistema solar. Se suponía que los humanos iban a cuidar de su hogar, pero la codicia les cegó.

Hace 27 años el mundo se hallaba inmerso en una vertiginosa carrera espacial. Una decena de multimillonarios dedicaban ingentes cantidades de dinero al desarrollo de cohetes e inteligencias artificiales que les lograsen sacar de un planeta que parecía tener los días contados. Esta lucha de poderes no hacía más que convertir a la Tierra en una naranja exprimida hasta los huesos en busca de plutonio, rodio, platino, californio o uranio. Una vez que terminaron con todos, comenzó el principio del fin.

Lo primero en llegar fueron los fuegos, hubo miles de ellos por todos los países que devastaron los principales pulmones de la Tierra: Amazonas, los bosques boreales de Canadá, las secuoyas de Estados Unidos, los trópicos de Borneo... todo reducido a cenizas. Después llegó el calor insoportable -20°C en invierno en Siberia, 75°C en verano en Dubai...- y, con él, las plagas. Los mosquitos empezaron a contagiar a todos de enfermedades de las que ni siquiera habían oído hablar. Hubo pandemias mundiales con una tasa de mortalidad superior al 70% porque no había ni tiempo ni recursos para descubrir vacunas. Aquellos que sobrevivieron se levantaron contra una élite que

abandonaba poco a poco el planeta Tierra hacia la estación espacial *XFI85*. Les habían dejado atrás. Y no podían hacer nada para conseguir el ansiado billete.

Hubo algunos románticos que decidieron quedarse -¿cómo si tuviesen elección!- y cuidar de su familia, de sus animales, de sus plantas, el tiempo que les quedase. Incluso se crearon plataformas ciudadanas para ayudarse los unos a los otros en medio de éxodos masivos a las zonas rurales para vivir de lo poco que daba ya una tierra yerma a la que no calentaban los escasos rayos de sol que todavía se reflejaban en la Tierra.

En medio del caos surgió la belleza... y la solidaridad. En Úbeda, en un rincón recóndito de aquel solitario planeta, los últimos humanos se juntaron y se hicieron fuertes. Crearon con sus propias manos resistentes invernaderos para los temporales, cada vez más frecuentes. Inventaron mallas para proteger a los olivos de las incesantes plagas y programaron generadores con IA para que no dejaran de funcionar los decánters y las cintas transportadoras. Mientras les quedase aceite de oliva, habría esperanza.

Pero en 2047 se apagó la luz. La Tierra ya no tenía energía. Dejó de llover. Aquellos empujados hombres y mujeres del sur perdieron la ilusión y, poco a poco, la comida y el agua. Los olivos comenzaron a retorcerse en la tierra árida y polvorienta. Sus hojas se tornaron de plata y sus raíces despegaron del suelo como si fuesen las carcasas de unas naves que nunca llegarían al espacio. Murieron uno a uno. Y cuando le llegó el turno al último, ya no quedaba nadie para consolarlo.

“Ojalá hubiésemos tenido más tiempo, ojalá pudiéramos volver al 26 de noviembre de 2023, cuando todo era posible... y reversible”, sollozó antes de desplomarse.

Ojalá seamos conscientes de que esto tiene más de realidad que de ficción. ¡Feliz Día Mundial del Olivo!

Ramas de olivo y aceite de oliva para el mundo

Luis Planas Puchades
Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación



Dedicar un Día Mundial al olivo es toda una declaración sobre su importancia y el largo alcance de su significado, que siempre se ha asociado a las más altas aspiraciones humanas, entre ellas la paz. Precisamente, la ausencia de paz hoy en el mundo nos obliga a conmemorar el Día del Olivo de 2023 con la responsabilidad de situar su logro entre los principales objetivos de nuestro trabajo.

La paz y la seguridad alimentaria forman parte del mismo campo de acción. Los conflictos bélicos generan efectos perniciosos sobre los flujos alimentarios y amenazan con la escasez a las poblaciones vulnerables, eso sin contar con la expresión más extrema que es convertir los alimentos en armas de guerra.

Esta situación histórica se produce, además, en el marco de una plena transformación de los procesos productivos con el fin de responder de forma positiva a los desafíos que provoca el cambio climático. Y a este respecto, el olivo representa un aliado clave para afrontar la crisis del clima, así como para proteger el planeta y la salud de las personas que lo habitan.

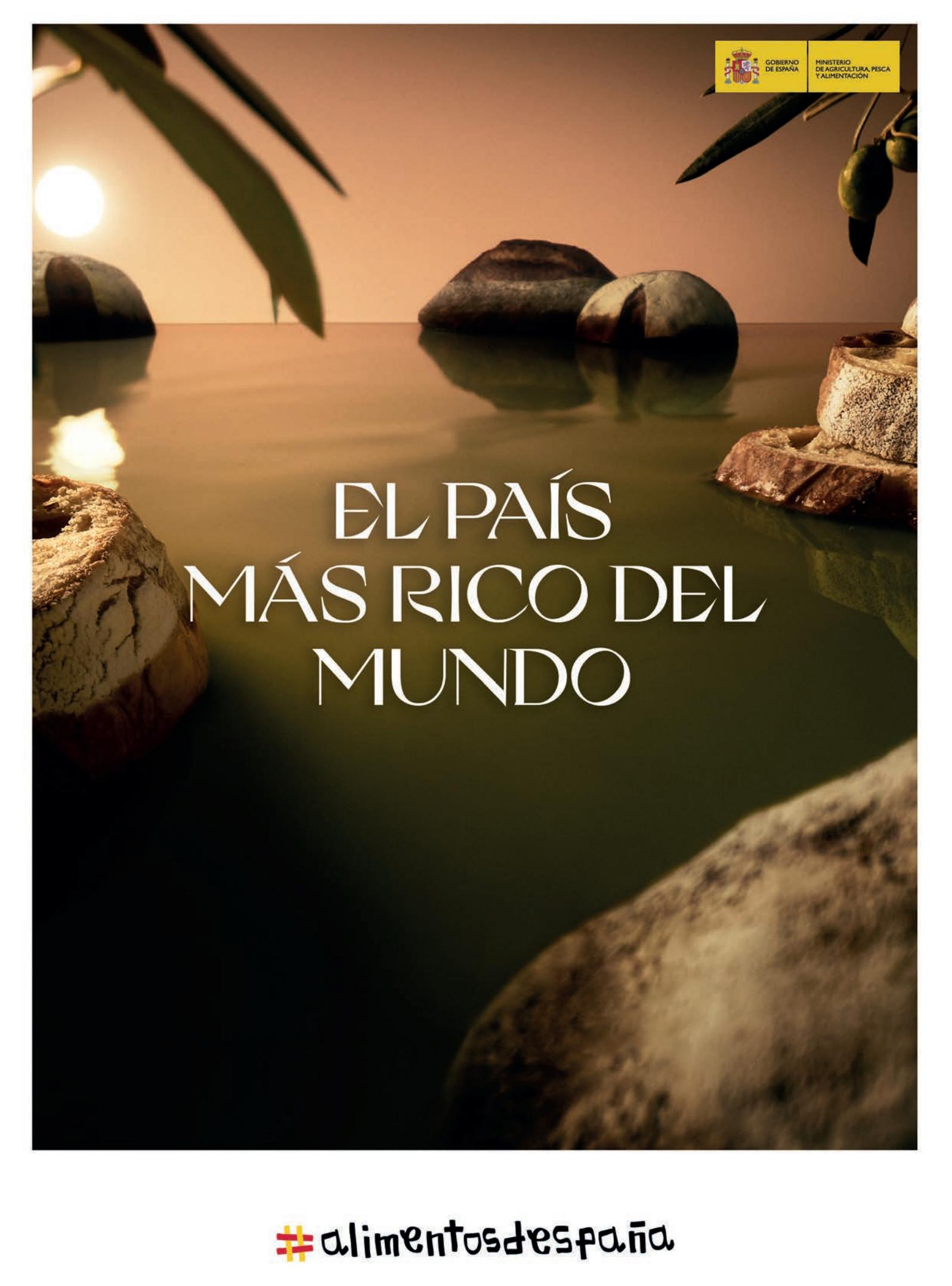
Como cultivo, el olivar nos proporciona uno de los ecosistemas más ricos que existen y actúa como factor preventivo en la erosión de los suelos. Además, su gran capacidad para la fijación de gases de efecto invernadero lo convierten en un agente activo de la agricultura sostenible. También conviene recordar que el olivar es uno de los cultivos pioneros de la agricultura ecoló-

gica en España y uno de los que más superficie agraria útil ocupa.

Y, como fruto, el zumo de aceitunas -nuestro aceite de oliva- no deja de acumular estudios e investigaciones que le atribuyen cada vez más propiedades beneficiosas para la salud humana. Una de estas investigaciones predice la primera posición de España en el ranking mundial de esperanza de vida para el año 2040, gracias a las ventajas de la Dieta Mediterránea, donde la presencia del aceite de oliva es un elemento diferenciador.

A su simbología en aras de la paz, a su producción sostenible y a su función nutritiva se viene a sumar su gran valor cultural y paisajístico. Se trata del mayor bosque del mundo creado por la mano humana, todo un patrimonio que define y forma parte de la identidad de grandes zonas de nuestro territorio. Al mismo tiempo, la proverbial longevidad que caracteriza al olivo lo convierte en el testigo que pasa de generación en generación y crea una genealogía de personas vinculadas a su cultivo.

Todas esas virtudes y beneficios que nos ofrece el olivar, desde la tierra donde hunde sus raíces hasta la mesa donde envuelve nuestros alimentos en su seda oleosa, son sin duda las características que ha tenido en cuenta la UNESCO a la hora de dedicar un Día Mundial al olivo. Un día que los españoles y españolas ya sentimos orgullosamente como propio y que esperamos seguir celebrando tantos años como los que suma el bosque civilizado del olivar.



EL PAÍS MÁS RICO DEL MUNDO

Dcoop

Tierras con A

Cuidamos el Medio rural

Vivimos en el medio rural, dinamizándolo y garantizando el mantenimiento de su valor por su economía, historia, costumbres y tradiciones.



Dcoop se ha unido al Pacto Mundial de los
Objetivos de Desarrollo Sostenible.

P

Alma

atrimonial,

de las Naciones Unidas por los



Síguenos:



www.dcoop.es

El futuro del olivar se gana ahora

*Antonio Luque
Presidente de DCOOP*



Estamos en otoño y pasan las nubes. Al cierre de este artículo, aunque ha habido precipitaciones, la situación es muy irregular, con grandes diferencias entre comarcas, pero claramente insuficientes. Esta estación es en la que históricamente ha llovido más, la que sirve para que corran los arroyos y ríos, se recarguen los pozos y nacimientos, para empapar la tierra y llenar los embalses. A cierta profundidad, la tierra no está empapada. Las aceitunas han dejado de estar arrugadas, pero hay las que hay.

Ahora nos estamos jugando ya la próxima cosecha -cuando acabamos de empezar la 2023/24- y es necesario hacerse la gran pregunta: ¿están los olivos recuperados y preparados para tener una buena producción el año que viene? Hoy por hoy diría que no, que no ha llovido lo suficiente para que el olivo se hidrate, tenga crecimientos vegetativos sobre los que fructificar y pueda disponer de agua para el año próximo en caso necesario. Eso está por ver y ciertamente sería dramático, porque estaríamos ante un tercer año -seguido- de cosechas muy por debajo de la media.

Surge así la otra pregunta que ha de guiarme en esta tribuna: ¿cómo será el olivar del futuro, en 2050? Y me planteo qué tiene que hacer el sector para que el olivo, la aceituna, el aceite, sigan siendo como mínimo tan importantes como son ahora, generando riqueza y empleo en nuestros pueblos y siendo un producto inigualable.

La primera reflexión es que hay que comenzar ya a preparar las infraestructuras que permitan que haya cosechas, y ahí entra la disponibilidad del agua. La

falta de agua está afectando a todos los productos alimenticios en general, siendo una causa fundamental en la situación inflacionista que estamos padeciendo. En el debate social, el problema del agua no es de los agricultores, sino de los consumidores, de todos, porque es vital para la producción de alimentos. Basta ya de anteponer ideologías y de contemplar superficialmente este problema como cuestión de todos, acometamos actuaciones hidrológicas que permitan producir alimentos a precios rentables para los agricultores y asumibles para los consumidores. Es la hora de actuar, de la valentía política -algo que no vemos actualmente- para disponer de más recursos hídricos, como los que actualmente se desperdician en las aguas residuales. No podemos esperar a otra sequía, el futuro se gana ahora.

Paralelamente, sigo defendiendo que como oliveros tenemos que hacer un diagnóstico sobre nuestra explotación para tratar de mejorarla y ser más competitivos: renovación, regadío, mecanización, olivares más densos y productivos... y en aquellos olivares en los que no sea posible, tratar de diferenciarlos mediante certificaciones de calidad o producción ecológica. Defendemos al olivarero tradicional, aquel que ha trabajado toda su vida en su explotación para que siga generando riqueza. La falta de rentabilidad de otros cultivos (cereales, algodón, cítricos...) ha hecho que muchas tierras se hayan plantado de olivos con unos costes menores que los tradicionales, por lo que es necesario adaptarnos para competir.

En cuanto a la industria, confío en que seamos capaces de implantar sistemas que permitan erradicar y alejar toda sospecha sobre fraudes en el sector del

aceite de oliva. La mejora de la trazabilidad y la certificación de procesos es una buena senda para que se pueda recorrer con transparencia el rastro de la producción oleícola en cualquier momento y evitar las malas prácticas que tanto dañan la reputación del sector.

La demanda está aumentando y todavía lo va a hacer más porque los consumidores confían en la mejor grasa saludable que puede ingerir el ser humano. Cada vez hay más revelaciones sobre sus beneficios y todavía podemos recibir más buenas noticias sobre su potencial con nuevos descubrimientos científicos y aplicaciones.

Pero para ello, el olivar ha de ser sostenible y la vertiente fundamental es la económica. Si no es rentable, difícilmente seguirá habiendo olivares cuidados con

buen impacto ambiental. Ahora estamos viviendo un momento histórico de precios altos, como hace unos meses estábamos en la parte baja en lo que se refiere a las cotizaciones; entre medias, los costes de producción han subido. El precio del aceite de oliva ha de ser aquel que permita que las personas que se dedican al olivar vivan dignamente y también debe resultar asequible para los consumidores, una oferta y demanda que posibilite dar salida a las producciones a medio y largo plazo.

En los próximos lustros tenemos que seguir trabajando para adaptarnos a los nuevos tiempos y cada eslabón desempeña su papel. Estoy convencido de que el olivo, el aceite y la aceituna van a seguir siendo protagonistas de nuestras vidas.

Feliz Día Mundial del Olivo.





inter
Oleo[®]
Group

**CUIDANDO EL
PRESENTE**

HONRAMOS NUESTRO

PASADO Y

ASEGURAMOS

EL FUTURO

El olivo como eje vertebrador de nuestra historia

Esteban Momblán
Gerente de Grupo Interóleo



Mucho se ha escrito, y desde hace mucho tiempo, sobre la importancia de este cultivo, pero en los tiempos que corren quizás sean dos aspectos los que cabría destacar especialmente: el carácter medioambiental del olivar y la condición de alimento saludable del aceite de oliva.

Todos recordaremos el año 2023 por muchos motivos, pero seguramente uno de ellos será que alcanzamos las temperaturas más altas desde que hay registros durante un mayor periodo de tiempo, además de por una sequía extrema que genera un déficit hídrico muy preocupante. No sabemos si es el cambio climático o un nuevo ciclo severo de altas temperatura y falta de precipitaciones, pero en lo que todos coincidimos es que algo está ocurriendo con el clima. Y ahí el olivo y el bosque de 600.000 hectáreas de la provincia de Jaén juegan un papel crucial. Está demostrado que un olivo es capaz de absorber en torno a 2 kilos al día de CO₂ -uno de los causantes del cambio del clima-, lo que nos convierte en un pulmón de la biodiversidad de nuestra zona geográfica. Este aspecto debe ser reconocido por las instituciones, organismos de cualquier ámbito y por la sociedad en general. Como sociedad preocupada por el futuro que vamos a dejar a próximas generaciones, el olivar tradicional y su carácter de sumidero de CO₂ debe ser uno de los fundamentos de cualquier política. No estamos hablando de políticas de “greenwashing” llevadas a cabo por las grandes corporaciones, sino de proteger nuestro medio ambiente y los recursos naturales que tanto han beneficiado al ser humano. De un uso eficiente de los recursos y de prácticas agrícolas que fomenten la biodiversidad antes de que sea demasiado tarde. Y el cultivo del olivar, que existe en la cuenca del me-

diterráneo desde hace más de 2.000 años, debe ser la punta de lanza de esta nueva forma de agricultura.

El segundo aspecto más relevante de este cultivo es su fruto, el aceite de oliva. Uno de los tres vértices de la Dieta Mediterránea, con innumerables cualidades saludables e infinitas posibilidades gastronómicas. En 2020, tras el inicio de la reciente pandemia del COVID-19, se convirtió en uno de los productos más apreciados por los consumidores. La población mundial está en aumento y la FAO espera que en 2050 sea de unos 9.500 millones de personas. De ahí que uno de los grandes retos de la humanidad sea dar de comer a tanta población de una manera sana y sin esquilmar los recursos naturales existentes. Por eso el olivar y sus agricultoras y agricultores deben ser reconocidos como los que nos alimentan y nos van a alimentar. Cabe destacar que sin la grasa vegetal más saludable que existe sería imposible digerir alimentos básicos como carne, pescado o verduras. No es casualidad que este alimento lleve con nosotros desde el inicio de la civilización. Por tanto, es evidente la presencia poliédrica del olivar en gran número de ámbitos -y no sólo en el social y económico- que lo convierten en un cultivo de enorme importancia en todas las épocas de la humanidad.

La cultura del olivo ha desempeñado un papel crucial a lo largo de la historia, dejando una huella profunda en las tradiciones, la gastronomía y la economía de las regiones donde florece. Desde tiempos antiguos, el olivo ha sido más que una simple planta, convirtiéndose en un símbolo de paz, prosperidad y sostenibilidad. Desde un punto de vista histórico, el olivo encuentra sus raíces en la región mediterrá-

nea, donde se cultiva desde hace miles de años. Las primeras evidencias de la domesticación del olivo se remontan a la Edad del Bronce, y civilizaciones antiguas como la griega y la romana veneraban este árbol por sus frutos y aceite. La Biblia también menciona el olivo en numerosas ocasiones, simbolizando la paz y la renovación.

El olivo ha trascendido su función práctica como fuente de alimento para convertirse en un poderoso símbolo cultural. Su madera se ha utilizado para crear esculturas y mobiliario, mientras que sus hojas y ramas son elementos comunes en rituales y ceremonias. La rama de olivo es conocida mundialmente como un símbolo de paz, derivado de la antigua Grecia, donde se entregaba a los ganadores de los Juegos Olímpicos. La cultura del olivo se manifiesta en diversas festividades y celebraciones a lo largo del año. En algunos lugares, la cosecha es motivo de celebración con festivales que destacan la tradición, la música y, por supuesto, la comida. Estas celebraciones reflejan la profunda conexión emocional que las comunidades tienen con el olivo y su influencia en la vida cotidiana.

Ni que decir tiene que su vertiente económica es de suma importancia, ya que la producción de aceite de oliva es una parte fundamental de la economía en muchas regiones mediterráneas. La agricultura del olivo ha evolucionado con el tiempo, adoptando técnicas modernas para mejorar la eficiencia y la calidad del aceite. Asimismo, la industria del olivo ha creado empleo y oportunidades económicas para las comunidades locales, convirtiéndose en un pilar de la sostenibilidad.

Además, en los últimos años multitud de investigaciones científicas acreditan que el aceite de oliva, extraído de los frutos del olivo, no sólo es apreciado por su sabor

distintivo, sino también por sus beneficios saludables. Rico en ácidos grasos monoinsaturados y antioxidantes, el aceite de oliva se ha asociado, entre otros, con la reducción del riesgo de enfermedades cardiovasculares. Todo ello ha provocado que el consumo mundial de aceite de oliva crezca de manera constante a lo largo de los años, convirtiéndose en un producto indispensable para una alimentación saludable.

Pero la industria del olivo también se enfrenta a desafíos modernos. Cambios climáticos, plagas y enfermedades representan amenazas para los olivares, subrayando la necesidad de enfoques sostenibles y tecnológicos para preservar esta parte vital de la herencia cultural.

Por todo lo descrito, ante la pregunta “¿Cómo será el sector del olivar y el aceite de oliva en 2050?”, no sabríamos qué responder, pero sí sabemos cómo no queremos que sea. No imaginamos un mundo sin olivos, descartamos la sola idea o imagen de todos nuestros paisajes desérticos, sin nuestros olivares y sin rastro de biodiversidad. No queremos el abandono y pérdida de la Dieta Mediterránea, queremos vivir más y mejor, nosotros y nuestros hijos. Y, por supuesto, no imaginamos nuestro entorno rural totalmente abandonado, convirtiendo las ciudades en grandes urbes industrializadas, pueblos y comarcas despoblados.

En conclusión, la cultura del olivo va mucho más allá de su condición de producto agrícola: es un testimonio de la interconexión entre la tierra, la historia y las comunidades que han cultivado y venerado este árbol durante milenios. Desde los tiempos antiguos hasta la actualidad, el olivo sigue siendo un faro de prosperidad y sostenibilidad, manteniendo viva su rica herencia en las tradiciones y estilos de vida de las regiones que llaman hogar al olivo.



Un futuro prometedor

José Miguel Herrero Velasco
 Director General de la Industria Alimentaria.
 Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación



Actualmente, España se enorgullece de ser el principal productor y exportador mundial de aceite de oliva, una posición que implica la enorme responsabilidad de preservar, cuidar y fomentar la calidad de este preciado líquido. El sector del aceite de oliva en nuestro país no sólo desempeña un papel crucial en términos económicos, sino que también contribuye de manera vital al ámbito social y comercial, generando empleo y añadiendo un valor significativo a la producción agraria.

Al proyectar nuestra mirada hacia el año 2050, vislumbro que España seguirá liderando el mercado mundial de aceite de oliva. En ese horizonte temporal, se espera un notable aumento en la demanda global de este aceite, que será completamente sostenible y prácticamente todo ecológico, bajo regulaciones específicas para este tipo de producción. En cuanto a la calidad, se convertirá en un logro indiscutible y fuera de debate, destacando el protagonismo del concepto de salud. El aceite de oliva virgen extra, con una amplia variedad de opciones, se integrará plenamente en el ámbito de la nutricosmética como la grasa más saludable.

En términos de producción, coexistirán el olivar tradicional, caracterizado por un sello iden-

tificativo único, y el sistema superintensivo, que se enfocará en mejoras genéticas para optimizar el uso del agua. La estructura de la propiedad empresarial se habrá concentrado significativamente, con pocas empresas operando en este último sistema de producción.

A nivel internacional, la consolidación exportadora del sector agroalimentario español, incluido el aceite de oliva, lo posicionará como uno de los alimentos más exportados en 2050. La presencia de sellos de calidad diferenciada será aún más marcada, siendo reconocidos a nivel internacional como impulsores clave de las exportaciones.



— EL PAÍS MÁS RICO DEL MUNDO —
 alimentosdeespaña

En 2050 confío en que el aceite de oliva mantendrá su papel hegemónico en la Dieta Mediterránea, reconocida como uno de los modelos nutricionales más saludables y designada por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

En resumen, el futuro del sector del olivar y del aceite de oliva en España se presenta prometedor. Para lograrlo, se requerirá una combinación estratégica de promoción, calidad diferenciada y adaptación a las demandas del consumidor, con un enfoque particular en temas de salud, asegurando así su prominencia en la escena global hasta 2050.

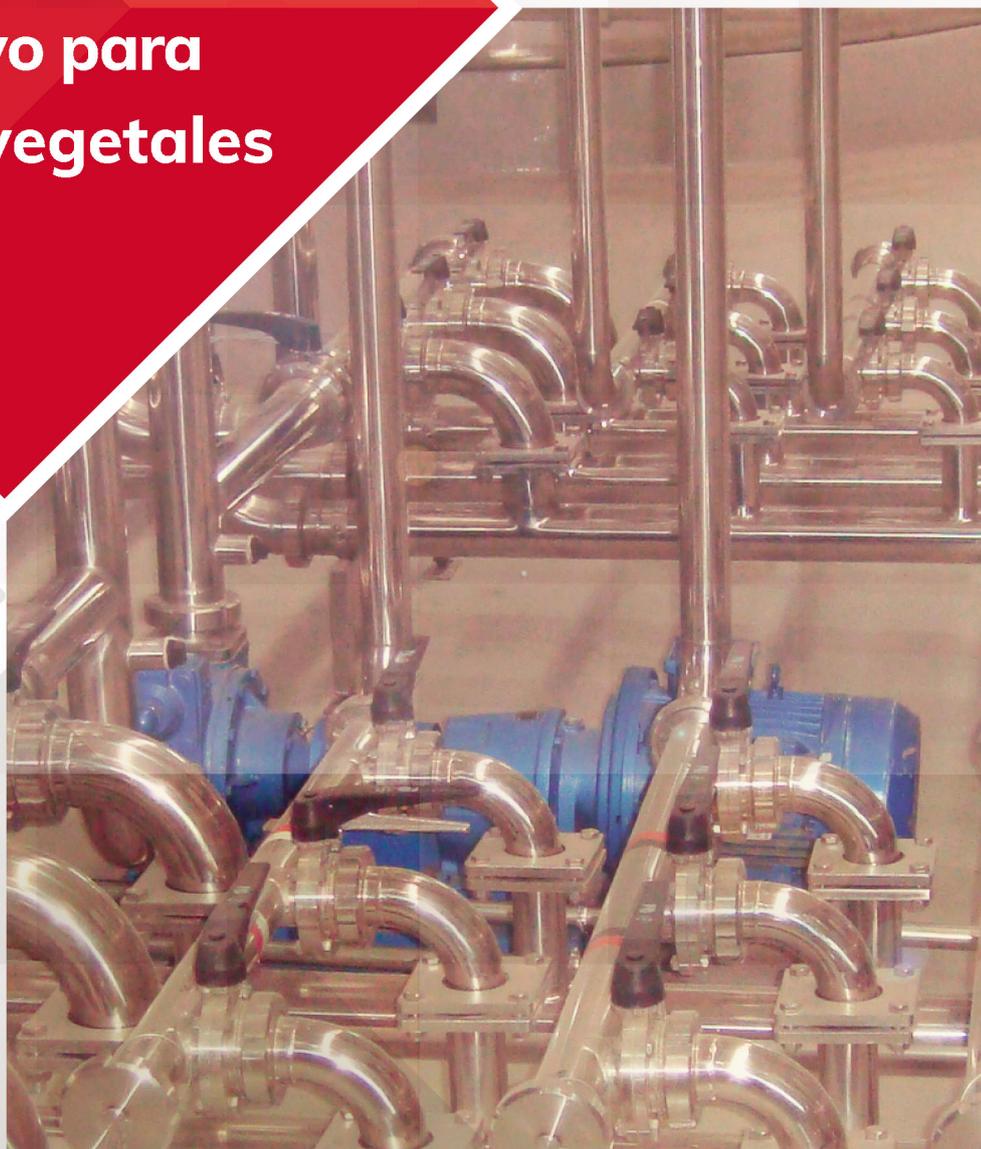
**Bombas de aletas
de desplazamiento
positivo para
aceites vegetales**



bombas

TRIEF

desde 1967



DESDE 1967

DISEÑO Y FABRICACIÓN DE BOMBAS



ventas@bombastrief.es
bombastrief.es



(+34) 944 416 238



Lutxana Asua Errepeidea, 26
48950 Erandio, Bizkaia

Investigadores de referencia trasladan a la sociedad las bondades saludables de los aceites de oliva

Organización Interprofesional del Aceite de Oliva Español

La Organización Mundial de la Salud (OMS) considera la Dieta Mediterránea como una de las más saludables del mundo. Esto se debe, entre las muchas propiedades beneficiosas que ofrece este patrón alimentario, al tipo de grasa que la caracteriza y otorga su rasgo diferencial: el aceite de oliva. Y es que, además de ser una grasa saludable, está demostrado que su consumo favorece la introducción en la dieta de alimentos como las verduras. De hecho, esta característica es la que cierra el círculo para colocar al aceite de oliva en el centro de la pirámide de la Dieta Mediterránea.

Sin embargo, no muchos conocen realmente el amplio abanico de cualidades que el aceite de oliva aporta al organismo humano. Por esa razón, la Interprofesional del Aceite de Oliva Español ha contado con tres investigadores médicos de referencia, los doctores Ramón Estruch, Antonio Escribano y Fernando López Segura, para que puedan trasladar a los españoles las ventajas de seguir una Dieta Mediterránea, poniendo de manifiesto las bondades saludables de una alimentación equilibrada con los aceites de oliva como principal fuente de grasas.

“A diferencia de lo que podamos creer, en España no llegan al 20% las personas que siguen la Dieta Mediterránea. En consecuencia, es muy necesario difundir las evidencias que existen en torno al aceite de oliva. No hay ninguna duda de que el aceite de oliva es bueno para la salud, principalmente para las personas con problemas cardiovasculares”, explica el doctor Fernando López Segura, especialista en medicina interna y uno de los investigadores principales del estudio CordioPrev (2022), que de-



muestra que aquellos pacientes de enfermedades cardiovasculares que siguen una Dieta Mediterránea rica en aceite de oliva virgen extra tienen hasta un 30% menos de probabilidades de padecer una recaída que los que siguen una dieta sana pero baja en grasas.

Ramón Estruch, cardiólogo y coordinador del estudio PREDIMED (2018) -que aporta multitud de evidencias científicas que demuestran que la Dieta Mediterránea minimiza los factores de riesgo cardiovascular-, afirma que “el aceite de oliva contribuye a disminuir la presión arterial, prevenir la diabetes, incrementar el colesterol bueno o reducir el malo; al tiempo que posee efectos antioxidantes y sobre todo antiinflamatorios que mitigan enfermedades crónicas, como las neurodegenerativas e incluso el cáncer, que tienen una base inflamatoria”.

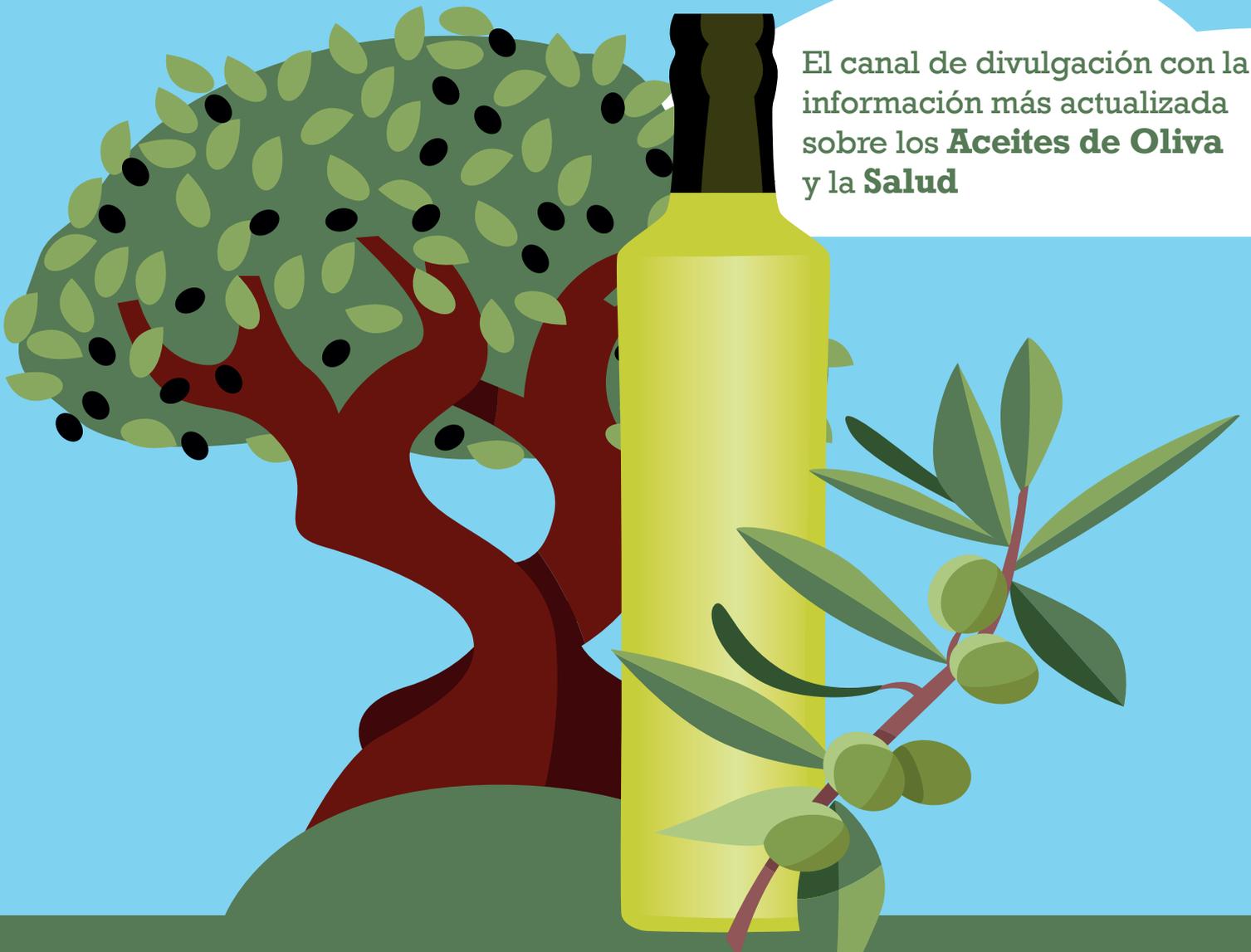
Por su parte, el doctor Antonio Escribano, catedrático de Nutrición Deportiva y responsable del área de Nutrición de las selecciones nacionales de baloncesto (2004-2016) y fútbol (2010-2020), recuerda que las grasas monoinsaturadas del aceite de oliva son las mejores que uno puede consumir cuando hace deporte. “Vivimos encima de la mina de oro y no somos conscientes de la joya de la alimentación que tenemos en nuestro país. Por ello, hay que difundir más las bondades del aceite de oliva, tanto para la vida diaria como para practicar cualquier deporte”. Los tres doctores seguirán divulgando e informando sobre las bondades del aceite de oliva durante los próximos meses, dirigiéndose a sus colegas -los profesionales médicos- y a los consumidores de hoy y del futuro (generaciones Z e Y).



¡Súmate a nuestra
comunidad en
LinkedIn!



El canal de divulgación con la
información más actualizada
sobre los **Aceites de Oliva**
y la **Salud**



ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA

PARA TODA UNA VIDA

<https://www.aceitesdeolivadeespana.com/bienestar/>

Detrás de cada gota de AOVE

Antonio J. Gallego García
Director general de Grupo MIGASA

No cabe duda de que el AOVE es un producto fundamental en la cultura y la economía de nuestro país; no en vano España es el mayor productor mundial de aceite de oliva. Nuestros aceites se consumen no sólo en nuestro país, sino también en todo el mundo, donde cada vez cuentan con mayor reconocimiento.

Este hecho no influye únicamente desde un punto de vista meramente económico, sino que marca la cultura y sociedad de nuestro país de forma profunda y muy relevante. Y es que el AOVE no es sólo un producto. Tras la producción del aceite de oliva existe toda una tradición de origen milenario, diferencial y única que articula no sólo a un sector productivo, sino que es parte esencial de la cultura y sociedad en la que vivimos.

Mi abuelo, Miguel Gallego Núñez, fundador de MIGASA, tuvo ya esa visión y fue capaz de entender y transmitirnos la importancia de nuestros aceites, percibiéndolos no sólo como producto de alto valor desde el punto de vista del sabor y de su momento de consumo, sino también



como un sector con gran trascendencia y de futuro. Esa visión nos ha traído hasta aquí: hoy MIGASA es la primera empresa agroalimentaria de Andalucía por volumen de facturación y el principal exportador de aceite de España, con presencia global en más de 120 países.

Y al igual que el propio aceite de oliva, este sector es más que eso. Detrás de cada gota de AOVE hay todo un sector productivo, nuestros agricultores, que vertebran el territorio, que dan vida al campo, que cuidan el olivar convirtiéndolo en parte de nuestra identidad colectiva, que dan lo mejor de sí mismos para obtener un producto que, además de estar presente en cada plato de nuestras mesas, exportamos y es bandera de nuestra gastronomía y de nuestra saludable Dieta Mediterránea.

En nuestra empresa estamos enormemente agradecidos a estos agricultores porque sin ellos, sin su trabajo, dedicación y esfuerzo constantes -conviene no perder de vista las dificultades que ha atravesado el olivar en estos últimos tiempos debido a la sequía-, nada de esto sería posible. Ni la cultura del aceite que tanto nos apasiona, ni nuestros productos.

Por eso, en MIGASA trabajamos cada día para estar de su lado, poniendo todos los medios y a los mejores profesionales para que ese producto que han cultivado con tanto cuidado y trabajo, que tiene detrás todo ese valor añadido que muchas veces no se reconoce a simple vista, tenga mayores oportunidades, se traslade a consumidores que van a valorarlo dentro y fuera de nuestras fronteras, y alcance su justo valor en el mercado contribuyendo a hacer sostenible en el presente y en el futuro un sector que es más que eso: es una forma de vida para miles de familias, es nuestra cultura, es parte de lo que somos hoy y de lo que queremos ser.





*Unidos por la tradición,
alimentados por la pasión.*

migasa.com

La trazabilidad como garantía de calidad

Acesur

La transparencia en el proceso de producción -tanto con nuestros clientes como con los consumidores- es un aspecto indispensable en las operaciones de Acesur. Desde que la compañía lanzó el protocolo *Triple 3Xtra* en 2019 no ha parado de perfeccionarlo con objeto de conocer al detalle el aceite de oliva que han adquirido: origen, variedad, momento de la recogida, tipo de cultivos involucrados, información sensorial, analítica y nutricional.

Triple 3Xtra ha enriquecido su contenido gracias a la inclusión de Easy Taste, la pionera nariz electrónica que ha desarrollado el equipo técnico y de I+D de Acesur en colaboración con el panel de cata acreditado del laboratorio INDLAB y con los Servicios Centrales de Apoyo a la Investigación (SCAI) de la Universidad de Córdoba (UCO). Este procedimiento ya está 100% operativo tras más de tres años de estudio, calibración y desarrollo de software específico, y una inversión cercana al millón de euros. Desde su puesta en marcha ha analizado más de 1.000 muestras de aceites de oliva vírgenes y vírgenes extra que, mediante Inteligencia Artificial, perfeccionan el método de forma continua, alcanzando ya un ratio de acierto superior al 93%. Acesur agrupa sus aceites de oliva según unos niveles de intensidad -establecidos gracias al panel oficial de cata y a *Easy Taste*- basado en ocho grupos de atributos, de acuerdo a sus usos recomendados en cocina. Esto facilita la decisión de compra del consumidor, identificando los AOVES

En Coosur realizamos más de 200 análisis al día para garantizar su calidad



Con esta etiqueta podrás conocer la intensidad del aceite de oliva.



gracias a un criterio claro y sencillo que los clasifica en una escala de intensidad del 1 al 5.

Por el momento, *Triple 3Xtra* ofrece esta completa trazabilidad en los aceites de oliva vírgenes extra de *Coosur*, su marca líder en ventas: coupages, monovarietales (arbequina, hojiblanca, cornicabra y picual), ecológico o IGP, todos ellos muy marcados por su origen jiennense.

En una próxima fase, Acesur ofrecerá información del resto de sus marcas, empezando por *La Española* y *Guillén*. Este protocolo se basa en la autoexigencia, ya que mejora en un 20% los baremos de calidad exigidos por la ley para ofrecer al consumidor más sabor y una garantía de origen y calidad, siendo transparentes en lo que se refiere a la trazabilidad del aceite de oliva.

SABOR SIEMPRE SEGURO

Hemos bajado la fecha de consumo preferente a 9 meses para garantizar así todo su sabor.

ENVASADO EL / CONSUMIR PREFERENTEMENTE ANTES DEL FIN DE /LOT#: 1501

GARANTÍA TRIPLE 3XTRA CALIDAD ORIGEN SABOR CERTIFICACIÓN

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

Valores medios		Por 100 ml
Valor energético	3391 kJ / (822 kcal)	91 g
Grasas	12 g	71 g
de las cuales saturadas	12 g	8 g
Monosaturadas	0 g	0 g
Polisaturadas	0 g	0 g
Hidratos de carbono	0 g	0 g
de los cuales azúcares	0 g	0 g
Sal	0 g	0 g
Proteínas	0 g	0 g
Vitamina E	18mg (150iV.R.N*)	18mg (150iV.R.N*)

La Española®



**DESDE 1840
TU HOGAR ES NUESTRO
SITIO FAVORITO**

El aceite de siempre



Celebrando la esencia mediterránea de nuestros productos

Deoleo

Cada año, el 26 de noviembre es un día para reconocer las múltiples facetas del simbolismo del olivo y recordar que este árbol es uno de los más importantes en la historia, la cultura y el desarrollo de la humanidad. Un día que todos celebramos desde 2019 gracias a la UNESCO.

El símbolo del olivo habla a muchas culturas de todo el mundo: representa la paz y el compromiso, la resistencia contra la adversidad, la abundancia, la vida y el alimento. De hecho, la rama de olivo se ha utilizado desde la antigüedad como símbolo de paz entre enemigos.

Algunos olivos tienen más fama que otros. Mientras que la vida media de un olivo es de unos 500 años, se calcula que el olivo de Vouves, en Creta, tiene más de 3.000 años y se dice que es el árbol vivo más antiguo de Europa. Este olivo ha formado parte de nuestra humanidad asistiendo al auge y la caída de varios reinos.

Los olivos se encuentran sobre todo en países de clima cálido -como Grecia, Italia o España-, donde disfrutan del sol y pueden soportar temperaturas más altas y el aire seco. Pero existen pruebas de que estos árboles se han cultivado durante siglos en otras partes de Europa, el norte de África y las zonas circundantes.

Aun así, la región mediterránea es conocida por su exquisito aceite de oliva y Deoleo es uno de los principales productores de este oro líquido. Con una rica historia que se remonta a la antigüedad, nuestras reconocidas marcas *Bertolli*, *Carbonell* y *Carapelli*, tan



centenarias como los propios olivos, se han convertido en parte integral de la dieta y la cultura mediterráneas.

Nuestro compromiso viene marcado por el legado de estas marcas y es nuestra responsabilidad llevar el mejor sabor y calidad a todas las mesas del mundo para cuidar la salud de nuestros consumidores, de la sociedad y, más importante, del planeta.

En un escenario de incertidumbre económica, geopolítica y ambiental como el actual, el olivo es un ejemplo de resiliencia y adaptación a todas las dificultades e inclemencias externas. Por tanto, celebremos el Día Mundial del Olivo hoy y todos los días.

Todos los que formamos parte de Deoleo vivimos esta responsabilidad a diario en cada una de nuestras decisiones, ya que existimos para dar sentido a nuestro propósito “Cuidamos lo que te cuida”, que consiste en poner la calidad mediterránea al alcance de todos.



A close-up photograph of an olive branch with several dark olives. The branch is set against a bright, slightly blurred background. A large, semi-transparent green circle is overlaid on the image, framing the central part of the branch. The text is positioned in the lower half of the image, partially overlapping the green circle.

Cuidamos
lo que te cuida

Deoleo[®]
The Olive Oil Company.

www.deoleo.com

El olivar del futuro: un olivar con un uso eficiente de los recursos, positivo en términos de carbono y de residuo cero, y perfectamente integrado en su entorno

Isabel Ribeiro

Directora de Desarrollo de Negocio, Sostenibilidad e Innovación en Nutrifarms (Grupo Sovena)



Nutrifarms es la división agrícola del Grupo Sovena, que gestiona más de 9.000 hectáreas de olivares y dos almazaras en Portugal, España y Marruecos. A través de esta división, Sovena integra la producción agrícola en la cadena de valor del aceite de oliva. Desde 2007, Nutrifarms perfecciona un modelo agrícola perdurable en el que las distintas fincas y almazaras se gestionan para obtener productos de alta calidad, con un gran respeto por los recursos naturales -especialmente el agua, el suelo y la biodiversidad- y una buena integración de los territorios y las personas del entorno.

Para ello, Nutrifarms cuenta con un equipo joven, altamente cualificado y con más de 15 años de experiencia, que se apoya en proveedores, universidades y centros de investigación para estudiar, analizar y probar nuevas técnicas y sistemas de producción que permitan mejorar la calidad de los productos y la eficiencia en la utilización de los recursos. Gracias a ello más del 95% de los aceites de oliva producidos son vírgenes extra.

Para nosotros, el olivar del futuro debería ser, en primer lugar, un olivar que haga un uso eficiente de los recursos. Considerando que todos nuestros olivares son modernos, en su mayoría en seto y de regadío, la gestión del agua es especialmente importante. Hemos desarrollado herramientas avanzadas que nos permiten utilizar el agua sólo cuando y donde es necesario. Junto a investigadores del Instituto de Agricultura Sostenible (IAS-CSIC), hemos adoptado una tecnología de recomendación de riego que tiene en cuenta los resultados del seguimiento de los olivares y aconseja, cada semana, la cantidad adecuada de agua que debe aplicarse a cada zona de los olivares. Además, volcamos esta recomendación en una

plataforma desde donde tenemos visibilidad tanto del seguimiento continuo del clima y la humedad del suelo como de la respuesta y los efectos sobre el olivar.

En segundo lugar, un olivar que es positivo en términos de carbono y de residuo cero. En las fincas adoptamos medidas que contribuyen a reducir las emisiones (riego con energía solar o mejora de la eficiencia de la fertilización) o a aumentar la captura de carbono (gestión de la cubierta vegetal permanente o de los límites de las parcelas). Tenemos un proyecto H2020 en curso, ClieNFarms, que cuenta con 33 organizaciones asociadas de toda Europa y está centrado en demostrar, evaluar y mejorar soluciones para la neutralidad climática. Por otra parte, gracias a un acuerdo de colaboración con MAAVi Innovation de Kimatec, estudiamos soluciones naturales para controlar plagas y enfermedades, reducir el estrés medioambiental, utilizar el agua de forma eficiente y mejorar la calidad de las aceitunas.

Por último, un olivar perfectamente integrado en su entorno. En este sentido, hemos definido un Plan de Gestión de los Valores Naturales para nuestras fincas en Portugal en el que mapeamos e identificamos los valores naturales (especies o ecosistemas) presentes en las explotaciones. Actualmente estamos aplicando medidas y en 2025 supervisaremos su efecto.

Cabe destacar que nuestra visión del olivar del futuro ha sido reconocida recientemente por la Plataforma SAI tras someternos a su referencial de explotaciones sostenibles (FSA), que analiza de forma exhaustiva la gestión de las explotaciones en torno a tres ejes: Personas, Planeta y Beneficio. Somos el primer olivicultor del mundo en recibir este reconocimiento.



sovena

Feeding Futures

Tenemos un fuerte compromiso con la sostenibilidad, procurando siempre hacer el bien a la naturaleza, a los alimentos y a las personas. Sabemos que solo a través de nuestras acciones estaremos alimentando el futuro.

Porque después de crecer durante más de cien años, queremos alimentar los próximos cien.

Un futuro esperanzador

Herminia Millán
Gerente de QvExtra! Internacional



¿Cómo será el sector del olivar y el aceite de oliva en 2050? En un sector en el que todo es para ayer y en el que nos cuesta tener visión de futuro, esta pregunta se presenta ilusionante. Desde QvExtra! Internacional, lanzamos nuestra proyección con vistas a 2050 en este Día Mundial del Olivo.

Debido al gran trabajo en equipo que desde las distintas asociaciones se llevará a cabo en los próximos años, el AOVE se confirmará como uno de los productos más saludables, pudiendo por fin comunicar en el etiquetado de forma clara y concisa mensajes referentes a su efecto beneficioso sobre la enfermedad cardiovascular o sobre la presión arterial. Este hecho repercutirá en un mayor compromiso de todos los operadores del sector y de nuestros consumidores. Estos últimos dejarán de estar preocupados por el precio, dispuestos a pagar por las mejores calidades, formados en los valores fundamentales del virgen extra y exigiendo a los productores y envasadores altos frutados y contenidos en antioxidantes naturales para comprar sus AOVEs, que ya tendrán una restricción en parámetros físico-químicos superior a la actual. Dispondremos de carta de AOVE en los restaurantes y la hostelería tendrá la presión -y es posible que la exigencia legislativa- de consumir AOV en sus cocinas. El agricultor también habrá entendido que el compromiso con la calidad es el único camino para poder valorizar nuestro sector, independientemente de los precios del lampante, y trabajará en sus campos para alcanzar la excelencia, habiéndose instruido para ello e invertido en I+D+i y en mejores tecnologías.

QvExtra! proyecta para 2050 una Marca España bien posicionada, con asociaciones basadas en intereses comunes. Nuestro sector se protegerá y no permitiremos

que se nos dañe desde el exterior. Todos juntos evitaremos y defenderemos la Marca España desde los medios de comunicación españoles e internacionales. Por fin habremos aprendido que “los trapos sucios se lavan en casa” y que hundir al otro no favorece a ninguno, porque además tenemos un sector magnífico y unas empresas que trabajan duramente por alcanzar la excelencia.

Y por último, y casi debería ser lo primero, vemos el olivar tradicional con agua y gran cantidad de hectáreas transformadas en sistemas de cultivo más rentables. Vislumbramos el olivar de montaña mecanizado, habiendo alcanzado la sostenibilidad económica y evitado la despoblación rural, y al olivar español convertido en sumidero de carbono para la industria europea, rentabilizando la captación de CO₂ mediante la venta de créditos de carbono para el enriquecimiento de nuestros pueblos.

Para QvExtra! es un sueño formar parte de este sector y poder aportar nuestro granito de arena para construir un futuro mejor. Feliz Día Mundial del Olivo 2023.



Todos unidos en un mismo sello de calidad: VIRGEN EXTRA SIQEV

CONOCE SIQEV

- En la asociación **QvExtra!** todas las marcas son de reconocido prestigio y fuertemente comprometidas con el AOVE.
- Asociación privada sin ánimo de lucro creada para potenciar el valor al **Aceite de Oliva Virgen Extra (AOVE)**
- Nuestros requisitos son mucho más exigentes que la normativa actual **Consejo Oleícola Internacional (COI)**
- +de **1.500 premios a la calidad** desde 2016
- +de **130.000 hectáreas** de olivar
- +de **10 millones de sellos SIQEV** desde 2014



FUNCIONAMIENTO DEL SELLO SIQEV

- Requisitos: tener olivar, almazara y marca. Del olivar a la mesa.
- **Solicitar la autorización previa** de aquellos lotes de AOVE y marcas para los que desean utilizar el sello SIQEV de calidad.
- **Cumplir los parámetros de calidad** de AOVE mediante controles aleatorios en origen y punto de venta.
- **Recogida y análisis** por parte de SGS en el lineal.



Descubre mucho más sobre el SIQEV y los requisitos para formar parte de QvExtra! en:

www.qvextra.es



El AOVE de alta calidad, un producto conocido, reconocido y apreciado en todos los ámbitos

Mauro Meloni
 Director operativo del Consorzio di Garanzia dell'Olio
 Extra Vergine di Qualità (CEQ Italia)



En 2050 el aceite de oliva virgen extra será percibido por los consumidores como una amplia familia de productos de gran valor, especialmente demandados por sus propiedades nutricionales y sensoriales. Existirá una mayor conciencia acerca de la importancia de que una dieta sana, elaborada con productos de alta calidad, reduce el riesgo de enfermedad y prolonga la vida. El aceite de oliva virgen extra de alta calidad, rico en antioxidantes y vitaminas, obtenido de aceitunas recolectadas ligeramente antes de su maduración, será conocido, reconocido y apreciado por sus efectos positivos para la salud.

Los productores serán conscientes y estarán informados de las técnicas de producción que deberán aplicar para obtener AOVEs de alto valor nutritivo y se sentirán tranquilos ante un mercado que sabrá apreciar estas diferencias. Las normas de etiquetado permitirán a los productores de aceites de oliva vírgenes extra de alta calidad someter sus productos al juicio de un panel de catadores reconocido, que expedirá un certificado para poder indicar de forma más completa y detallada las características sensoriales positivas de su producto en la etiqueta y en la publicidad. Las numerosas variedades de aceituna cultivadas en el mundo se conocerán por su nombre y origen, así como por las características diferenciales de los aceites extraídos de sus frutos. El consumidor habrá adquirido mucha más información sobre el auténtico valor de los vírgenes extra, sabrá conservarlos y utilizarlos con mayor conciencia y podrá apreciar y reconocer los diferentes sabores y aromas que pueden aportar a los platos.

En los restaurantes, el aceite ya no se dejará en las mesas sin vigilancia, sino que se almacenará a tem-

peratura controlada y al abrigo de la luz, en botellas pequeñas o en monodosis, que elegirán los cocineros o propondrán en los menús para que los elijan y mariden los propios consumidores. Los AOVEs de calidad propuestos por los restaurantes deberán abonarse, al igual que sucede con las botellas de vino, y podrán degustarse después de las comidas. Los camareros habrán seguido cursos de formación y los restaurantes tendrán que exhibir certificados que garanticen que han seguido y superado dichos cursos de formación para la selección, el maridaje, la degustación y la conservación de los aceites de oliva vírgenes extra según las normas establecidas en el pliego de condiciones de producción y comercialización del producto.

En el hogar, los consumidores adquirirán el hábito de guardar en la despensa o la bodega varios AOVEs con distintos perfiles sensoriales, que mantendrán siempre frescos y al abrigo de la luz en envases pequeños, y que combinarán según los distintos platos. Cada vez serán más populares los armarios pequeños, a imagen y semejanza de las bodegas de vino, con temperatura controlada para mantener frescos e intactos los valiosos vírgenes extra. Y cada vez estará más extendida la costumbre de regalar envases de AOVE de alta calidad -con Denominación de Origen, monovarietal o ecológico- cuando tengamos una invitación a cenar o queramos hacer un regalo por un aniversario.

Por último, en los supermercados habrá zonas de exposición dedicadas a los aceites de oliva vírgenes extra de alta calidad, con iluminación y temperatura controladas para preservar sus características sensoriales.

The CEQ Quality System Safety, rigor, reliability

To strengthen the guarantee towards consumers and among the operators who use the CEQITALIA Quality Label, the Consortium has approved a control System that provides for verifications along all the phases downstream of the supply chain, from oil packaging to store shelves.

At the heart of the CEQ Quality System is the "Surveillance Test Plan". Carried out by the Consortium in collaboration with Control Organizations, provides inspections and sampling both at packagers and retail outlets.



Analytical parameters	Unit of measurement	CEQ values on the shelf
Acidity	g/100g oleic acid	≤ 0.40
Peroxides	mequivO ₂ /kg oil	≤ 15
Humidity	%	≤ 0.10
Impurities	%	≤ 0.05
Oleic acid	%	≥ 70
Ethyl Esters	ppm	≤ 15
Polyphenols	ppm	≥ 250
K268 or K270	-	≤ 0.20
K232	-	≤ 2,4
ΔK	-	≤ 0,005
Waxes	mg/kg	≤ 100
Fruity median	-	≥ 2

The CEQITALIA parameters

In identifying the quality parameters, the consortium operates in three directions:

A

Restrictions of some parameter's values required by law, with particular attention to those that inform about the quality of the raw material and the quality of the manufacturing process.

B

Introduction of new parameters, not yet required by law, which give important information on the production process and the product quality.

C

Further values restrictions, required during packaging, for those parameters that are subject to change during storage.

CEQ

Consorzio di Garanzia dell'Olio Extra Vergine di Oliva di Qualità Via Francesco Redi, 4 - 00161 Roma
Tel. 06 59879428
Contacts: info@ceqitalia.com
Press Office: relazioni.esterne@ceqitalia.com
PEC: segreteria@pec.ceqitalia.com
ceqitalia.com



El olivo, nexo de unión y sinónimo de oportunidad

*Francisco Reyes Martínez
Presidente de la Diputación de Jaén*



El olivo es nexo de unión entre territorios, símbolo de paz y seña de identidad de distintos países, en especial los del arco mediterráneo. En la provincia de Jaén, este árbol milenario marca desde el paisaje hasta la actividad económica de sus pueblos y ciudades, sus costumbres y su forma de vida. Más de 66 millones de olivos conforman un bosque infinito que se extiende por toda la provincia jiennense, que presume orgullosa de ser epicentro mundial de este cultivo y de su cultura, una singularidad que se está poniendo en valor desde múltiples ámbitos.

Porque para Jaén, el olivo es sinónimo de oportunidad. No sólo a nivel promocional o económico, sino también turístico, social o medioambiental. Su infinito mar de olivos la ha convertido en la principal productora de aceite de oliva del planeta, un liderazgo que ostenta también en la elaboración de aceite de calidad cuyo consumo aporta múltiples beneficios para la salud, como han puesto de manifiesto multitud de estudios científicos.

Junto a sus propiedades saludables, sus características organolépticas y versatilidad han situado al aceite de oliva virgen extra jiennense como uno de los productos indispensables de las cocinas nacionales e internacionales, favoreciendo así que la gastronomía de la provincia haya adquirido un plus de calidad y diferenciación respecto a la oferta culinaria de otros territorios.

En torno a estas grandes cualidades, la Diputación de Jaén impulsa a lo largo del año una intensa estrategia de promoción del AOVE de la provincia para trasladar este producto de calidad a los rincones de todo el mundo. Esta labor incluye la presencia en las principales citas gastronómicas que se desarrollan a nivel internacio-

nal, la organización de eventos propios, la realización de iniciativas específicas dirigidas a prescriptores de opinión -como profesionales de la restauración, expertos en gastronomía o científicos- o la convocatoria cada año de una cata-concurso para elegir los mejores AOVE de la cosecha, que se convierten en los principales compañeros de viaje de la Administración provincial en esta estrategia promocional.

Madrid Fusión, San Sebastián Gastronomika, Salón Gourmets, Fitur, The 50 Best Restaurants o la gala en la que se dan a conocer las nuevas estrellas Michelin de España y Portugal son paradas de este itinerario promocional con el que la Diputación de Jaén busca poner en valor la calidad de este producto y subrayar su potencial a nivel gastronómico.

Asimismo, en torno al zumo que se extrae de la aceituna del olivo y la cultura ligada a este cultivo se ha configurado un producto turístico único, OleotourJaén, con el que la provincia de Jaén adentra al viajero en el cuidado proceso de elaboración del AOVE y lo sumerge en esta cultura ancestral a través de más de 150 recursos entre los que figuran alojamientos singulares, restaurantes, almazaras y cooperativas visitables, eventos, oleotecas o museos.

Pero, como decía al principio, en la provincia de Jaén la importancia del cultivo del olivo va mucho más allá. No sólo posee una gran relevancia medioambiental como fuente de absorción de dióxido de carbono, sino que es un potente instrumento generador de actividad económica y de empleo en el medio rural, lo que lo ha convertido en pegamento de la población a este territorio del interior andaluz cuyo día a día gira en torno a este árbol con el que se identifica toda la población jiennense.

OLEO
TOUR
JAÉN

VER +



www.oleotourjaen.es

La apuesta por la innovación llevará al sector a vislumbrar enormes oportunidades económicas, sociales y ambientales

Rosa Gallardo
 Directora de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y de Montes (ETSIAM) de la Universidad de Córdoba



El sector oleícola ha vivido una intensa evolución en la que se evidencia una continua adaptación a escenarios complejos, en muchos casos con altas dosis de incertidumbre. Esta trayectoria ha estado marcada siempre por la presencia de innovación en ámbitos que seguirán determinando sin duda el futuro del sector del olivar y el aceite de oliva. Así, destaca la mejora genética y las nuevas variedades de olivo más adaptadas al olivar en seto, a las condiciones climáticas y más resistentes a determinadas enfermedades; la innovación para compatibilizar mejor la rentabilidad del cultivo y la necesaria sostenibilidad; la optimización en la gestión del agua y en la reducción de la dependencia energética; la innovación en los sistemas de control de los procesos de obtención de aceite y en la calidad del producto, así como en la automatización y robotización; y, de forma transversal, un intenso avance en la digitalización de este sector, que facilitará la toma de decisiones para el correcto desarrollo del sector al disponer de un amplio abanico de tecnologías accesibles que habrán transformado la manera de entender y hacer olivicultura.

En el olivar del futuro, la Inteligencia Artificial permitirá la generalización modelos predictivos y el uso de gemelos digitales; la robotización de las labores agrícolas mediante máquinas inteligentes y autónomas; el riego más inteligente y eficiente que incorporará de forma generalizada las energías renovables; las Almazaras 5.0; la amplia aplicación de técnicas y tecnologías que mejoran la seguridad, la trazabilidad y la calidad... Estará disponible un espacio de datos para el sector del olivar y el aceite de oliva con estándares que faciliten la interoperabilidad de los mismos con una correcta regulación y privacidad, que hará que la información que llega a los olivicultores y a la industria les permita tomar decisiones óptimas a través de la utilización de ese amplio abanico de tecnología.

Esta apuesta constante por la innovación en torno al olivar y al aceite de oliva llevará al sector en 2050 a vislumbrar enormes oportunidades económicas, sociales y ambientales. Al trabajar juntos los olivicultores, las empresas oleícolas y tecnológicas, las universidades y los centros de investigación, y la Administración lograremos hacer realidad la reinención y el cambio cultural que afecta a procesos, procedimientos, hábitos y comportamientos que son necesarios para que la transformación digital útil y completa sea una realidad. Ello significará que se habrá implantado una cultura de cooperación y colaboración en el uso compartido de datos y se habrá logrado la capacitación necesaria en competencias digitales de todo el sector. En este escenario, destaco en el futuro la presencia de jóvenes formados, emprendedores y comprometidos con un sector al que habrán imprimido la aceleración, el ritmo y la intensidad necesaria para una transformación imparable.

Sin duda, el futuro del sector oleícola estará marcado por la apuesta clara y contundente por la calidad, donde la trazabilidad y la certificación serán factores críticos en el mercado; la profesionalización; la internacionalización; la economía circular; la eficiencia en el uso de recursos, fundamentalmente el agua, lo que, ayudado de las infraestructuras y políticas adecuadas, podría permitir una generalización de su uso en el olivar; la digitalización; el crecimiento en la demanda de aceite de oliva en mercados emergentes; y la mayor apreciación de las variedades de aceite de oliva y su uso en la cocina global.

Este futuro para el sector es posible, pero también es responsabilidad de todos trabajar en conjunto para avanzar en la dirección correcta.



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

www.uco.es

UNA UNIVERSIDAD
COMPROMETIDA
CON EL
DESARROLLO DEL
SECTOR
OLIVARERO Y A LA
VANGUARDIA DE
LA INNOVACIÓN
TECNOLÓGICA



Portal de Transferencia
de la UCO

Finca Experimental del Campus Universitario de Rabanales

La Universidad de Córdoba, un pilar fundamental en el desarrollo del olivar del futuro

Universidad de Córdoba (UCO)

La actividad de I+D+i en el sector de la olivicultura y la elaiotecnia que ha desarrollado y desarrolla la Universidad de Córdoba ha influido de manera notable en los cambios más significativos que han permitido modernizar el cultivo del olivo, existiendo en la actualidad unos 30 Grupos de Investigación que trabajan en diversas líneas de investigación, productos y servicios de interés para el sector.

En cuanto a la transferencia del conocimiento al sector del olivar, aceite de oliva, orujo y aceituna de mesa, y con la idea de avanzar hacia una agricultura de futuro más próspera y sostenible, la UCO se ha enfocado en el desarrollo de proyectos y líneas de investigación que abarcan diversos campos: el desarrollo de herramientas analíticas para determinar la calidad del aceite de oliva; la recuperación de antiguas recetas que emplean aceite de oliva; el control biológico de las principales enfermedades del olivar; la valorización de residuos del olivar y su aplicación en la generación de envases funcionales; la epidemiología y control de enfermedades del olivo; la mejora genética del olivo; la aplicación de la aerobiología en olivicultura; la evaluación del potencial saludable del aceite de oliva virgen extra; la gestión integral del agua y suelo en olivar frente a su conservación ante la erosión; la transición ecológica y digital en el control y seguimiento de la mosca del olivo; el efecto positivo sobre la calidad del alimento frito del empleo de aceite de oliva; la valorización de subproductos del orujillo en prefabricados de hormigón con baja huella de carbono; la nutrición mineral y estreses abióticos en el olivo; modelos predictivos de idoneidad ambiental y producción en olivar; la mecanización; la evaluación in situ de la calidad del aceite, etc.

Como ejemplos de proyectos singulares en los que participa la Universidad de Córdoba cabe destacar el



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

proyecto innovador REUTIVAR, el cual aborda el fertirriego sostenible del olivar con aguas regeneradas, como las obtenidas a partir de las aguas residuales de las ciudades, y las aguas reutilizadas, después de su uso en almazaras u otras industrias. También merece mención especial el Proyecto Europeo H2020 GEN4OLIVE, que pretende acelerar el uso de los recursos genéticos del olivo e impulsar las actividades de mejora genética mediante la caracterización de un número muy amplio de variedades a nivel mundial, poniendo el foco en cuatro temáticas fundamentales: la resiliencia al cambio climático, la resistencia a plagas y enfermedades, las variedades con alta producción y calidad de producto y la adaptación a los sistemas modernos de plantación. En este proyecto se cuenta con la dilatada experiencia de los investigadores de la UCO participantes en el mismo, que ya llevan registradas seis variedades de olivo y son los responsables del Banco Mundial de Germoplasma de Olivo localizado en la Finca Experimental que la UCO posee en el Campus de Rabanales.

Otros dos claros ejemplos de esta trayectoria en la UCO son los proyectos de Compra Pública Precomercial (CPP) MECAOLIVAR (2013-2015) y, más recientemente, INNOLIVAR (2018-2022). En ambos se ha trabajado estrechamente con el sector olivarero, desarrollando mediante 12 líneas de trabajo soluciones técnicas e innovadoras que abordan los ámbitos de la mecanización, el medio ambiente, la biotecnología, la industria y la trazabilidad. En INNOLIVAR se han desarrollado diferentes prototipos pre-comerciales que finalmente fueron probados en entornos reales (nivel de madurez de la tecnología TRL 7), obteniéndose tres modelos de utilidad registrados y cinco patentes.

En definitiva, la UCO impulsa muchos proyectos, generando conocimiento y tecnología para transferirlo al

sector, activando el fomento de I+D+i del sector del olivar, aceite de oliva, orujo y aceituna de mesa, así como la colaboración entre investigadores de diferentes ámbitos del conocimiento en proyectos de investigación multidisciplinarios y el incremento de la I+D+i colaborativa con empresas y entidades del sector. Esta colaboración UCO-empresa se puede canalizar de varias formas:

- i) firmando un contrato universidad-empresa en el que la empresa paga a la universidad una cantidad por el desarrollo de un servicio por parte de un investigador;
- ii) con proyectos financiados con fondos públicos y privados;
- iii) mediante prácticas en empresas de estudiantes de Grado y Máster, pudiendo estar pagadas en su totalidad con fondos públicos;
- iv) contratando, con fondos públicos y privados, a una persona para que realice su Tesis Doctoral en la empresa (Doctorado Industrial) investigando en temas

relevantes para ésta; y v) a través del mecenazgo de una empresa a una estructura universitaria, denominada Cátedra, que permite desarrollar proyectos relacionados con la formación, investigación y transferencia relacionados con los intereses de la empresa que patrocine dicha Cátedra.

Para más información contacte con la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación de la UCO (otri@uco.es).



DAMOS FORMA A TUS EMOCIONES

INGENIERÍA AGROALIMENTARIA

www.pastranaingenieria.com



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



Actuar sobre el presente para mejorar nuestro futuro

Iñaki Benito Otazu
 Director-gerente de la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero



El Día Mundial del Olivo se ha consolidado desde hace ya unos cuantos años en las agendas y calendarios de todos los que nos dedicamos al sector del olivar. Es una fecha señalada que suele incitar a la reflexión. El comienzo de una nueva campaña, siempre diferente a la anterior, centra las conversaciones. ¿A cuántas toneladas llegaremos este año? ¿Cuáles son las expectativas del resto de países productores? ¿Se mantendrán los precios en origen? ¿Y si llueve de forma abundante en primavera?

Al margen de todas estas preguntas tan habituales que se repiten anualmente, este día también invita a pensar en lo que nos deparará el medio y largo plazo, en buena parte para fijar objetivos e ir trazando la estrategia adecuada para conseguirlos. No obstante, este número de la publicación que Mercacei dedica a esta efeméride se presenta especialmente desafiante, al invitarnos a augurar cómo será el sector en 2050.

Entendiendo que es un momento para dar rienda suelta a la imaginación, empiezo visualizando un 2050 en el que la gestión hídrica en nuestro país ha representado un éxito tan rotundo durante los últimos 25 años que es incluso un modelo admirado a nivel internacional. Las plantaciones intensivas copan ya el 70% de la superficie olivarera en nuestro país. Además, la investigación varietal y la lucha contra nuevas plagas han centrado el foco de los recursos de las administraciones públicas y del sector, habiéndose logrado grandes avances. Con todo ello, las producciones nacionales han superado ya los tres millones de toneladas y gozan de un grandísimo reconocimiento internacional.

Las almazaras, algo menos de 1.000 en España, y gestionadas por personal altamente cualificado, molturan la aceituna mayoritariamente desde octubre hasta diciembre, momento a partir del cual cierran sus puertas, convirtiéndose muchas de ellas en atractivo turístico donde se celebran múltiples actividades de interés.

La industria envasadora ha ganado en eficiencia, se encuentra muy concentrada, habiendo ganado poder de negociación frente a sus compradores nacionales e internacionales. Las marcas españolas son ampliamente reconocidas en los mercados mundiales. Además, se ha producido una gran integración vertical en la cadena, ejerciéndose de esta manera un mayor control de todos los procesos en aras de ofrecer al consumidor un producto con los mayores estándares de calidad y de seguridad.

El consumidor ha variado sustancialmente sus hábitos de compra, realizándolas principalmente -excepto las generaciones más adultas- desde el sistema de inteligencia artificial que posee en su cocina, el cual le sugiere, ya desde hace años, sus necesidades alimenticias en función de su genoma. El aceite de oliva es un producto que figura en todas las recomendaciones nutricionales y es habitual verlo asociado con adjetivos como cardiosaludable.

En 2050 celebramos -cómo no- una nueva edición del Día Mundial del Olivo, constatando la gran evolución que ha experimentado el sector y sintiéndonos muy orgullosos de lo mucho que ha contribuido a la dinamización económica de nuestro país. ¡Felicidades!



RED DE ALMACENES



📍 Atarfe

📍 Baena

📍 Beas de Segura

📍 Espeluy

📍 Lucena

📍 Marchena

📍 Martos

📍 Montoro

📍 Mora

📍 Puente Genil

📍 Villafranca
de los Barros

Una certificación pionera y diferente: recuperando biodiversidad y transformándola en rentabilidad

LIFE Olivares Vivos+

Durante años, agricultores, conservacionistas y científicos de la Universidad de Jaén y del CSIC, coordinados por SEO/BirdLife, hemos trabajado de manera conjunta para construir Olivares Vivos, el modelo de agricultura que recupera biodiversidad y la transforma en rentabilidad. Gracias al programa LIFE Olivares Vivos, hemos llevado a cabo el estudio más importante sobre la flora y la fauna de un cultivo jamás realizado en todo el mundo, que conllevó millones de horas de trabajo, el registro de centenares de miles de datos o la publicación de decenas de artículos científicos. Y ha sido sobre esta enorme base sobre la que levantamos la única certificación en Europa para un producto agroalimentario que garantiza la recuperación real de la biodiversidad, basada en un esquema agroambiental sustentado sobre tres pilares: la gestión sostenible de la cubierta herbácea, la revegetación de espacios improductivos y la instalación de elementos de apoyo a la fauna silvestre. En definitiva, demostramos que la reconciliación de la flora y la fauna con la actividad agrícola era posible y que, además, generaba un gran beneficio al olivarero.

Gracias a Olivares Vivos, la recuperación de la biodiversidad del olivar conlleva la restauración de los servicios ecosistémicos. ¿Los beneficios? Entre otros, un suelo más fértil, mayor aprovechamiento del agua de lluvia, menor tasa de erosión, más nitrógeno para el olivo o un mayor control natural de plagas. De hecho, se ha cuantificado que, para obtener la misma producción, los Olivares Vivos necesitan hasta un 22% menos de fitosanitarios y fertilizantes.



A ello se suma que estas fincas pueden acogerse a nuevas ayudas, como la de los eco-regímenes o las intervenciones de desarrollo rural de la PAC.

Pero, sobre todo, Olivares Vivos, gracias a la certificación y a su sello, está integrando el valor añadido que supone la recuperación real de la biodiversidad en los aceites de oliva. Un sello reconocible que diferencia a los AOVEs de calidad producidos en olivares de calidad. Los estudios sobre el comportamiento del consumidor realizados por la Universidad de Jaén han puesto de manifiesto la tendencia creciente de quienes apuestan por productos certificados que protegen la naturaleza, porque sin biodiversidad no hay sostenibilidad. Del mismo modo, los canales de distribución internacionales muestran un gran interés por comercializar productos agroalimentarios sostenibles y reconciliados con la naturaleza, siendo la certificación Olivares Vivos cada vez más demandada por los corredores de aceite.

Un trabajo científico al que se ha sumado la presentación del sello Olivares Vivos en ferias como Alimentaria, el Salón Gourmets o Expoliva. Y, junto al sello, también la de los aceites que lo portan. Y es que, durante todo el LIFE Olivares Vivos+, constituirán el eje central de

encuentros en los que se mezcla la biodiversidad del olivar y la mejor gastronomía. De hecho, centenares de personas ya han tenido la oportunidad de conocer y saborear la calidad de las marcas de AOVE producidos en olivares reconciliados con la vida.



olivares vivos

EL SELLO QUE DA VIDA A TU AOVE

OLIVAIS
RECONCILIADOS
COM A VIDA
ULIVETI
RECONCILIATI
CON LA VITA
ΕΛΑΙΩΝΕΣ
ΠΟΥ ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΟΥΝ
ΤΗ ΒΙΟΠΟΙΚΙΛΟΤΗΤΑ
AT ONE WITH
NATURE

www.olivaresvivos.com

inete

CON LA FINANCIACIÓN DE
LA COMISIÓN EUROPEA



COFINANCIADORES:



La senda del azar: un documental sobre la mayor revolución agrícola

Agromillora

La senda del azar es un documental que muestra cómo la apuesta de algunos valientes por renovar el modelo de cultivo del olivar transformó por completo el paradigma nacional e internacional, pasando de una plantación tradicional a una plantación en seto. El nuevo paradigma no sólo suponía una transformación tecnológica y productiva, sino que además la agricultura avanzaba hacia un modelo sostenible y amigable con el medio ambiente, como demuestra el balance positivo de su huella de carbono y la baja huella hídrica.

Hace más de 25 años nació una idea que llegaba para revolucionar la agricultura tal y como se conocía. Hoy, podemos decir que el resto es historia, una historia que parece no tener fin. Lo que al principio fue una apuesta de unos pocos “locos” ahora ya es un sistema completamente asentado. En la actualidad, el olivar en seto ya suma más de 500.000 hectáreas plantadas en todo el mundo. Cada año hay aproximadamente 50.000-60.000 nuevas hectáreas que pasan de un modelo intensivo a uno en seto y desde 2014 se ha convertido en el modelo de referencia.

Las plantaciones modernas son eficientes con los recursos, muy productivas y completamente mecanizadas. Esto permite obtener un aceite de altísima calidad con menores costes, generando beneficios incluso en años de precios bajos. Las nuevas variedades como lecciana, coriana, I-15 o sikitita 2 suponen el siguiente paso para el olivar en seto. Se trata de va-



riedades más productivas y con más contenido polifenólico, lo que se traduce en una mayor estabilidad del aceite y una mayor capacidad para su conservación. Estas variedades se adaptan a la perfección al seto, con plantaciones modernas, eficientes y rentables; al mismo tiempo que ofrecen aceites tipo picual, hojiblanca, coratina... -aceites con amargos, picantes, frutados, más o menos intensos-.

El consumo de aceite de oliva ha experimentado un crecimiento constante a lo largo de los últimos 45 años: desde los años 60 hasta hoy, un 21%. Las nuevas variedades para el olivar aportan un amplio abanico de opciones organolépticas que ofrecen alternativas para responder a este incremento y satisfacer a los distintos consumidores.



LA SENDA DEL AZAR





LECCIANA®

— LA VARIETÀ 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

Los mejores tractores, pulverizadores e implementos para cada tipo de olivar

Kubota

Kubota dispone de una amplia gama de tractores, pulverizadores e implementos perfectos para cada tipo de plantación de olivar. Así, para el olivar tradicional Kubota cuenta con tractores que destacan por su gran maniobrabilidad, confort y potencia; mientras que pone a disposición de las nuevas plantaciones en superintensivo su serie *M5002 Narrow*, que destaca por su excelente diseño compacto -ideal para maniobrar en hileras estrechas-, su gran desarrollo de potencia a la toma de fuerza y su velocidad, sin olvidar su versatilidad, seguridad, facilidad operativa y gran ahorro de combustible. Con un motor Kubota de 4 cilindros, cumple con la Fase V de emisión y está disponible en cinco motorizaciones que van desde 74 a 115 CV para afrontar con éxito cualquier tarea gracias a su potencia y rendimiento. Los cinco modelos que componen la serie son *M5-072N*, *M5-082N*, *M5-092N*, *M5-102N* y *M5-112N*.

En el caso del olivar tampoco conviene olvidarse del vehículo multiusos *Kubota RTV-X1110*, muy práctico y ren-



table para realizar tratamientos, revisiones del riego y apoyo en la recogida de la aceituna tirando de fardos y llevando herramientas. Entre los tractores más específicos de Kubota para el olivar destaca el Kubota M5-112 LP, diseñado para proporcionar la versatilidad de un diseño de perfil bajo combinada con las capacidades de un gran tractor. Su capó inclinado y con protecciones, junto con los guardabarros especialmente ideados para reducir los daños al cultivo, hacen que el tractor se adapte perfectamente a lugares con limitaciones en altura, giros reducidos y desniveles como los de los olivares tradicionales.

Para completar su amplia gama de pulverizadores, el modelo *XTA333* resulta ideal para olivares. Con capacidad de 1.000, 1.500, 2.000, 3.000 y 4.000 l., se trata de un pulverizador de alta gama que realiza tratamientos precisos, eficaces y eficientes en grandes explotaciones de cítricos y frutales, con una cobertura homogénea en el exterior e interior de los cultivos de mayor densidad foliar para el máximo control ante plagas y enfermedades.



Todos los pulverizadores para cultivos especiales de Kubota pueden equiparse con la tecnología H30 para ofrecer una digitalización óptima de los tratamientos. Gracias a esta tecnología, los pulverizadores están conectados de forma inteligente para realizar aplicaciones precisas en función del volumen de vegetación. La precisión de los pulverizadores *Kubota H30* para cultivos especiales permite una reducción de la deriva de hasta el 50% y de hasta el 25% en el uso de pesticidas.



Kubota

Juntos construyendo un legado

Hoy, **Día Mundial del Olivo**, Kubota se suma a la celebración de nuestro mayor tesoro agrícola. Nuestra gama de tractores y pulverizadores, especialmente diseñados para el olivar, es el resultado de años de dedicación a los agricultores y a la tradición de este incomparable cultivo.

Celebramos contigo este día y todos los que **junto a ti seguimos cosechamos un legado de excelencia.**



kes.kubota-eu.com / @kubotaspain / #kubota

For Earth, For Life
Kubota

Todolivo, cambiando el presente y futuro de la olivicultura mundial

Raúl Aguayo Corraliza
 Director general de Todolivo



Desde que en 1985 fundamos Todolivo, no hemos cejado en el empeño de mejorar y evolucionar la olivicultura, tratando de hacerla más rentable y sostenible, y contribuyendo a que los agricultores dispongan de un gran presente y un ilusionante futuro con el que afrontar los grandes desafíos de un mercado cada vez más globalizado y competitivo.

En las últimas décadas hemos realizado dos grandes innovaciones que están cambiando el presente y futuro de la olivicultura mundial. La primera de ellas es el olivar en seto de marco amplio, una evolución del olivar superintensivo fruto de la investigación que venimos realizando desde hace 28 años que supone un gran cambio y avance en la olivicultura en seto. Este sistema permite a los agricultores producir una mayor cantidad de aceite por hectárea, tanto en secano como en riego, haciéndolo además de una forma más rentable y sostenible que el olivar superintensivo.

Y es que, al utilizar un menor número de plantas, no sólo se reduce la inversión, sino también los gastos de manejo de cultivo, disminuyendo el consumo de insumos y recursos naturales, la recolección y la poda, que se sitúa en torno a los 200 euros/ha. en secano y 250 euros/ha en riego. Esta mayor amplitud posibilita además una mejor insolación del seto y la calle, permitiendo aplicar un tipo de poda natural, muy sencilla y económica, inspirada en la realizada en los olivos tradicionales, que posibilita que los olivos crezcan y se desarrollen de una forma natural, sin estorbarse unos con otros, favoreciendo el desarrollo del follaje productivo en su interior y logrando que las ramas queden bien insoladas y aireadas, lo que permite captar de una forma más eficiente la radiación solar percibida; así como

que la maduración de los frutos sea más homogénea y los agricultores puedan alcanzar en sus explotaciones unos rendimientos y producciones más elevadas, además de una mayor regularidad en sus cosechas.

La segunda innovación tiene que ver con la mejora varietal. En 2007 iniciamos un exitoso Programa de Mejora Genética a través del cual hemos obtenido un grupo de 19 variedades de última generación que han superado a sus padres en productividad y rendimiento graso, permitiendo su adaptación a diferentes realidades agroclimáticas y con las que los agricultores van a poder incrementar y mejorar la rentabilidad de sus fincas, así como producir excelentes y diferenciados AOVes.

Un grupo de ellas han superado a sus padres en riego, otras en secano y algunas de ellas lo han hecho en ambos. De entre ellas, las hay con diferentes desarrollos vegetativos; pequeñas, grandes y medianas; otras con elevados rendimientos grasos y maduración temprana; otras de floración tardía; algunas de maduración extra temprana; y un grupo numeroso de ellas muestran una alta resistencia a la sequía. Asimismo, todas son muy productivas -más que sus padres- y de ellas se obtiene un tipo de aceite de singulares características organolépticas que permiten configurar una amplia paleta de sabores y aromas diferentes entre los que el agricultor podrá elegir cuál o cuáles producir.

En resumen, dos grandes innovaciones de gran calado que van a permitir una olivicultura más rentable, sostenible y competitiva, así como producir nuevos y diferenciados AOVes con los que atraer y conquistar nuevos consumidores, posibilitando incrementar la cuota de mercado de esta maravillosa y saludable grasa vegetal, única en el mundo.

Todolivo

I-15^P



*La nueva variedad que revoluciona
la olivicultura mundial*

Idónea para Olivar en Seto - Elevado rendimiento graso temprano - De alta y constante capacidad productiva
Fácil y económico manejo - Apta para secano y riego - Tolerante a enfermedades - Excepcional AOVE



*Nunca antes cosechar
temprano fue tan rentable*



*¿A qué esperas para
plantarla?*



El sector del olivar y del aceite de oliva, las cooperativas y el consumidor en 2050

*Eduardo Valverde
Gerente de SCA San Sebastián
(Conde de Benalúa)*



Teniendo en cuenta lo vivido en los últimos 35 años en este sector, adivinar lo que sucederá en los próximos 27 no se antoja algo imposible. Para ello debemos considerar algunos factores a mi juicio determinantes y tratar de responder a las siguientes cuestiones, relativas a la Inteligencia Artificial (IA), el agua, la gestión del stock y el consumidor: ¿Estarán preparadas las explotaciones de olivar, las almazaras y las cooperativas españolas para aplicar la IA? ¿Tendremos agua suficiente? ¿Será España capaz de imitar a Portugal o Israel en lo relativo a la gestión del agua? ¿Quién liderará la gestión del stock? ¿Seguirá España dominando la tendencia en los precios? ¿Se conformará el consumidor mundial con AOVE sin aditivos ni mezclas? ¿Seguiremos el camino de la leche?

En mi opinión, la IA seguirá cambiando nuestras vidas automatizando aún más los procesos, la información y la comunicación. Seguramente, el olivar superintensivo y las almazaras de gran dimensión estarán preparadas para aprovechar todas las ventajas y aspectos diferenciales que esto supone, como ya está ocurriendo: menor coste, más visibilidad, más información. Será un entorno cada vez más difícil para las pequeñas cooperativas españolas -que seguramente serán menos de las actuales 1.800-, de pocas empresas con un carácter más industrial y comercial, y productores de gran dimensión y costes muy eficientes.

El agua limitará las producciones y definirá qué explotaciones y comarcas siguen produciendo o no. Seguramente España no sabrá estar a la altura y seguirá buscando sostenibilidad sin agricultores. Por su parte, la gestión del stock será determinante para liderar la comercialización y la rentabilidad en ciclos superiores a cinco años. Con la cantidad de olivar que se está plantando en todo el mundo, es probable que España pierda el liderazgo, ojalá no sea así.

Y lo más importante, el consumidor, seguirá sofisticándose al calor del marketing, en un entorno global con propuestas por parte de las grandes multinacionales de nuevos productos dotados de propiedades funcionales, sabores, aromas y nuevas ventajas nutricionales. ¡El aceite será la leche!

En resumen, en 2050 tendremos menos productores de más dimensión y especialización, más sostenibles e integrados en modernas almazaras au-

tomatizadas, con instalaciones y bodegas concebidas para competir en un entorno global, y con capacidad para producir, almacenar y elaborar respondiendo a criterios de marketing que generen nuevos consumidores y nuevas formas de consumo.



AMA

**AMARGA Y PICA
IMPULSA LA EXCELENCIA
DEL SECTOR OLIVAR**

**1^{ER} PREMIO
CALIDAD**

Denominación de Origen Protegida
MONTES DE GRANADA



AND-C-13-203



ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA
COSECHA TEMPRANA ELABORADO
LOS PRIMEROS DÍAS DE NOVIEMBRE.

AMARGA Y PICA

AMA LA VIDA
AMA LO QUE TE HACE SENTIR BIEN, EL SABOR.
LO AUTÉNTICO, AMA LA TIERRA Y SU GENTE.
AMA EL DETALLE, LO SINGULAR, AMA CADA MINUTO.

MONTES DE GRANADA
DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



AND-C-13-203

BY CONDE DE BENALÚA

1.500 ML.


CB
CONDE DE
BENALÚA

AMARGA Y PICA

CONDEBENALUA.COM

El consumidor de aceites de oliva en el futuro: entre la digitalización, la búsqueda de experiencias y el compromiso social

Manuel Parras Rosa

Profesor del Instituto Universitario de Investigación en Olivar y Aceites de Oliva de la Universidad de Jaén



De los economistas, y yo lo soy, se dice que somos los que mejor predecimos el pasado, porque cuando decidimos ser adivinos erramos bastante. Yo voy a intentar dibujar cómo serán los consumidores de alimentos en general, y de aceites de oliva en particular, en el futuro. Vaya por delante, pues, que en mi condición de economista puedo equivocarme, pero espero que no demasiado.

A modo de preámbulo y justificación debo decir que me refiero a los consumidores de eso que llamamos países desarrollados y que a mí me gusta más calificar de países industrializados, si atendemos a cómo nos comportamos en relación a cuestiones como el cambio climático, la inmigración, etc. Creo que los consumidores tendremos un comportamiento dual. De un lado, seremos muy digitales: consultaremos plataformas tecnológicas; la Inteligencia Artificial nos orientará sobre nuestras decisiones, en función de comportamientos pasados; las empresas seguirán nuestras conversaciones para influir nuestras compras; imprimiremos comida en 3D; desarrollaremos la cocina molecular, que unirá gastronomía y ciencia; estaremos hiperconectados y amaremos la tecnología (consumidor 4.0); cocinaremos en directo a través de videos tutoriales; programaremos la cafetera para tener el café caliente justo al levantarnos; buscaremos canales de compra para ahorrar tiempo y dinero; contaremos con electrodomésticos y envases inteligentes; y recibiremos ofertas muy personalizadas por parte de distribuidores y productores, etc.

Y, por otro lado, seremos muy experienciales y buscaremos alimentos que involucren los sentidos. Y en este escenario futurible, el consumo del AOVE se moverá más en el segundo de los comportamientos que en el primero.

Seremos consumidores 4.0, pero, sobre todo, buscaremos una experiencia sensorial, nos gustará compartir y consumir un gran AOVE en compañía de nuestros amigos; disfrutar hablando sobre las mejores variedades y maridajes; visitaremos olivares y almazaras para conocer y reconocer a quienes nos hacen disfrutar con sus zumos; querremos recuperar la “cocina de la abuela”, revalorizando nuestros aceites y recetas tradicionales para preservar la identidad de los pueblos y la protección del patrimonio oleícola; buscaremos la autenticidad, etc.

Además, seremos cada vez más conscientes de que las decisiones que tomamos en el supermercado o en las plataformas tecnológicas tienen consecuencias porque premiamos y castigamos a unos u otros productores. Demandaremos productos seguros, éticos, naturales, en armonía con el medio ambiente, y desperdicio cero; buscaremos estar más cerca de la naturaleza y ello se traducirá en una relación mucho más directa entre las empresas productoras y los clientes finales.

Y, finalmente, proliferarán las marcas de los consumidores que establecerán contacto directamente con los productores, también de aceites de oliva de calidad, para conocer qué precio es el justo para que puedan seguir haciéndonos disfrutar y obtengan unas rentabilidades que les permitan vivir y progresar en sus negocios. Seremos cada vez más conscientes de que somos parte del cambio.

En definitiva, nos encontraremos con un consumidor dual, digital y experiencial que, paradójicamente, a medida que aumenta la digitalización se refugiará más en el pasado, tratando de aferrarse a unas experiencias que añora a las que no quiere renunciar y que difundirá, eso sí, en redes sociales.



CAJA RURAL

SOLVENCIA, SOLIDEZ Y FUTURO

**Desde siempre junto al olivar,
donde están nuestras raíces.
Apoyando proyectos innovadores
y el crecimiento sostenible.
Comprometidos con su gente.**

**SOCIALMENTE
RESPONSABLES**

Más de 170 oficinas a su servicio



Sultana: 10 claves para el futuro del olivar de alta densidad

BALAM Agriculture



En el mundo del olivar, una nueva variedad llamada a transformar el panorama del mercado está generando un revuelo sin precedentes: sultana. La colaboración entre BALAM Agriculture y la Universidad de Córdoba, específicamente su Grupo UCOLIVO, ha sido clave para descubrir -de entre miles de genotipos en estudio- su potencial. Tras la firma de un acuerdo firmado el pasado mes de febrero, BALAM Agriculture posee la exclusividad en la comercialización y multiplicación de esta variedad durante los próximos 30 años. Una alianza público-privada que ha sido fundamental para el éxito de sultana, destacando la confianza mutua, la profesionalidad de los actores involucrados y el nivel de excelencia de los investigadores como pilares esenciales en este importante logro.

Pero, ¿qué hace tan excepcional a sultana? Sultana es el resultado del cruce de la variedad arbosana como parental femenino y sikitita como parental masculino. A su vez, sikitita es el resultado de otro cruce entre las variedades picual y arbequina; lo que convierte a sultana en la primera variedad que posee lo mejor de las tres.

Sultana supera en producción al resto de variedades disponibles en el mercado ya desde sus primeras cosechas. Esta variedad destaca por su maduración muy temprana, permaneciendo en envero más tiempo y sin riesgo de caída, lo que amplía el plazo de recolección. Además, tiene una precoz entrada en producción y supera en rendimiento graso a todas las variedades usadas en alta densidad. Por su porte llorón y bajo vigor, sultana es idónea para el cultivo en alta densidad. La estruc-

tura del árbol hace que tenga muy poca necesidad de poda y no precisa de *topping*. Su recolección es más eficiente porque posee el fruto de mayor tamaño que el resto de las variedades utilizadas para el seto en seto. En su recolección mecanizada, el fruto se desprende con facilidad y el árbol no sufre daños por la flexibilidad de sus ramas. Además, la velocidad de recolección es alta, reduciendo los costes derivados de esta acción. Sultana posee tolerancia al frío y su aceite, de excelente calidad, es muy valorado organolépticamente.

Por tanto, son 10 las características distintivas de sultana que han posicionado a BALAM Agriculture a la vanguardia del sector, consolidándola como la elección indiscutible para explotaciones en alta densidad: mayor productividad, maduración temprana, envero de larga duración y sin caída, amplio periodo de recolección, elevado rendimiento graso, fruto de mayor tamaño, reducido vigor, menores costes de poda, resistencia al frío y excelente aceite -complejo, frutal y con matices herbáceos-.

Entre todos los agricultores que ya han tenido la ocasión de conocerla de cerca, existe consenso acerca de que sultana va a marcar un antes y un después en el mercado y que todo aquel que apueste ahora por ella contará con una ventaja competitiva en el futuro. En definitiva, sultana emerge como un faro de innovación en el olivar de alta densidad, ofreciendo un horizonte prometedor para el sector gracias a su excepcional calidad y características sobresalientes que prometen transformar la industria del aceite de oliva.

SULTANA

BALAM AGRICULTURE

La evolución del origen

 Mayor productividad

 Maduración temprana

 Envero de larga duración y sin caída

 Amplio periodo de recolección

 Alto rendimiento graso

 Fruto de mayor tamaño

 Reducido vigor

 Menores costes de poda

 Resistente al frío

 Excelente aceite



sultana.balam.es

BALAM
| AGRICULTURE |

¿Cómo serán las variedades del futuro?

Grupo UCOLIVO. Departamento de Agronomía de la Universidad de Córdoba

Actualmente, la olivicultura tradicional convive con sistemas de cultivo más intensivos y tecnificados en los que la demanda de mano de obra se ve reducida. En ambos sistemas, el papel de las variedades de olivo ha sido clave para su manejo, productividad y distinción en los mercados.

En las últimas décadas, el desarrollo y expansión del olivar superintensivo ha sido arrollador debido a su rentabilidad y facilidad de manejo. Este sistema ha impulsado una revolución en la mejora del olivo para la obtención de nuevas variedades de bajo vigor, adaptadas al cultivo en seto. Así, mientras que hace 15 años era casi imposible imaginar un sector demandante de nuevas variedades, actualmente nombres como sikitita, sikitita-2 o sultana son una opción de cultivo sólida y atractiva para los productores. En el programa de mejora de olivo de la Universidad de Córdoba, las nuevas variedades para el olivar superintensivo han sido seleccionadas por su elevado rendimiento graso -superior a arbequina y arbosana- y productividad, pero también por su bajo vigor, con el objetivo de minimizar las necesidades de poda, y así facilitar el manejo de la plantación.

Desde el Grupo UCOLIVO de la Universidad de Córdoba consideramos que las variedades del futuro deben ser productivas, pero también constituir una pieza fundamental para garantizar la rentabilidad



y sostenibilidad del sistema. El primer reto para el desarrollo de las nuevas variedades deberá ser la eficiencia en el uso de un recurso clave como es el agua. Igualmente, la resistencia a enfermedades es esencial en un contexto de recortes progresivos del uso de pesticidas. Por tanto, las nuevas variedades de olivo deben jugar un papel clave en la reducción de insumos, contribuyendo de forma decisiva al aumento de la rentabilidad del olivar y su sostenibilidad.

Por último, pero igualmente importante, las variedades del futuro deben destacar por su diversidad. Los consumidores demandan progresivamente aceites con características variadas para poder elegir. Perfiles sensoriales distintos, atractivos, pero también saludables gracias a sus perfiles concretos de ácidos grasos y fenoles, que refuercen la estabilidad y el carácter del AOV como alimento saludable y pilar fundamental de la Dieta Mediterránea.

Las variedades de olivo del futuro deben enraizar en un medio que garantice la conservación, caracterización y cultivo de las variedades tradicionales ya que, sin ellas, la mejora genética no sería posible. En definitiva, las nuevas variedades de olivo deberán ser capaces de responder a los retos y oportunidades que plantea el futuro, contribuyendo de manera crucial a la rentabilidad, sostenibilidad y adaptación al cambio climático del sector oleícola.



Oliva[®] Top

PROTECCIÓN
de **ORO**
frente al REPILO



Oliva[®] Top

syngenta[®]



Mantén el control, elige Tecnología OLIVA[®]TOP Probada.

Tecnología OLIVA[®]TOP Probada es el sello que garantiza a los agricultores que el fungicida que tienen en sus manos ha sido testado durante 20 años y se ha convertido en récord de ventas gracias a su rendimiento y calidad superior.

Este sello es la garantía de calidad e innovación que solo pueden ofrecer los productos Syngenta.

© 2023 Syngenta. Todos los derechos reservados. [™] y © son marcas comerciales del Grupo Syngenta. Use los productos fitosanitarios de manera segura. Lea siempre la etiqueta y la información sobre el producto antes de usarlo.

Cuéntamelo otra vez, abuelo

José María Penco
 Director de AEMO y del Concurso EVOOLEUM

Son las nueve de la noche en el ocaso de un gélido día de abril. Ante un refractario solar y bajo la copa de un gran olivo, María conversa con su abuelo Lucio.

- Abuelo, cuéntamelo otra vez. ¿Es verdad que hace años las noches de abril eran templadas?

- Es cierto María, hace sólo dos décadas, cuando tú todavía andabas a gatas, en esta época la trama del olivo ya comenzaba a distinguirse en las ramas... y eso ocurría año tras año.

- No me lo puedo creer abuelo, ¡todas las campañas igual! Entonces la agronomía sería más fácil.

Comienza la primavera de 2040, y una vez más la incertidumbre de cada año se manifiesta en los partes meteorológicos. Tocó una primavera fría y seca, la anterior fue también seca pero muy cálida, la otra llovió copiosamente y las temperaturas máximas no superaron los 15° C... Todos los científicos coinciden: el cambio climático trajo, ante todo, la incertidumbre, y ahora la única certeza es la variabilidad del clima en cada estación.

En este escenario, los cultivos leñosos como el olivo se han vuelto materialmente locos y la fenología de la planta simplemente responde como puede a la lotería de cada año... la consecuencia son cosechas absolutamente inciertas que cotizan en los mercados de futuros, convertidos en auténticas casas de apuestas.

Mientras nieta y abuelo conversan frente a una fría cena gentilmente servida por un robot *Made in China*, el plasma 9HD emite el telehorario de las once... y es que desde hace ya algunos años el telediario cambió su nombre, ya



que se emite cada hora al unísono en todos los dispositivos digitales, móviles y fijos. La razón es que la población debe consultar cuál será el tiempo cambiante en los próximos 60 minutos para planificar así sus salidas.

Pero no todo son malas noticias. En la contraportada del telehorario, en la última del día, anuncian que otro país asiático vuelve a incrementar el consumo de aceite de oliva en dos litros per cápita... “Corea se rinde al oro líquido” es el titular que hace sonreír al abuelo con una mueca de póker en su arrugada cara.

- María, ¿te das cuenta? El precio del aceite de oliva seguirá en alza, porque es un bien limitado y cada vez más deseado.

- ¡Y lástima, abuelo, que desapareciera la otra Corea...!

María tiene 22 años y acaba de obtener su grado en la Universidad Verde de la Fundación Savia. Se graduó en Ingeniería Agroclimática, una nueva especialidad creada allá por 2023, cuando los devenires del clima terminaron de cambiar la agricultura tal y como se había conocido en el último siglo. Ahora los ingenieros agrónomos trabajan en nuevas variedades adaptadas al caos, en la gestión imposible de los escasos recursos hídricos y en caros y sofisticados métodos de control de temperaturas a ras de cultivo.

Por muchos drones perfectamente equipados que surcan, analizan y tratan los cultivos, por más análisis telemáticos basados en imágenes satélite e infrarrojas, lo único cierto y realmente relevante es la incertidumbre de las estaciones, y ésa es la variable más importante para condicionar la cosecha cada año, y el auténtico caballo de batalla.

Dicho esto, hablemos de medias. El sector mundial se

mueve en unas cosechas de cinco millones de toneladas de aceite de oliva por campaña, de las cuales España produce en torno a 2,5, es decir, sigue manteniendo su cuota del 50% de la producción mundial. Y ello a pesar de los proféticos augurios, porque aunque en el mundo se plantaron nuevas y vastas superficies, nuestro país también creció hasta las tres millones de hectáreas de olivar, pero, sobre todo, se reconvirtieron hasta un millón de hectáreas de olivar tradicional que pasaron a cultivo de alta densidad multiplicando sus producciones.

Hoy día, en el olivar español conviven 600.000 hectáreas de olivar de montaña, 1.650.000 ha. de olivar de alta densidad (intensivo y seto) y 750.000 ha. de un olivar tradicional de baja pendiente que se resiste a la reconversión, que se ha reinventado y que convive con el anterior. Por tanto, un 75% de la producción de nuestro país proviene ya de cultivo de alta densidad, mientras que un 25% se reparte entre la montaña y el tradicional estoico -esto es, los números se han invertido respecto a los que existían 20 años atrás-.

En cuanto a los nuevos países productores, y en contra de lo que se auguraba hace dos décadas, las nuevas plantaciones crecen en Francia, Alemania y Reino Unido, donde el calentamiento global está permitiendo que el olivo vegete,

florezca y fructifique... Y esto, en contra de lo que se podría pensar, ha beneficiado a los países tradicionalmente productores como España, Italia y Grecia, puesto que se ha desatado una auténtica fiebre de consumo en nuestros socios europeos, entusiasmados por los beneficios saludables y por sus nuevos y bellos olivares. España exporta dos millones de toneladas y consume medio millón. Hay balance, existe equilibrio y, por tanto, hay precio.

Pero la clave está en las calidades. España lo comprendió y produjo en los últimos cinco años hasta un 85% de virgen extra. Recolecciones tempranas, higiene absoluta, selección de materia prima, empleo de bajas temperaturas... calidad, calidad y calidad. Nuestro sector afortunadamente lo entendió y nuestro aceite triunfó, porque ésa era la única salida.

Por otro lado, la producción ecológica se ha impuesto definitivamente en cierto olivar de nuestro país: hasta un 90% de la superficie de cultivo tradicional y de montaña apostó por esta opción y está siendo su tabla de salvación. No quedaba otra que obtener un valor diferencial para sufragar sus mayores costes, y los olivareros tradicionales lo comprendieron. La receta se basa en unos ingredientes muy claros: variedades autóctonas, calidad diferencial, manejo

INSCRIPCIONES ABIERTAS
en firaoli.cat



27^a FIRA de l'OLI



QUALITAT VERGE EXTRA

TRADICIÓ · INNOVACIÓ · CULTURA DE L'OLI
TRADICIÓN · INNOVACIÓN · CULTURA DEL ACEITE

del 19 al 21 de enero de 2024
Les Borges Blanques



sostenible, ecología... todo ello envuelto en la esencia de la tierra, en la cultura del aceite, en la autenticidad de los pueblos, en la gastronomía virgen extra, e incorporado al oleoturismo como un concepto integral. Un mensaje que ha triunfado en el consumidor urbano y en el turista exterior: si quieres disfrutar de ese zumo auténtico ligado a nuestra cultura mediterránea, ven al pueblo, descubre cómo producimos, pasea por nuestro mar de olivos, recolecta nuestra aceituna con tus manos y llévate nuestro oro líquido. Te vendemos la experiencia, lo vivirás en primera persona y nuestro virgen extra regará tus comidas todo el año. Salud y cultura en tu mesa. Volátiles, equilibrio y frutados en tus platos. Vivirás más y vivirás mejor. Tanto es así que la Fundación Savia, emblema de la biodiversidad y de la agricultura sostenible en Occidente, ha proclamado este año al olivar ecológico español como el adalid de la agricultura europea.

Por otro lado, los olivos de alta densidad españoles, adaptados a una producción sostenible e integrada, se mueven en producciones cercanas a los 1.600 kilos de aceite por hectárea. Son competitivos en el mercado internacional y constituyen el caudal de salud que España brinda al mundo, porque nuestro país es la almazara global y porque el aceite de oliva virgen extra se ha erigido definitivamente como el rey de todas las grasas.

- Abuelo, a pesar del clima conseguimos salir adelante, lo estamos sabiendo vender.

- María, tuyo es el futuro, y de ti depende ahora que tus nietos también sean los olivicultores del siglo XXII.

El campo, por un lado, se está sabiendo adaptar a los sistemas de cultivo racionales y de alta densidad desarrollados

en nuestro país, así como a los vaivenes climáticos derivados del calentamiento global. Por su parte, los olivares tradicionales no reconvertidos y los de montaña irreconvertibles están sabiendo vender sus valores diferenciales para sobrevivir, pero... ¿y la transformación de la fruta en el zumo, ha evolucionado en los últimos 15 años?

Efectivamente, ahora el sector transformador español, cooperativas e industriales, acompaña al campo y lo hace comenzando por un punto absolutamente crítico: el momento óptimo de recolección. Afortunadamente, ya pasaron a la historia las largas y duras asambleas y reuniones donde los estoicos técnicos intentaban convencer a los olivareros de los beneficios de la recolección en el momento óptimo de maduración. Unos antes y otros después, acompañados por el cambio generacional y por la profesionalización de las explotaciones, comprendieron las ventajas de la recolección en octubre, noviembre y diciembre. Y ahora ya es una realidad.

Y así, por primera vez en España, el 31 de diciembre de 2029 se dio por concluida oficialmente la campaña de recolección antes del Año Nuevo. Ciertamente días después se conoció que a un orgulloso olivarero de Antequera le restaba por recolectar media fanega de hojiblanco... el pobre hombre solicitó que no se desvelase su nombre y se comprometió a no repetirlo al año siguiente. La prensa, aunque se hizo eco de la noticia, fue clemente y se limitó a publicar sus iniciales: R.I.P.

Una vez recolectado el fruto es inmediatamente conducido al molino, donde afortunadamente la apuesta por la calidad también es una realidad, y las almazaras se han transformado en los últimos años espoleadas por los cambios tecnológicos y por los sorprendentes desarrollos de los fabricantes de maquinaria y automatismos.

Hoy, los patios de recepción de las almazaras ya son inteligentes. Tras descargarse en las tolvas de recepción, y mediante sofisticados lectores a través de imagen y tecnología NIR, el fruto se autoclasifica en diferentes tolvas. Los molinos de acero inoxidable son ahora menos violentos y revolucionados, ya no martillean, sino que transforman el fruto en masa mediante amplios rodillos estriados de bajas revoluciones pero gran desarrollo y potencia, de forma que no se airea la masa ni se pierde el más mínimo atisbo de volátiles.

La masa llega fresca a los modernos y rápidos sistemas de acondicionamiento de masa previa a la centrifugación -antes termobatido-, constituidos por tuberías tubulares dentro de las cuales se controla de forma milimétrica e inteligente la presión, la temperatura y el tiempo de conducción.

El aceite saliente del decánter, en continuo y sin pausa, es inmediatamente centrifugado y lavado. Bajo el caño de ese zumo limpio y de forma inmediata encontramos un sistema automático de filtrado que impide que el aceite conviva el más mínimo tiempo con la humedad e impurezas. El aceite se deposita ahora en decantadores impolutos de bajo volumen donde nuevamente un NIR y un espectrómetro combinado analizan sus características organolépticas y deciden destino en bodega.

María y su abuelo miran al cielo, adivinando las estrellas entre las ramas del olivo milenario de Casabermeja...

- Abuelo, ¿por qué cada vez que nos cobijamos bajo este olivo siento una energía especial? Nunca lo he entendido, pero de este árbol emana una fuerza descomunal.

- María, este olivo fue plantado allá en el siglo XVI, cuando cristianos y musulmanes lidiaban en la Axarquía... fue plantado por un joven cristiano y su enamorada, la hija del emir, como promesa de amor eterno. La savia viva recorre sus venas desde hace más de 500 años, estás recibiendo la energía del padre de todos los árboles, y no olvides que tuya y de tu generación es la responsabilidad de que perdure otros 500 años más. Reconozco que no os lo hemos puesto fácil, os hemos dejado un planeta roto por el clima, agotado de recursos y cansado... pero estoy seguro de que vosotros lo recuperaréis. Por eso, cariño, cuenta con la inagotable energía de este eterno olivo, que es la mismísima energía de la naturaleza.

Y María, tranquilizada por las palabras de su abuelo y sintiéndose protegida por el inmenso tronco del viejo Olivo Carnicero, se quedó dormida sumergiéndose en el mundo de los sueños, del sueño de crear un planeta mejor.



MANZANO
Flottweg



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

WWW.CALDERERIAMANZANO.NET

El comercio del aceite de oliva en 2050

Álvaro Olavarría Govantes
 Director gerente de Oleoestepa, S.C.A.



Dibujar hoy cómo puede ser el cultivo del olivar y el comercio del aceite de oliva en el año 2050 no es fácil, aunque sí quisiera pensar que algunas variables tendrán mucho protagonismo. Una de ellas es la salud y otra, la resiliencia del olivar ante eventos climáticos extremos, y en ambos casos su resultado dependerá de un factor crucial, la variedad de aceituna.

No es fácil predecir el futuro del sector del aceite de oliva a 26 años vista porque al menos yo no consigo abstraerme de los acontecimientos más recientes vividos como consecuencia de la climatología. Cinco años seguidos de sequía, y los dos últimos años con temperaturas anormalmente altas en fechas muy críticas para el olivar -como es el momento de la floración-, han marcado para siempre a todos los olivares que lo hemos vivido y a buena parte de los profesionales de la cadena de valor del aceite de oliva que han padecido sus consecuencias. De modo que pienso en un escenario futuro con ciclos más o menos largos de un clima seco con temperaturas puntualmente altas que reducirán las producciones en el olivar, alternando con años de grandes cosechas gracias a periodos más lluviosos y condiciones climáticas favorables para el olivar. Esto conllevará una mayor volatilidad de precios en origen que, siendo consustancial al aceite de oliva por esta alternancia de bajas y altas producciones, se agudizarán, requiriendo de políticas de Estado y estrategias empresariales de autorregulación del mercado.

De otro lado, el nuevo olivar que hoy busca mayor productividad y competitividad, a la vez que resolver el grave problema existente de mano de obra -especialmente para las tareas de recolección de aceituna-, ya está investigando nuevas variedades de olivos adaptadas al cambio climático y para entonces dispondremos por tanto de nuevos perfiles de aceites de oliva. Estas variedades procedentes del cruce de patrones para la obtención de mejoras genéticas más re-

sistentes al impacto medioambiental estarán especialmente adaptadas a su cultivo en secano.

La producción en el mundo quedará polarizada entre grandes extensiones de olivar en seto con disponibilidad de agua y nuevas variedades de olivos mejoradas, bien adaptadas a cada suelo y clima, y resistentes a enfermedades. Por otra parte, y dependiendo de la orografía y tamaño de la explotación, continuaremos encontrándonos con un olivar intensivo en expansión, un olivar tradicional en regresión y, por último, un olivar de montaña altamente subvencionado con las variedades autóctonas protegidas de cada región de Europa.

El aceite de oliva virgen extra, con su alto valor nutritivo, se reconoce hoy como la grasa más saludable y será para entonces muy apreciado y demandado mundialmente como alimento funcional. Ello constituye la principal palanca comercial que, gracias a este incalculable valor añadido en beneficio de la salud, le encumbrará al primer puesto en volumen de comercialización dentro de la familia de los aceites de oliva. Para ello será necesario que estas nuevas variedades de olivos investigadas no sólo estén muy bien adaptadas al cultivo en situaciones de clima extremo, recolección mecanizada, productividad, etc., sino que a la vez permitan la obtención de AOVEs ricos en ácido oleico que, junto a los compuestos minoritarios, permitan una estabilidad oxidativa que alargue su vida útil y aseguren un perfil sobresaliente en sus características organolépticas.

Los compuestos fenólicos y el análisis sensorial serán los dos parámetros que determinarán el precio en las transacciones comerciales de los aceites de oliva vírgenes extra. Este ensalzamiento de la calidad virgen extra Premium y su reconocimiento por parte de los consumidores de todo el mundo aportarán un valor económico diferencial merecido y demandado durante décadas por los oleicultores.

Magusa, tu mano derecha desde 1975

Con más de 45 años de experiencia en el sector oléicola, Magusa te ofrece una solución integral a tus necesidades. Una atención personalizada en tu proyecto, a través de nuestro departamento de I+D+i junto con nuestro equipo de ingenieros, llevará tu proyecto a la excelencia, asegurando un seguimiento de la producción en nuestras instalaciones y sin intermediarios.

Tu proyecto, llave en mano, lo encontrarás en Magusa.

*Servicio posventa y asistencia 24 horas.



Nos encontrarás en:

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

MAGUSA
maquinaria oléicola



®

El catador del futuro

Alfonso J. Fernández
Empresario, gastrónomo, experto catador y sumiller



Mucho se ha avanzado en las últimas décadas en el análisis sensorial del aceite de oliva virgen. Si bien la herramienta sigue siendo el catador, se conoce y se sistematiza mucho mejor que antes. Esto no dejará de evolucionar, la ciencia que tenemos a nuestro alcance nos dará mucha más capacidad de analizar sensorialmente los maravillosos aceites de oliva vírgenes extra. La neurociencia nos ayudará a determinar qué individuos están más capacitados para la cata, nos indicará el momento adecuado para realizar las mismas o cuándo se llega a la fatiga sensorial transcurrido un cierto número de muestras. Quizás, incluso, habrá dispositivos que, conectados a nuestro cerebro, ayuden al catador a potenciar, procesar e identificar mucho más claramente los atributos del aceite de oliva virgen extra. No hablamos de un catador biónico, pero quizás sí de un catador altamente entrenado y con apoyo externo de neuroconectores e Inteligencia Artificial (IA) que permitan la expresión auténtica del catador en lo que al aceite se refiere, maximizando la cantidad de aromas que pueda percibir.

Al ser el aceite de oliva un ingrediente, su integración en el plato será la máxima expresión que alcanzará; la combinación de IA y entrenamiento global en cocina hará del catador una máquina cuasi perfecta a la hora de encontrar las mejores combinaciones que maximicen la combinación de los aromas y sabores del aceite y su receta.



Si el futuro de la cata es la biónica, ¿será entonces la máquina o la IA quien comande la cata? Quizás a muy largo plazo, pero sólo cuando una máquina pueda sustituir la sensibilidad y complejidad del cerebro humano y sus periféricos, en este caso el sentido del olfato y, sobre todo, el retro-olfato, que tan alta capacidad ha conseguido en estos pocos miles de años de evolución como omnívoros. Son tan leves las moléculas aromáticas -se miden en partes por millón- y tantas sus combinaciones para construir un aroma -cientos de ellas- que se antoja harto complicado que una sola máquina pueda, por el momento, sustituir al ser humano a la hora de describir la enorme cantidad de atributos positivos que nos regala el aceite de oliva virgen extra. Los aromas no son como los colores, los aromas necesitan una referencia, algo nos huele a... Y es que se basa en el recuerdo del catador y en su capacidad de asociar y emparejar los olores que almacena en su memoria olfativa. Olor a pera, a plátano verde o maduro -o incluso a su cáscara verde-, a hierba recién cortada o a cubierta vegetal -que tan leve es la diferencia-, a hierbas aromáticas como tomillo o tomillo limón.

El mundo de los aromas descriptores del aceite de oliva virgen extra es tan sutil y complejo que casi necesitamos la naturaleza vegetal para encontrar todos los descriptores que nos regala el zumo de aceituna, un regalo que todavía estamos explorando; la neurociencia y la IA nos ayudarán a descifrar y disfrutar mucho más los maravillosos y extensos perfumes que se expresan en los aceites de oliva vírgenes extra.

ICE Dop. Para los grandes aceites extra vírgenes.



ICE Dop de línea simple y funcional, se caracteriza por unas proporciones armoniosas. Con hombro delicado y cuerpo cilíndrico, se conecta a la base con un ángulo bien definido: un detalle de gran valor estético que hace único el contenedor. ICE Dop está dotada de boca Dop para asegurar la inviolabilidad del contenido y es producida en el característico color Verdetrusco®.

ICE Dop has a clean and simple design based on a balance of proportion between the soft shoulders and the body which transitions through a minimal radius to the base. The aesthetics give the container a unique look and feel.

ICE Dop has been designed with a Dop finish which provides tamper-evidence and an internal pourer for premium products. It is produced in our unique Verdetrusco® glass colour.



Los avances tecnológicos del sector para adaptarse a los gustos del consumidor en 2050

Chania S. Chagas

Socia y propietaria de Empório do Azeite, experta internacional, sommelier y consultora de aceites de oliva



El sector del aceite de oliva a nivel mundial está atravesando un período muy desafiante en términos de volumen de producción y costes en general. Aquí en Brasil también hemos lidiado con condiciones climáticas adversas que han ido modificando los pronósticos para cada cosecha. Estas cuestiones influyen directamente en el comportamiento de los consumidores, que se ven afectados por el aumento de los precios y también sufren las consecuencias de los cambios sensoriales en los productos debido a estas variaciones estacionales.

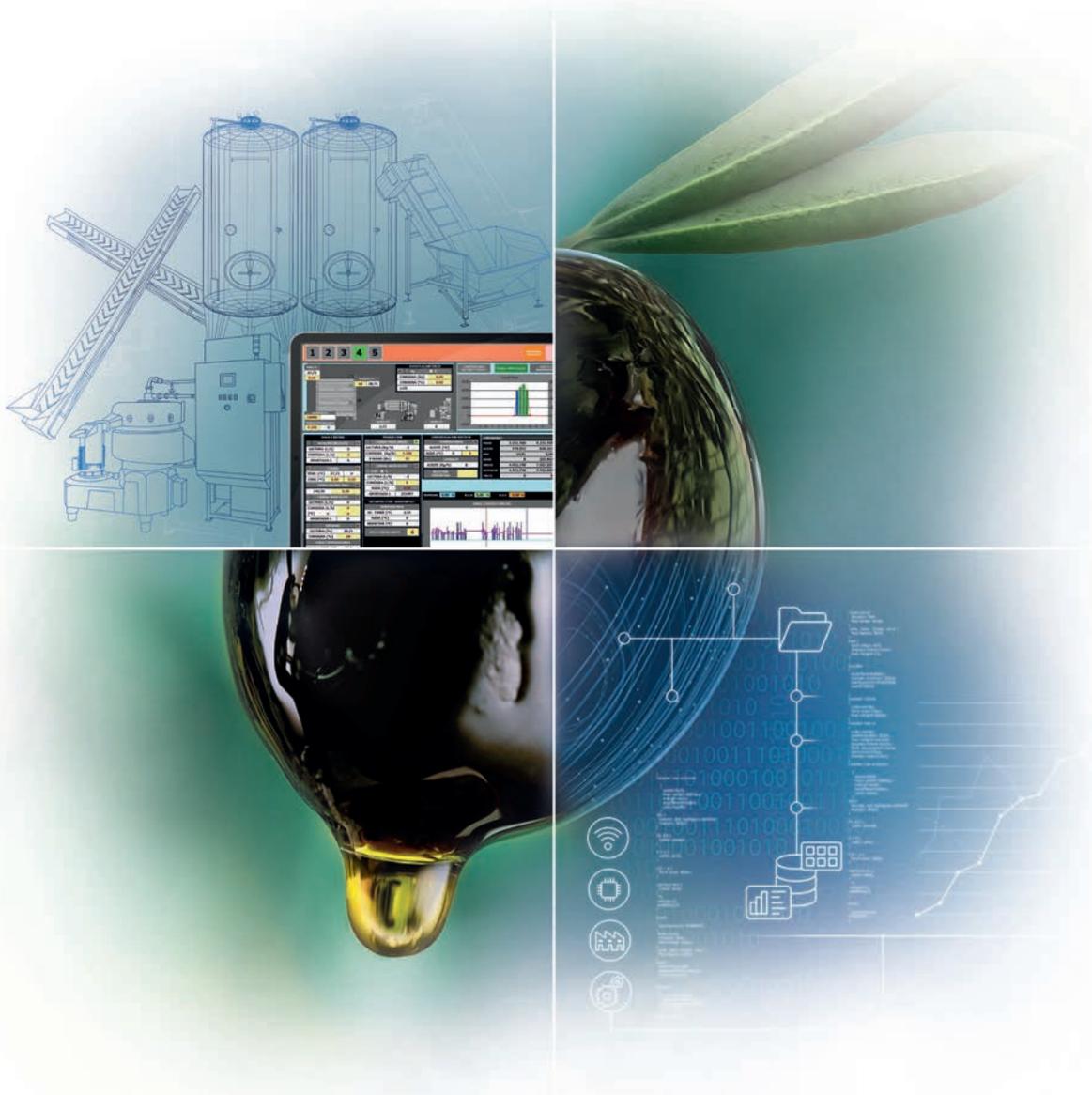
En este contexto, si utilizamos la creatividad, ¿cuáles serían realmente los avances que tendremos en el sector para el año 2050? Pues vamos a tratar de encontrar un equilibrio entre un pensamiento positivo y uno realista. Para mí, algo interesante sería la creación de diferentes variedades que sean más apreciados por el consumidor en general y personalizados, además de ofrecerles la posibilidad de producir su propio aceite de oliva en casa.



En el caso de la primera opción relacionada con las variedades de aceituna, es decir, tener la posibilidad de personalizar las características sensoriales de un aceite -como los grados de frutado, amargo y picante, según el gusto de cada uno-, se podría concebir un sistema en el que imputáramos estos datos, así como las sensaciones organolépticas deseadas (ej. aroma de alcachofa, sabor de almendra verde, sabor de plátano maduro, etc.). Posteriormente, la máquina extractora haría ese ajuste al preparar el aceite, por lo que sería elaborado de manera exacta a las características que el cliente deseara.

En la segunda posibilidad que planteé, aunque ya vemos avances tecnológicos en este sentido, sería tener una mini almazara en casa, por lo que el consumidor podría comprar aceituna a granel en el supermercado para producir su propio aceite en casa. Así, elegiría los variedades, conforme a su gusto, y podría producir un blend o un monovarietal. La máquina de elaboración de aceite de oliva debe ser muy compacta y no ocupar mucho espacio en la cocina, al igual que una cafetera. ¿No sería fantástico poder hacer todo esto en casa? Habría que pensar en la conservación de las aceitunas, tras recolectarlas del árbol, y que se pudieran almacenar en el frigorífico.

Se trata de una tarea increíble poder reflexionar sobre cómo se comportará un sector en pleno desarrollo 26 años más tarde. Hasta que llegue ese momento, esperamos afrontar muchos retos y cambios positivos para poder disfrutar de esta reliquia milenaria que tantos beneficios saludables nos aporta. ¡Un brindis por el pleno desarrollo de la olivicultura mundial!



El dato es oro

GIA 4.0
Gestión Integral de Almazara

**Toda la información
de su almazara, dato a dato**

- ▶ Mejores decisiones
- ▶ Mayor rendimiento
- ▶ Máxima eficiencia
- ▶ El valor de la trazabilidad
- ▶ Más calidad del aceite

Almazara inteligente, conectada, sostenible y rentable

GIA 4.0 es el software de ITEA para la gestión digital e integrada de todos los procesos de la almazara, desde la información del cuaderno de campo, hasta el envasado y salida del aceite, pasando por el control del patio, bodega y cada paso del proceso de producción. Conectado a ERP, GIA 4.0 es una herramienta fácil e intuitiva, eficaz y asequible.

Pol. Ind. Llanos de Jarata
C/ Edison, Parcela 146 - Montilla (Córdoba)
957656707 - automatismositea.com

ITEA HIGH
TECHNOLOGY
FOR SMART
INDUSTRY

Sostenibilidad y biodiversidad en el futuro

*José Eugenio Gutiérrez Ureña
Director del proyecto LIFE Olivares Vivos (SEO/BirdLife)*



Somos la única especie con capacidad para proyectarse mentalmente en el tiempo, así que, en el Día Mundial del Olivo, aprovecho para darme un paseo por uno de los olivares vivos de 2050. Treinta años después, impresiona la salud de los olivos, la cosecha, la frondosidad de los setos, de la cárcava revegetada, la algarabía de los pájaros, los colores, los olores... Lejos en la memoria queda aquel año en que la escasez y los precios del aceite de oliva llevaron al sector oleícola a una situación inédita. El precio del aceite batía récords, al mismo tiempo que lo hacían los registros climáticos. Las terribles, tempranas y recurrentes olas de calor, junto con la sequía, nos recordaron que el campo depende de sus condiciones ambientales antes que de soluciones tecnológicas, mercados y políticas agrarias.



Por entonces se vislumbraba el futuro del olivar desde visiones muy dispares que sólo coincidían en una exigencia incuestionable: el olivar del futuro debía de ser sostenible. Se apelaba entonces a una sostenibilidad en pañales, a un concepto tan manido y arbitrario que, más que una vía o plan de acción para solucionar problemas reales, parecía una conjura. Pura retórica que, sin concreción ni hoja de ruta, vaticinaba un viaje a ninguna parte.

Por fortuna, rebasada la mitad del siglo, el panorama ha cambiado sustancialmente. Fue necesario un camino de aprendizaje para que la sostenibilidad, más allá del mero reclamo comercial, pasara a entenderse como un objetivo imprescindible en los modelos de negocio de la olivicultura. Al fin entendimos que para ser más sostenible no

bastaba con decirlo. El camino hacia la sostenibilidad era una carrera de fondo que no admitía prisas ni atajos y al que era preciso acompañar de las métricas necesarias para valorar de una forma contrastada nuestra huella social, cultural y ambiental.

Y, sin más remedio, productores y empresas oleícolas tuvimos que concretar objetivos más allá del simple compromiso emocional. Debimos superar la tentación de declararnos sostenibles por Real Decreto o con autoevaluaciones y metas a conveniencia. Pronto entendimos que era tan sencillo, y tan comprometido a la vez, como evitar que los costes sociales y ambientales superen los beneficios de la producción del aceite. Era cuestión de realismo, compromiso y matemáticas.

Y, con la complicidad de los consumidores, fuimos pioneros en la industria agroalimentaria. Es verdad que partíamos con ventaja, pero supimos aprovecharla. El olivar y toda la cadena agroalimentaria tenía ya de por sí un extraordinario potencial de valiosas externalidades sociales y ambientales. Sólo se trataba de completar el círculo y producir un producto de extraordinaria calidad en olivares de calidad, en olivares vivos. Fuimos entonces avanzadilla y referentes en el sector agroalimentario a la hora de hacer frente al principal reto que afrontaba la humanidad: la pérdida de biodiversidad y de sus servicios ecosistémicos. Pronto entendimos que, sin biodiversidad, no puede haber sostenibilidad, que de ella depende nuestra salud y calidad de vida. Porque la biodiversidad es la clave. Es la sostenibilidad que se ve, se toca, se huele, se oye y se siente, la que ha hecho que, en 2050, el olivar y el aceite de oliva estén por fin en el lugar que les corresponde.

ORÍGENES

por Castell de la Costurera

¿CÓMO ERA EL ACEITE DE OLIVA HACE 2050 AÑOS?

Roma, año 27 antes de Cristo. Augusto, hijo adoptivo de Julio Cesar, es el emperador de Roma. En Hispania, Astures, Cántabros y Galaicos se rebelan contra el poder romano. Augusto envía a sus legiones al mando del General Agripa, que acabarán venciendo a los últimos guerreros hispanos en la famosa batalla del Monte Medulio...

"Orígenes" es una edición limitada de AOVE ecológico procedente de olivos monumentales con variedades ancestrales que podrían haber sido plantados en ese período. Con su diseño artesanal, como se pudo hacer en esa época, intentamos acercarnos a los primeros momentos en los que el aceite de oliva era **un auténtico tesoro**.

Nuestro compromiso con el medio ambiente y la resiliencia de nuestros olivos, elementos imprescindibles para disfrutar del AOVE en 2050 d.C.



Castell de la
Costurera

castelldelacosturera.com

tlf. 675 92 30 72

El maestro de almazara, una figura fundamental hoy y siempre

Consoli Molero
Gerente y responsable de Producción de COLIVAL



Al encontrarme un correo electrónico encomendándome escribir sobre el maestro de almazara del futuro, lo primero que me vino a la cabeza fue recordar el pasado, lo que ha sido la figura del maestro, la evolución que ha sufrido y lo que aún nos queda... Cuando yo comencé en este sector, en 1997, llegué a mi almazara en un momento en el que se estaba acometiendo un cambio de maquinaria: más producción y más tecnología. En aquel momento, el responsable de montaje le comentaba al maestro de almazara entre risas que “con estas máquinas os ponéis las batas blancas y es sólo dar a los botones”. Han pasado unas cuantas campañas y sigo sin ver a los operarios con batas blancas en las plantas de producción, sólo las tenemos para hacernos las fotos... pero esta perspectiva va cambiando campaña tras campaña.

Los maestros y operarios de almazara somos una gran fuerza en la cadena de valor del sector. A nivel industrial estamos asistiendo a una revolución de lo que conocemos como almazaras digitalizadas y capitalizadas, apostando por una mano de obra más formada y profesional con el objetivo de ser más competitivos y eficientes en la producción.

En 2050 se producirán 4,5 millones de toneladas de aceite de oliva. Los agricultores han apostado por nuevas plantaciones y nuevas variedades en la reconversión de los olivares, invirtiendo en recolectoras de última generación que muestran dónde se recolecta y cuál es la procedencia de la aceituna; así como en drones que sobrevuelan sus olivares indicándoles el grado de maduración, realizando mediciones de NIR en sus propios olivares, transmitiendo la informa-

ción a una app que lleva en su móvil... El agricultor ya habla de kilo de aceite por hectárea y no de kilo de aceituna. En los bares del pueblo no se comentan los rendimientos brutos, sino que ahora se inquiera acerca de “¿cuánto tiene tu aceituna de rendimiento sobre materia seca?”. Ahora los agricultores indican las pautas y las almazaras están preparadas para recibir calidad. El maestro y los operarios, junto con su equipo, tienen que estar preparados ante la avalancha de producción de cosecha temprana, para elaborar el 90% de virgen extra durante toda la campaña.

La almazara será la 10.0, con todo el proceso automatizado y digitalizado en aras de la mejora de la eficiencia y competitividad. Los patios de recepción inteligentes, con lectores de descargas en las líneas, clasificarán los lotes de los agricultores en diferentes tolvas con enfriadores para mantener las características del fruto. La rápida molturación se llevará a cabo sin perder aromas en los molinos de nueva generación sin calentamiento de masa. Las nuevas tecnologías de batidos, los protoreactores, con pleno control en temperatura y tiempo, decantarán con diferentes motores cuyas velocidades se regulan automáticamente. Todo ello controlado por un NIR en continuo que, según resultados, mandará ordenes de inyección de agua a los distintos componentes o adición de talco si fuese necesario; pasando por un sistema de centrifugado rápido y filtrado que mantenga el aceite con sus cualidades intactas, y que a su vez pasará por un espectrómetro que clasifique los zumos de aceituna tanto a nivel físico-químico como organoléptico, destinándolo a la clasificación por bodega. ¡Ahora sí tenemos puesta la bata blanca para dirigir todo el proceso en la almazara! Al tener un control



preciso de los parámetros de producción, es posible optimizar los recursos y aumentar la eficiencia. Produciendo más aceite con menos recursos, reduciendo costes de producción y aumentando la rentabilidad de nuestras almazaras.

La almazara en el año 2050 estará plenamente automatizada y tendrá una organización matricial. Pero

toda organización, trabajadores, operarios, dependerán de un líder que seguirá siendo el maestro de almazara, también llamado responsable de producción. Esta figura es el hilo conductor durante todo el proceso, capaz de articular las relaciones con los distintos factores del proceso. Toda estructura de gestión ayudará en el proceso a crear puntos de optimización, por lo que se reducirán los equipos de trabajo, pero siempre seguirán existiendo según la capacidad de cada almazara. Éstos evolucionarán y seguirán adaptándose a las nuevas tecnologías del futuro con el Big Data y la Inteligencia Artificial (IA). Trabajaremos con una enorme cantidad de datos que nos permitirán obtener información valiosa sobre el rendimiento del proceso de producción. Los datos recopilados en tiempo real se utilizarán para generar informes detallados, identificar áreas de mejora y respaldar la toma de decisiones estratégicas.

El sector del aceite de oliva virgen extra se encuentra en un momento crucial para su devenir futuro, pero hoy y siempre el maestro de almazara será una figura muy importante si hablamos de la calidad de los AO-VEs obtenidos y de la profesionalización del sector, siempre con la mirada puesta en su sostenibilidad.

SIERRA PRIETA

arbequina

SIERRA PRIETA

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA
EXTRA VIRGIN OLIVE OIL

Producto de España
Product of Spain

A BRAND THAT HAS REVOLUTIONIZED
THE WORLD OF EVOO

COLIVAL
S.C.O. de Valdepeñas

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

COLIVAL
S.C.O. de Valdepeñas

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

Vasden Verdó

Vasden Verdó

Vasden Verdó

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA
EXTRA VIRGIN OLIVE OIL

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA
EXTRA VIRGIN OLIVE OIL

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA
EXTRA VIRGIN OLIVE OIL

Producto de España
Product of Spain

Producto de España
Product of Spain

Producto de España
Product of Spain



PIERALISI

spi 76.2



SPI 76.2

N.1 en la extracción de aceite de oliva

EL DECANTER DE DOS FASES CON LAS MEJORES PRESTACIONES DE RENDIMIENTO REAL

En la elaboración de aceite de oliva, la correcta elección del modelo de decanter es una de las claves del éxito. El ejemplo concreto es PIERALISI SPI 76.2, con la mayor capacidad y el mejor agotamiento. Gracias a pruebas comparativas estamos seguros de ofrecer el mejor rendimiento real. Resultados nunca antes vistos, fruto también del exclusivo sistema Rotodiff®, un motor secundario hidráulico que consigue alcanzar velocidades diferenciales límite entre el bowl y el sinfín. PIERALISI SPI 76.2 es el decanter que necesitas: máxima rentabilidad con alta eficiencia energética.

 **PIERALISI**
CIRCULAR THINKING

www.pieralisi.com

Del hombre a la Inteligencia Artificial: ¿cambiará el olivo de *partner* estratégico?

Marco Scanu

Oleólogo y asesor internacional en olivicultura y elaiotecnia

Amanece un nuevo día, cualquier día del futuro próximo del año 2050. La primera luz del alba revela las copas plateadas de los olivos. Están dispuestos en hileras, miles por hectárea, todos iguales, precisos, disciplinados. Recuerdo cuando pasear por el olivar significaba reconocer árbol por árbol, casi como si cada uno tuviera un rostro amigo.

Las copas se mueven al unísono con el viento como lo haría un organismo superior, una entidad única lista para recibir los primeros rayos del sol. Entre las hileras aún podemos vislumbrar las luces blancas y amarillas de los robots que están terminando de escardar bajo las hileras, eliminando las malas hierbas. Guiadas por la Inteligencia Artificial (IA), estas máquinas trabajan 20 horas al día alimentadas por energía solar.

La IA opera en todas las fases de la producción agrícola, la recolección, la transformación de las aceitunas en aceite e incluso el embotellado. Controla las estaciones meteorológicas y está a la espera de que amaine el viento para que los drones puedan sobrevolar con vistas al tratamiento biológico con *bachillus thuringiensis*. Incluso el sistema de riego está gestionado por IA con un programa preciso que tiene en cuenta cada variación -en tiempo real- de los parámetros del campo. El sol ya está alto, todas las máquinas están ocupadas trabajando. Miro al horizonte y vislumbro la llegada de un vehículo. Es el asesor técnico, que viene a proponerme nuevos productos e innovaciones tan ingeniosas que a menudo me dejan con la boca abierta.

Han pasado 10 días desde aquel amanecer en que nos conocimos y las aceitunas ya están listas. La cosechadora sale del hangar preparada para la recolección mecánica, trabaja en línea con los vagones de transporte refrigerados que ali-



mentan constantemente la línea de trituración. Si se detiene por cualquier motivo, la planta también se detiene. La IA sabe que si las aceitunas tienen que esperar es mucho mejor hacerlo en el árbol y no en la tolva.

Las máquinas en línea se ponen en marcha automáticamente una tras otra y en un abrir y cerrar de ojos ya está aquí el primer aceite de la temporada, que ha sido medido en cuanto a rendimiento, acidez, peróxidos y delta k, y evaluado en la línea por la nariz artificial. Camino por la almazara pero no veo a nadie, ningún movimiento humano, nadie.

Suena el despertador. Son las 5.30 horas del 27 de octubre de 2023. Me despierto de un sobresalto y me doy cuenta de que he estado soñando. Lo hago con dificultad, como si hubiera tenido una pesadilla, aún oigo el ruido de las máquinas. Me siento y pienso en cómo será nuestro futuro y cómo cambiará nuestras vidas. Quizá deberíamos preguntarnos qué es lo que nunca cambiará.

Ciertamente las tecnologías nos ayudan y nos ayudarán cada vez más, pero lo que nunca cambiará es el metabolismo del olivo, sus necesidades, los problemas derivados de la sequía, la importancia del riego hoy y en el futuro. Ni el proceso bioquímico que hace que el zumo que contienen las aceitunas -esas microgotas incoloras, inodoras, insípidas, un mar de gotitas ricas en clorofila y carotenos, sustancias fenólicas y compuestos volátiles- se convierta en el aceite que siempre hemos reconocido. Tampoco cambiará nunca la necesidad de catar el aceite para entenderlo y contárselo a quienes lo van a consumir. Siempre estaremos nosotros, los consumidores, pero quizá deberíamos hacernos muchas más preguntas sobre nuestro futuro como trabajadores. ¿Qué papel desempeñará el trabajo del hombre en un futuro próximo? Después de 30.000 años de fructífera relación, ¿reemplazará el olivo al hombre por la IA como *partner* estratégico?

izertis



En el cibercrimen no hay empresas grandes ni pequeñas, todas son objetivo de los hackers.

Protege tu negocio

www.izertis.com

El AOVE en 2050: un alimento imprescindible en los hogares y cocinas de todo el mundo

*Daniel García Peinado
Chef Ejecutivo del Gourmet de La Roja (RFEF) y
asesor gastronómico*



En un viaje imaginario hacia el futuro, el olivar y el aceite de oliva virgen extra se habrán transformado en 2050 en algo que sólo podríamos haber soñado hace unas décadas: el alimento básico en las cocinas de todo el mundo. En ese año, el sector del olivar experimentará una revolución impulsada por los avances tecnológicos y los cambios en la demanda del consumidor que no sólo aumentará la calidad de los aceites, sino que también preservará la tradición y hará que la producción sea más sostenible y rentable. Uno de los desarrollos más emocionantes en el mundo del olivar es la adopción de la Inteligencia Artificial en la gestión de los cultivos a través de sistemas avanzados de sensores y drones con los que los agricultores podrán monitorizar las condiciones del suelo, de las plantas y de sus frutos, optimizando así el uso de recursos como el agua y los fertilizantes.

En este futuro oleícola, los olivos estarán protegidos por sistemas de control de plagas altamente eficientes y respetuosos con el medio ambiente, por lo que los pesticidas químicos serán cosa del pasado, ya que se emplearán en su lugar métodos biológicos y tecnologías de vanguardia. La salud de los olivos se convertirá en una cuestión prioritaria, garantizando la calidad de las aceitunas y, por lo tanto, del aceite de oliva.

El proceso de recolección también será completamente diferente. Robots y máquinas automatizadas recogerán las aceitunas con precisión milimétrica, eliminando el riesgo de dañar los frutos. Esto permitirá una cosecha más eficiente y una descarga del arduo trabajo que la mano de obra humana emplea en esta labor. Pero no todo será tecnología en los olivares y en el AOVE del futuro. La tradición y la artesanía seguirán siendo fundamentales. Los agricultores conservarán sus conocimientos

transmitidos de generación en generación y las antiguas técnicas de poda y cuidado de los olivos se fusionarán con la tecnología de vanguardia para lograr una producción excepcional.

En cuanto a los consumidores de AOVE, en 2050 serán más conscientes de la calidad y la procedencia de los alimentos que comen, por lo que los sellos de denominación de origen y las certificaciones de agricultura sostenible serán más importantes que nunca. Esto impulsará la producción local y el apoyo a los pequeños agricultores, creando una diversidad de sabores y aromas. Pero lo más importante: el AOVE en 2050 será la grasa saludable presente en todas las cocinas profesionales y hogares del mundo.

Así, y comenzando por la forma en que lo consumimos, desterraremos los envases tradicionales en beneficio de innovadoras soluciones en cristal opaco, más ecológicas y reutilizables, que reducirán por completo el desperdicio de plástico. Los consumidores podrán elegir el tipo de aceite que desean según sus preferencias de sabor y aroma, personalizando sus experiencias culinarias. En la cocina del futuro el AOVE será el pilar fundamental de una alimentación saludable.

Por todo ello, el olivar del futuro fusionará la tradición con la innovación, con la vista puesta en la calidad y la sostenibilidad como objetivos primordiales. Los avances tecnológicos cambiarán la forma en que cultivamos y producimos AOVE, pero la pasión por esta joya líquida de la gastronomía seguirá siendo el motor que impulsa a los productores a alcanzar la excelencia. Y es que en 2050 el aceite de oliva virgen extra será más que un ingrediente: será el alma de la cocina, conectando generaciones, culturas y un mundo lleno de sabor y salud.

Soluciones con total precisión y seguridad



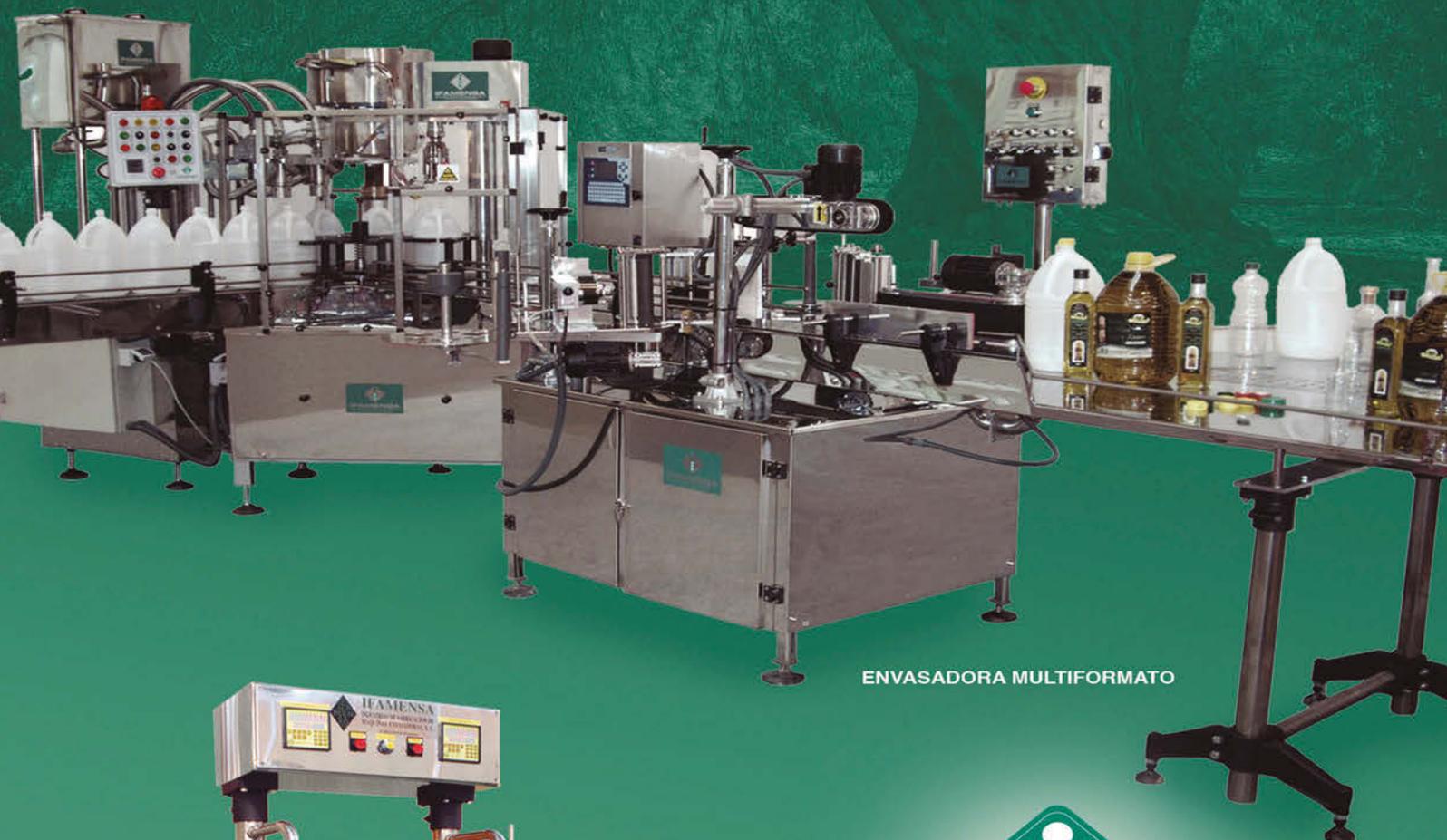
ENVASADO



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

El supermercado del futuro

Felipe Medina

Secretario general técnico de ASEDAS



Vivimos un tiempo de grandes cambios que afectan al conjunto del sistema productivo y, por supuesto, también al comercio. La “triple transformación” que la distribución alimentaria está abordando se refiere a la economía circular, a la digitalización y a la formación y creación de talento. Todos estos procesos están relacionados y no se sostienen los unos sin los otros.

Así, el supermercado del futuro va a ser un supermercado en el que todos o la gran mayoría de los recursos se devuelvan y reutilicen en el sistema productivo, alcanzando el ideal de emisiones cero. A ello ayudará una gran carga tecnológica en los procesos operativos que, gracias a la Inteligencia Artificial, al *blockchain* y al *Big Data*, contribuirán a un mejor control del surtido, del uso de la energía, y a la optimización de la logística. Y, por supuesto, detrás de todo ello estarán las personas. Empleados formados específicamente en los diferentes procesos -desde compras a reciclaje, pasando por la atención al cliente y otros muchos- que hacen posible que, cada día, millones de consumidores tengan muy cerca de sus casas la posibilidad de hacer una compra completa y variada de alimentación y productos de higiene.

¿Serán los consumidores conscientes de toda esta complejidad tecnológica y laboral que, cada vez más, existe en la trastienda del supermercado? ¿Qué verán dentro de unos años cuando acudan a hacer sus compras cotidianas? Aunque la tentación de dibujar el boceto de una tienda dominada por las máquinas -robots, cajas automatizadas, etc.- es fuerte, la realidad no será probablemente tan disruptiva, aunque sí más eficiente en términos de servicio al consumidor. El motivo es que la gran carga tecnológica que trae consigo la transformación de la distribución alimentaria sólo tendrá sentido si nos ayuda a alcanzar la excelencia en el servicio al consumidor:

Por lo tanto, el supermercado del futuro será un supermercado en el que los clientes encuentren respuesta a sus

inquietudes en torno a la alimentación. Éstas están relacionadas con el control del desperdicio alimentario -ajustando las cantidades de los productos a las necesidades e innovando en envases que contribuyan a la conservación-; con el interés por llevar una dieta variada y saludable -adaptada a las necesidades y gustos nutricionales de cada uno-; con el conocimiento del origen y modo de producción de los alimentos; y con el uso de diversos canales de compra en función de la conveniencia, entre otros.

En este contexto de cambios, cabría preguntarse si el consumidor seguirá demandando aceite de oliva. La respuesta es clara: el aceite de oliva es uno de los ejes de la Dieta Mediterránea y, por lo tanto, responde al interés de los consumidores por adoptar una dieta saludable. Dicho esto, hemos de tener en cuenta otros factores relacionados con la demanda de información sobre el origen y la producción, acerca de las características nutricionales del producto, sobre las cantidades recomendadas de la ingesta, etc. Asimismo, el binomio calidad-precio seguirá estando muy presente en las decisiones de compra.

Además, sabemos que la media de edad de la población española va a incrementarse en los próximos años -por lo que el supermercado seguramente evolucionará hacia un “centro de servicios” donde los mayores puedan realizar gestiones que van más allá de la compra de alimentación- y también que existe un gran interés por diversificar los lugares de residencia y desarrollo territorial -por lo que tenemos que seguir llegando a todos los rincones de España-.

Así pues, el supermercado del futuro será muy similar al que conocemos hoy en día: cercano, moderno, con una oferta de alimentación y productos de higiene completa, variada, segura y a precios competitivos. Pero, además, será muy tecnológico, será circular y estará, todavía más, enfocado al servicio al consumidor.



BRIXTON®

Brixton®



BRIXTON®

¡PREPARADO, BRIXTON, YA!

NUEVA FÓRMULA
PARA EL CONTROL DE
GRAMÍNEAS EN OLIVAR



- **Innovación:** formulado con los coadyuvantes naturales.
→ LISTO PARA SER USADO.
- **Sistémico**, de aplicación en post-emergencia para el control de gramíneas, con rápida absorción y traslocación.
- **Control** de hierbas anuales y vivaces, incluso las resistentes a otros modos de acción.
- **Registrado** en cultivos arbóreos, extensivos y hortícolas.

sipcamiberia.es

SIPCAM
IBERIA

Los coaches del futuro: una historia del AOVE

Ignacio Segura

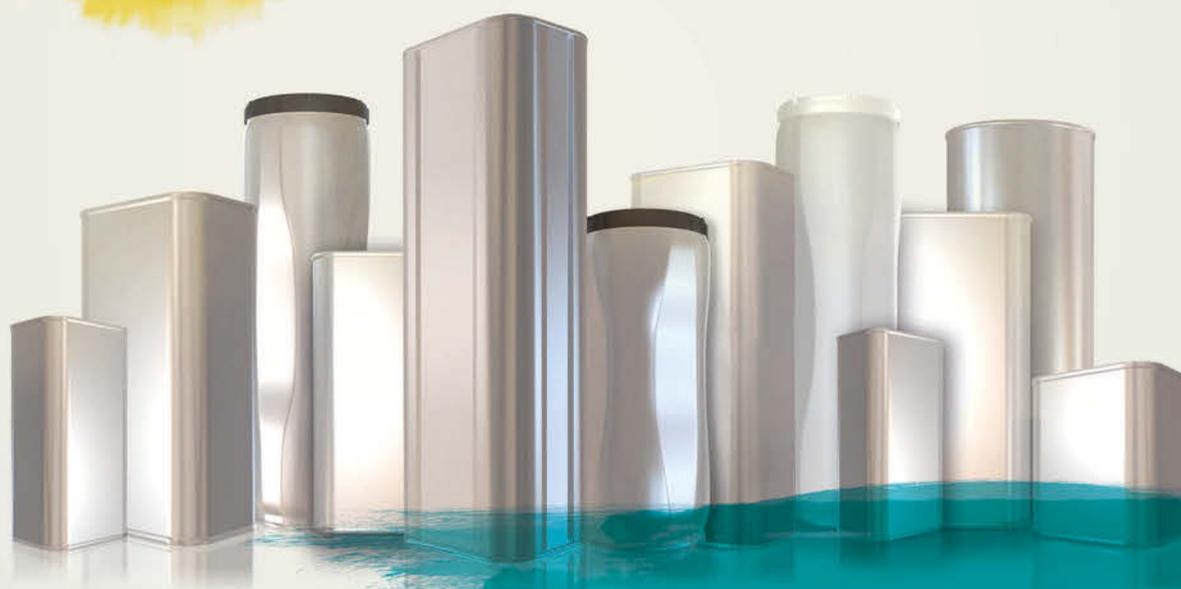
Elaiotécnico, director de Olive Oil Consultancy y asesor internacional de AOVE

- Papá, ¿falta mucho?
- Todavía falta, un poco más de paciencia. Estas carreteras de montaña carecen de servicios de asistencia a la conducción, no puedo sentarme atrás para jugar con vosotros. Y no gritéis, vais a despertar a mamá.
- Nos aburrimos, cuéntenos una historia del AOVE.
- Está bien. Veréis, hace 30 años distinguíamos entre cultivo ecológico y convencional, donde se utilizaban productos químicos. ¿Os imagináis? Vendíamos el AOVE como saludable mientras utilizábamos venenos en el campo. Pero empezamos a sufrir grandes sequías y por fin comprendimos que debíamos volver a lo natural. La agricultura regenerativa se impuso desde entonces.
- Aun así, el abuelo ya extrajo el mejor AOVE del mundo.
- Fue circunstancial. Por aquel entonces, la proporción de AOVE de alta calidad con respecto al resto era irrisoria. No hay elaiotécnico en el mundo que consiga extraer un AOVE de concurso con aceitunas desnutridas. Todo empieza en el campo.
- ¿Y por qué el AOVE era tan barato?
- Porque la mayoría lo consideraba una grasa más para cocinar. Saludable, sí, pero sustituible en cuanto el precio no le convenía.
- ¿Y cómo cambió esa situación?
- Costó mucho, pero por fin el COI lo entendió y siguió los pasos dados por el sector del vino décadas atrás. Impuso tres únicos formatos de botellas para el envasado, capaces de almacenarse a 16°C en los armarios climatizados que veis en los restaurantes. Las variedades locales minoritarias encontraron un hueco en todas las cartas y la gente empezó a pagar por puro esnobismo para degustarlas, contribuyendo a preservar el cultivo tradicional, como el de la región que vamos a visitar hoy. Además, se consiguió estabilizar el precio de mercado, haciendo rentable hasta la más pequeña y remota explotación.



- Y ahora que hay aceitunas preciosas en todas partes, ¿cómo se hace para extraer el mejor AOVE?
- Pues con criterios técnicos, metodología de ensayo y error, sensibilidad y mucha obstinación. Este es un oficio que no se enseña en los libros y donde casi todas las partes se oponen a los cambios. El abuelo siempre me dijo que, formación bioquímica aparte, un buen elaiotécnico debía ser catador oficial en activo y tener amplios conocimientos en tecnología oleícola. En el pasado no se enfriaba la aceituna para mejorar el frutado y los proveedores ofrecían una línea con un pequeño molino y una gran batidora, reminiscencias de una época en la que sólo se perseguía rendimiento de extracción. Todo cambió cuando se entendió que, para cada variedad de aceituna y para cada cosecha, se podían requerir diferentes sistemas de preparación de la pasta y se suprimió por completo el batido. Ahora conseguimos extraer aceites técnicamente perfectos, donde cada uno refleja los matices de su diferencia varietal y de terroir.
- ¡Qué bien!
- Ya hemos llegado, pero dejarme decir una última cosa. Como en la vida, este trabajo requiere espíritu de humildad y de mejora continua. Esta era la máxima del abuelo: “el mejor AOVE todavía está por extraer”.

UN MUNDO DE POSIBILIDADES



TENEMOS LA GAMA MÁS AMPLIA Y COMPLETA DE ENVASES PARA ACEITE DE OLIVA

LATAS RECTANGULARES

Con capacidades desde 100 ml hasta 5L y desarrollos propios de nuestro I+D+i como la resistencia axial reforzada o el exclusivo tapón respirador que permite un vertido preciso del aceite.

OLEOPACK

Un envase exclusivo desarrollado para sus aceites de oliva premium combinando estética y funcionalidad para diferenciar su envase en el punto de venta y hacerlo más cómodo para el uso final. Capacidades de 500 y 750 ml.

LATAS CILÍNDRICAS

En presentaciones de 500 ml y 1L, con acabado barnizado o litografiado y diferentes opciones de tapón vertedor.



GRUPO AUXIMARA

Diseño y fabricación de envases metálicos litografiados



AUXIMARA

Pol. Industrial Valdemuel
50290 · Épila · Zaragoza
+34 976 817 300



METALGRÁFICA DEL SUR

P.A.M.A. C/ El Matorral, parc. 59
41870 · Aznalcóllar · Sevilla
+34 954 136 004



METAL
se recicla
para siempre

www.grupoauximara.com

Los aceites de las nuevas variedades del futuro

José Antonio Torres
Químico oleólogo y CEO de EVOLEO



No sé si se han percatado, pero estamos viviendo la 4ª Revolución Industrial. Se podría decir, parafraseando a Radio Futura, “que el futuro ya está aquí”. Efectivamente, la aplicación de herramientas de la Industria 4.0 como la sensorización, *Big Data*, IA, *blockchain*, realidad virtual y realidad aumentada están cambiando la forma en la que las empresas producen, gestionan, comunican y comercializan sus artículos adaptándolos a la demanda de un nuevo consumidor digitalizado, muy informado, que busca productos de calidad, saludables y responsables con el medio ambiente.

El reto para un sector tan tradicional como el del aceite de oliva no es sencillo. Sin embargo, las nuevas tecnologías y su aplicación en agronomía, producción, marketing y comercialización pueden ser la oportunidad que estábamos esperando para situar nuestro oro líquido en el lugar que merece. No va a ser fácil, ya que cualquier cambio supone vencer muchas resistencias y salir de la zona de confort. Aun así, pienso que es posible, ya que tenemos argumentos suficientes en forma de ventajas nutricionales y calidad sensorial de nuestros aceites, y hay talento joven esperando una oportunidad y deseando desarrollar su potencial. En este sentido, uno de los desafíos para el sector es afrontar la transformación y modernización de los cultivos, buscando la rentabilidad a través de la eficiencia de los procesos, la optimización de recursos y la diferenciación.

En la actualidad, más del 50% del olivar plantado corresponde a las variedades picual y arbequina, representando esta última el 90% de las nuevas plantaciones en seto. Con estos datos, y siendo conscientes de la complejidad del entorno actual, se antoja necesario diversificar. Debemos incorporar nuevas variedades adaptadas si queremos conseguir producciones y precios más estables y ofrecer al mercado alternati-

vas que aporten calidad química y organoléptica alineadas con las exigencias de unos consumidores cada vez más exigentes. Ya existen empresas y centros de investigación públicos trabajando para que en un futuro próximo los agricultores puedan disponer de un catálogo de variedades, pudiendo seleccionar las más adecuadas a su terreno, atendiendo a factores agronómicos y de recursos hídricos, sin olvidar otros aspectos como la extractabilidad en la almazara y calidad final de los aceites, en busca de diferenciación, rentabilidad y responsabilidad ambiental. Además, podrían diseñarse variedades adaptadas a los gustos de diferentes culturas y países para que los aceites obtenidos pudiesen ser incorporados en sus platos y dieta por su valor nutricional y sensorial.

Igualmente, y aunque está más que demostrada la capacidad del virgen extra para prevenir la aparición de episodios cardiovasculares agudos, los avances en nutraceutica y nutrigenómica podrían llevar al aceite de oliva virgen un poco más allá, proveyendo a la industria farmacéutica de nuevas variedades con nutrientes y compuestos bioactivos que, usando el aceite como medio para la absorción por el organismo, ayudasen a tratar ciertas enfermedades. Serían productos con mayor eficiencia, biodisponibilidad, estabilidad y sin efectos secundarios.

Por otro lado, el uso de energías limpias es una necesidad y está en auge. En esta línea, la agrovoltaica podría ser una realidad y una vía para rentabilizar más aún los nuevos cultivos. En este escenario no tan futurista, el olivar de montaña, como no puede ser de otro modo, seguiría formando parte de nuestro paisaje, pero sería rentable y apreciado por su respeto por el medio ambiente y la calidad y singularidad de sus aceites. Obviamente, todo lo expuesto anteriormente no será posible sin las nuevas generaciones de agricultores, jóvenes empresarios oleícolas comprometidos con el sector y con la innovación.



Cuando se trata de equipos eficientes para el sector **del aceite**
Nosotros lo tenemos, ¡**SEGURO!**

Desde los motores de inducción, la electrónica para arranque y variación de velocidad, reductores y los cuadros de fuerza y control, **WEG** puede suministrar cualquier equipo eléctrico que pueda necesitar, ¡**SEGURO!**

www.weg.net/es



Hacia un futuro saludable

José J. Gaforio
Catedrático del Instituto Universitario de Investigación
en Olivar y Aceites de Oliva de la Universidad de Jaén



Me solicitan que atisbe las innovaciones relacionadas con la salud y el sector oleícola que podremos disfrutar en el año 2050. Vaticinar lo que ocurrirá dentro de 27 años es un ejercicio arriesgado, pues los cambios se suceden a tal velocidad en estos tiempos que difícilmente somos capaces de predecir lo que ocurrirá en unos meses. Para acometer este encargo, ineludiblemente tenemos que partir del conocimiento acumulado sobre los efectos saludables del jugo de la aceituna, de las propiedades individuales que hoy sabemos que tienen algunos de sus componentes, de las patologías que en los próximos años afectarán a la población y, con todo ello, vislumbrar el futuro. Empecemos por esto último.

Todos los estudios demográficos nos advierten del imparable envejecimiento de la población y del reto que ello supone. Una de sus consecuencias será el aumento de la prevalencia de enfermedades crónicas, al que habrá que dar respuesta. Enfermedades cardiovasculares, determinados tipos de cáncer y enfermedad de Alzheimer, entre otras, son patologías que aumentan su frecuencia con la edad. Por ello, es en el terreno de la prevención donde tenemos que redoblar nuestros esfuerzos.

No es posible mantener un estado de salud aceptable sin una alimentación adecuada, siendo esta una herramienta ineludible cuando hablamos de prevención.

Por ello, la dieta tendrá un papel central en la medicina personalizada que veremos en 2050. En este contexto, el jugo de la aceituna, alimento con un sólido aval científico de su potencial saludable, será específicamente recomendado en las guías alimentarias de la mayoría de los países como grasa saludable que, además del ácido oleico, aporta a nuestro organismo un número importante de otros compuestos (como los fenólicos), con efectos potencialmente útiles en la prevención de diferentes patologías. Dada la importancia de estos compuestos, los aceites de oliva vírgenes se catalogarán según la concentración de alguno/s de ellos y esto servirá para su recomendación individual frente a diferentes patologías. La importancia de este hecho se ve reforzada si tenemos en consideración que ninguna otra grasa comestible posee dichos compuestos. En base a numerosos estudios previamente realizados que ponen de relieve las interesantes propiedades de estos compuestos, podemos especular con que algunos de ellos se utilizarán en el futuro como moléculas aisladas que integren fármacos prescritos frente a determinadas patologías.

He comentado anteriormente que la dieta debe ser parte importante en la estrategia que tiene como objetivo prevenir enfermedades crónicas. Mientras que la comunidad científica es pertinaz a la hora de divulgar esta idea, hoy existe una importante barrera que dificulta que la población pueda llevarla a cabo. Me refiero a lo que está siendo señalado por diferentes estudios que indican que las dietas saludables son más caras que las no saludables. Me parece que se trata de un grave problema al que urge poner remedio. Me gustaría pensar que en el año 2050 el jugo de aceituna y demás alimentos saludables tendrán un precio que permita que sean consumidos de forma preferente frente a los no saludables.



**WO
OE**

11TH World
Olive Oil
Exhibition

+

+

+

Together
we make
+ gold.

Organize: Pomona Keepers

+



February 26 & 27

Hall 1 - Ifema Madrid, Spain
oilveoilexhibition.com

**20
24**

¿Cómo serán los concursos a la calidad del aceite de oliva en el futuro?

Heiko Schmidt

Presidente de World's Best Olive Oils (wboo.org) y fundador y gerente de olivenoele.com

Concursos virtuales en el metaverso oleícola

Vamos a imaginar un escenario futurista para los concursos de calidad del aceite de oliva. En el año 2050, los concursos de aceite de oliva se llevan a cabo en un metaverso dedicado al mundo oleícola. Los productores de todo el mundo se reúnen en un espacio virtual para competir. Las catas se realizan en entornos digitales inmersivos que replican la experiencia de probar aceite de oliva en un hermoso olivar en la Toscana o en una terraza andaluza con vistas al Mediterráneo.

Aromas y sabores: realidad aumentada y holográfica

Los jueces utilizan dispositivos de realidad aumentada para complementar los aromas y sabores de las notas reales del aceite de oliva. Dichos sabores y aromas se presentan en forma de hologramas, lo que permite una apreciación aún más precisa de las complejidades sensoriales de cada aceite.

Inteligencia Artificial para detectar la calidad sensorial básica

La Inteligencia Artificial se ha convertido en una herramienta común para evaluar la calidad. Complementarios robots catadores equipados con sensores avanzados son capaces de analizar minuciosamente cada muestra de aceite de oliva en cuestión de segundos, proporcionando datos objetivos y precisos sobre la calidad sensorial básica para detectar posibles defectos.



Categorías especiales para aceites sostenibles y resistentes al cambio climático

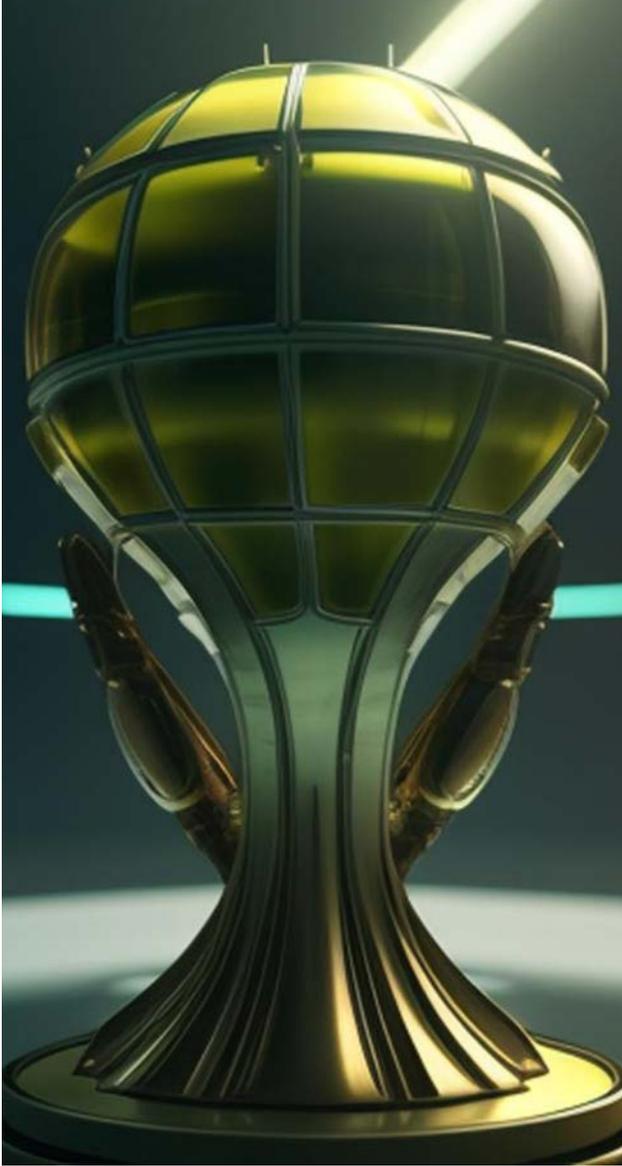
Dado el especial énfasis puesto en la sostenibilidad y la adaptación al cambio climático, los concursos destacan categorías especiales para aceites producidos de manera sostenible y a partir de variedades de olivos resistentes al clima, promoviendo así prácticas agrícolas responsables.

Interacción global en tiempo real

Los concursos se transmiten en vivo en todo el mundo, permitiendo que los entusiastas del aceite de oliva de todos los rincones del planeta sigan las competencias y se unan a discusiones interactivas en tiempo real con los productores y jueces.

Premios futuristas

Los premios para los ganadores son tanto tangibles como digitales. Los primeros puestos reciben premios físicos personalizados, pero también obtienen activos digitales en el metaverso oleícola tales como tierras virtuales de cultivo de olivos y equipos de realidad virtual para catas futuras.



Sorprendentes variedades de aceite de oliva

Se han desarrollado nuevas variedades de olivos mediante ingeniería genética que producen aceites con aromas y sabores nunca antes experimentados. Los concursos fomentan la innovación y la experimentación, alentando a los productores a explorar nuevos horizontes en el mundo de los sabores del aceite de oliva.

En definitiva, en este imaginario escenario futurista los concursos a la calidad del aceite de oliva han evolucionado hacia una fusión emocionante de tecnología de vanguardia, sostenibilidad y creatividad. La pasión y la dedicación de los productores siguen siendo fundamentales, pero la tecnología y la innovación han llevado la apreciación del aceite de oliva a un nivel completamente nuevo. ¡El futuro oleícola es emocionante y está lleno de posibilidades!



- 9ª edición -

ATHENA 2024

CONCURSO INTERNATIONAL DE ACEITE DE OLIVA

*Expanding excellence
in olive oil*

25-26-27 de Abril | Sparta, Greece

**Gana una Medalla
donde todo comenzó:
¡Un sueño hecho
realidad para los
productores de
aceite de oliva
de cualquier
rincón del mundo!**



EARLY BIRD BOOKING 180€
Anticipato esta abierto hasta
el 2 de Febrero, 2024

www.athenaoliveoil.gr

Calidad, diferenciación, origen y sostenibilidad

*José Manuel Bajo Prados
Secretario Ejecutivo de la Sectorial Nacional del AOV
con Denominación de Origen*



Las DOPs y las IGP's constituyen el sistema de certificación más completo y complejo del mundo agroalimentario, ya que en ellas se certifica origen, materias primas, procesos y producto, y debieran ser consideradas la principal herramienta de desarrollo de este nuevo modelo agroalimentario en busca de la generación de riqueza y actividad económica en nuestro entorno rural, lo que permitiría el mantenimiento de la población de nuestros pueblos.

La Sectorial Nacional del Aceite de Oliva Virgen con Denominación de Origen nace en 2010 con el objetivo de aportar los activos necesarios para el sostenimiento de

una actividad comprometida con el desarrollo de nuestro entorno rural, integradora, social y sostenible. Desde una visión clara de lo que hoy y en el futuro se demandará de los procesos agrícolas y la industria ligada a la agricultura, trabajamos de forma comprometida representando los intereses de los agricultores, almazareros y envasadores inscritos en las Denominaciones de Origen oleícolas de España.

Personas y empresas que han representado, desde hace más de 50 años en algunos casos, la punta de lanza de la actividad oleícola comprometida con la localización de las producciones, el cuidado del entorno y, por supuesto, la calidad; sirviendo de estímulo a todo un sector del que hoy podemos presumir por ser ejemplo para la actividad agroalimentaria del conjunto del Estado. Sirva como ejemplo la importancia real que ha alcanzado el sector oleícola con Denominación de Origen: a nivel nacional, sus producciones controladas significan en torno al 20% del total de España y el producto envasado con Denominación supone una tercera parte de todo el virgen extra comercializado en España con marca de fabricante.

Desde el absoluto convencimiento de que la calidad es un factor estratégico de competitividad para nuestras producciones agroalimentarias, y aún más en el caso de los aceites de oliva vírgenes, hemos buscado la coordinación con otras organizaciones que compartiesen nuestro mismo enfoque sobre cómo abordar el futuro de un producto como el nuestro, en el que hoy somos líderes en producción, comercialización y, por qué no decirlo, en falta de rentabilidad.

Así, estamos colaborando con Almazaras Federadas de España, la Asociación de Municipios del Olivo (AEMO),





organizaciones agrarias, administraciones públicas, etc. -además de con otros productores, científicos y técnicos que comparten esta misma visión del sector oleícola-, con el objetivo fundamental de trabajar para que los frutos de nuestros olivares sigan disfrutando de la imagen de excelencia necesaria para sostener la rentabilidad de nuestras producciones. Desde la Sectorial consideramos que este enfoque estratégico -avalado por los resultados- debe ser tenido en cuenta y reflejarse, al menos, en las políticas de desarrollo rural y los fondos destinados a las Denominaciones (agricultores, almazaras y envasadores), y en la composición de las mesas de representación sectorial.

Retos como el futuro etiquetado nutricional frontal, en el que deberían ponerse en valor las cualidades saludables del consumo del aceite oliva virgen/extra; la demanda de un etiquetado veraz que permita al consumidor conocer las verdades científicas sobre alimentación con aceites oliva vírgenes; la importancia de mantener la diversidad varietal desde el punto de vista de la competitividad y la diferenciación en el mercado; o la puesta en marcha de políticas enfocadas hacia el valor de nuestras producciones y no sólo al volumen, son algunas de las principales líneas de trabajo de la Sectorial.

Y, para finalizar, una reflexión: cualquier seminario, estudio o informe que hable sobre el futuro del sector agroalimentario centra o valoriza como elementos clave la calidad y la diferenciación que proporcionan el origen y la sostenibilidad; estos tres elementos son comunes y definen qué es o cómo entender el concepto Denominación de Origen. Aprovechar estas herramientas nos conducirá, sin duda, a desarrollar nuestro entorno rural; no hacerlo, como hasta ahora, provocará el desmantelamiento de nuestra actividad.



ENVASADORAS POR PESO MULTIFORMATO



- DE 0.005 a 10 LITROS.
- VIDRIO, LATAS, PET , CERAMICA ...
- AJUSTE AUTOMATICO CONTINUO MICROCONTROLADO.



AUTELEC TECNOLOGIA, S.L.
VALENCIA - ESPAÑA
+34 963 751 471 / +34 628 632 992
comercial@autelec.es
www.autelec.es



Horizonte 2050: olivares que recolectan datos y producen los mejores AOVEs (o cómo la transformación digital del sector del olivar lo llevará a ser más sostenible y rentable)

Adolfo Peña Acevedo

Profesor de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y de Montes (ETISAM) y Director del Máster en Transformación Digital del



Sector Agroalimentario y Forestal (DigitalAgri) de la Universidad de Córdoba (UCO)

El futuro ya está aquí y, sin embargo, está todo por hacer. Apenas empezamos a familiarizarnos con términos hasta hace pocos años desconocidos no sólo para olivaderos, sino para el público en general: *sensors, Internet of Things, data space, satellite image, UAV, Big Data, cloud computing, Artificial Intelligence, machine learning, dashboard, DSS, digital twin, 5G, quantum computing, autonomous vehicle, blockchain, e-commerce*. Parece futurista, ¿verdad? Pues sepan que lo tenemos todo al alcance de la mano y que, usted que lee estas líneas, conoce o hace uso permanentemente de muchas de esas herramientas y tecnologías digitales, aunque no lo sepa. El sector agroalimentario en general, y el olivadero en particular, también.

Hoy podemos conocer en tiempo real mediante sensores (*sensors*) que miden el estado del suelo, el agua, el aire, el olivo o los equipos en la almazara si existe un exceso de riego, un déficit de nutrientes, una situación de estrés hídrico, una maduración retrasada de la aceituna o una temperatura inadecuada en el batido de la masa para extraer el mejor aceite de oliva. Y toda esa información, transmitida en tiempo real por el espacio a través de protocolos de comunicación comerciales o libres entre múltiples equipos (*Internet of Things*) traducida en ceros y unos, junto con la que proviene de grandes fuentes de datos abiertos (*data space*), como las imágenes de satélite (*satellite image*) o de drones (*UAV, Unmanned Aerial Vehicle*) cada vez más precisas, económicas y frecuentes, conforman grandes conjuntos de dígitos mezclados con otra información no estructurada o menos accesible para reunir ingentes volúmenes de información (*Big*

Data) que pueden procesarse en nubes (*cloud computing*) con una capacidad de cálculo decenas de veces superior a la de nuestros ordenadores personales.

Gracias a la inteligencia humana, la Inteligencia Artificial (*Artificial Intelligence*) utiliza algoritmos y modelos matemáticos cada vez más orientados al análisis de factores con altísima variabilidad espacial y temporal como los que regulan la agricultura para procesar esas grandes cantidades de datos y tomar decisiones basadas en patrones y reglas establecidas a través del aprendizaje automático (*machine learning*), con capacidad para aprender de forma autónoma a partir de datos, sin ser programada específicamente para hacerlo. Hoy en día, gracias a visores (*dashboard*) que muestran en nuestros ordenadores o dispositivos móviles los datos procesados tras el largo camino descrito anteriormente mediante mapas, indicadores y métricas clave de nuestro árbol, finca, almazara, aceite o empresa, los agentes del sector olivadero pueden hacer un seguimiento del estado de cualquier eslabón del proceso productivo, desde la finca hasta la mesa del consumidor, y apoyarse en información objetiva de alto valor para tomar mejores decisiones (*DSS, Decision Support System*). Bienvenidos a la Agricultura 4.0.

Y entonces, ¿ahora qué? ¿qué nos espera en 2050? Ya disponemos de valiosísima información que el suelo, el olivo, la aceituna, el agua, los equipos, el aceite, el mercado o el consumidor nos han contado gracias al análisis inteligente de millones de datos convenientemente capturados y tratados. Y los que intervenimos en todo este maravilloso

proceso de producir aceite de oliva nos apoyamos en esa información para tomar decisiones, para actuar en nuestra pequeña parcela dentro de todo este complejo proceso: investigando, produciendo planta, plantando, regando, tratando plagas o enfermedades, cosechando, molturando, transportando, vendiendo o comprando. Consumiendo.

Sin embargo, el camino hacia la completa virtualización y automatización de toda la cadena de producción, gracias a la cadena de datos, está en marcha. Y 2050 no parece una fecha tan alejada para ver cómo una reproducción exacta de nuestro olivar, nuestra almazara o de los mercados aparece en las pantallas de nuestros dispositivos como un gemelo digital (*digital twin*) que informa, procesa y corrige en tiempo real -y a una velocidad de vértigo (*quantum computing*)- la información de miles de sensores mucho más baratos y accesibles gracias a transmisiones hiper-rápidas (5G, ¿6G?) en un planeta rodeado de miles de flotas de satélites y drones que conectan todo con todo, y que devuelven a los sistemas físicos de nuestras fincas o industrias las órdenes basadas en datos para que, mediante actuadores en almazaras, sistemas de riego y marañas de robots y vehículos sin conductor que se posicionan con precisión (*autonomous vehicle*) apliquen diferenciadamente, metro a metro, agua, tratamientos, podas y recolecten, transporten o molturen los frutos en perfecto estado de maduración, en aras de obtener aceites de alta calidad que puede ser trazada, certificada y garantizada incorruptiblemente (*blockchain*).

El mercado global, con los indicadores precisos sobre los hábitos de consumo, la predicción de cosecha, las reservas de campañas anteriores, la evolución de los mercados de futuro o la situación de otras grasas que compiten con el AOVE, permitirán un comercio electrónico (*e-commerce*) cada vez más autónomo, fluctuando casi al minuto como hoy lo hacen las Bolsas. Compra, vende, click.

La Agricultura 5.0 se abre camino a pasos agigantados. La integración de los eslabones de la cadena de producción entre sí y con la cadena de datos; la interoperabilidad y la disponibilidad masiva de datos abiertos; la superación de barreras que impiden adoptar y adaptarse a la tecnología; el abaratamiento de sensores, máquinas y servicios tecnológicos y la definición de límites éticos que garanticen la privacidad y seguridad de los datos personales más sensibles son las piedras en este camino hacia 2050 que deben superarse para que el olivar del futuro sea rentable y sostenible, sea de las personas y para las personas, y permita que cada vez más seres humanos disfruten en un mundo cada vez más artificial del preciado oro líquido.

FILTROX Southern Europe The best filtration

Un aceite brillante y libre de impurezas



**Sin filtración
el riesgo
de decantación
es máximo**

Una correcta filtración estabiliza y mejora las características organolépticas del aceite.

- Impecable presentación comercial
- Prolonga la conservación
- Elimina sólidos y humedad
- Elimina sabores herbáceos

Le ofrecemos una amplia gama de medios filtrantes que darán solución a sus procesos de separación de sólidos-líquidos.



FILTROX Southern Europe SL,
Calle Can Vinyalets, 15
08130 Santa Perpètua de Mogoda.
Barcelona / Spain - Tel +34 934 626 700
fjordano@filtrox.com | lenrich@filtrox.com
Distribución: Almacén en Montilla, Córdoba.
Tel + 34 670 065 543
www.filtrox.com



De la vejiga de cerdo al envase con IA

Antonio Cuenca

Director creativo de Superfluido - Estudio creativo



Desde los albores de la civilización, la humanidad ha buscado maneras ingeniosas de proteger, preservar y presentar sus alimentos. Desde envolturas primitivas de hojas hasta cajas ornamentadas, pasando por ánforas selladas con brea para impermeabilizarlas, piel de cabra o vejiga de cerdo, el arte del envase ha evolucionado al compás de nuestra imaginación y necesidades. Estos recipientes fueron esenciales para la supervivencia, envolviendo alimentos para mantenerlos frescos y seguros. A lo largo del tiempo se convirtieron en una expresión de cultura y estatus, con cajas y jarrones adornados que reflejaban la riqueza y el gusto refinado de civilizaciones antiguas.

Los envases más modernos representan un avance para distribuir alimentos por todo el mundo y facilitar su conservación durante periodos prolongados de manera higiénica y segura. Al mismo tiempo, ofrecen una oportunidad para que las marcas utilicen el envase como medio de comunicación para transmitir los atributos y esencia del producto, estableciendo así un diálogo entre la marca y el consumidor.

Imaginemos ahora el futuro de los envases, proyectándonos en 2050. Como eje principal, no nos queda más remedio que seguir apostando por la innovación y la ecoeficiencia, tendencia que ya se está manifestando en 2023 con grandes marcas comprometidas con la responsabilidad. Visualicemos diseños donde no sólo prevalezca lo estético, sino lo funcional; belleza que respete el medio ambiente. Ya existen tintas vegetales, materiales biodegradables y ecológicos; la clave está en continuar avanzando en esta dirección.

En el sector del aceite de oliva, acostumbrado al PET por

su practicidad pero contaminante, se debería avanzar hacia alternativas más sostenibles para que el producto se adapte a la gran distribución. Implementar descubrimientos científicos en relación con el problema del plástico es crucial para crear envases biodegradables. La sostenibilidad debe ser el núcleo de cada diseño, donde la estética se combine con la funcionalidad. Actualmente contamos con tintas a base de vegetales, botellas 100% reciclables y materiales ecológicos. Eliminación de ciertos elementos del envase para reducir su peso y, por ende, las emisiones de CO2 en el transporte.

En un futuro donde la Inteligencia Artificial (IA) estará integrada en cada aspecto de nuestra vida, los envases no serán la excepción, sino una herramienta que podría asesorar sobre el ciclo de vida completo del producto, desde la producción hasta el desecho. Los consumidores podrían escanear el envase para acceder a información detallada sobre la huella ambiental y recibir recomendaciones personalizadas para reducir su impacto.

En el caso de envases biodegradables, serían capaces de ofrecer un valor añadido significativo para el consumidor final. Por ejemplo, contarían con la posibilidad de diseñarse para ser utilizados como nutrientes, biomasa o incluso agua para las plantas del usuario, convirtiéndolos en una opción comestible o nutritiva. Este enfoque no sólo eliminaría la necesidad de desechar el envase, sino que también proporcionaría una fuente adicional de nutrición, contribuyendo así al bienestar del consumidor.

Imaginemos envases con indicadores inteligentes: por ejemplo, un envase que cambia de color o emite una señal cuando el contenido está próximo a su fecha

de caducidad. Esto brindaría a los consumidores una comprensión visual instantánea, reduciendo el desperdicio de alimentos y mejorando la gestión de productos perecederos.

La reutilización también desempeñaría un papel crucial en esta visión del futuro. Después de consumir el producto, el envase podría devolverse para su llenado, fomentando así la responsabilidad ambiental y reduciendo la necesidad de producir nuevos envases. Este enfoque no sólo empoderaría a los consumidores al otorgarles un papel activo en el manejo de los recursos, sino que también establecería un ciclo de vida más sostenible para el consumo de envases.

Pero este futuro no sólo implica innovación en materiales, Inteligencia Artificial y diseño, sino un cambio profundo de mentalidad en una sociedad e industria cada vez más conscientes y responsables respecto al desarrollo sostenible. La información será concisa, relevante y personalizada, ofreciendo una experiencia de compra simplificada y centrada en la conciencia ambiental, la eficiencia

y la información al consumidor. Sobre todo, avancemos hacia un consumo consciente y responsable.



INDUSTRIAS DE LA ROSA

40 AÑOS A LA VANGUARDIA DEL SECTOR OLEÍCOLA

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

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

industriasdelarosa@industriasdelarosa.com



La gestión de los subproductos del olivar y sus industrias en el futuro: generación de biomateriales, bioproductos y bioenergía bajo modelos de “bioeconomía circular”

José Antonio La Cal

Dr. Ingeniero industrial, profesor de la Universidad de Jaén y socio de BIOLIZA

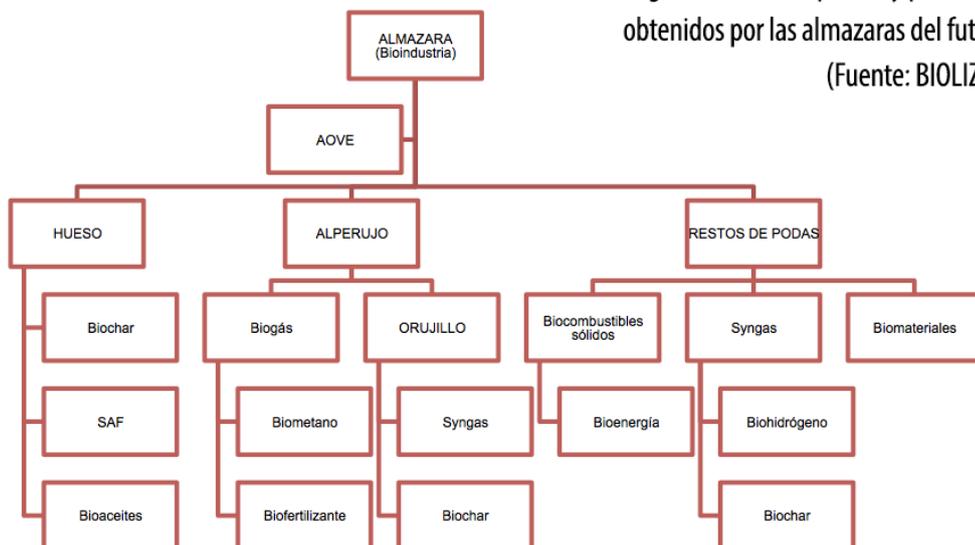


En 2050 las almazaras serán auténticas bioindustrias o biofábricas, estarán operativas todo el año y, además de aceite de oliva de excelente calidad, generarán una serie de bioproductos, biomateriales y bioenergía tales como gases renovables (biogás, biometano, syngas y biohidrógeno), bioproductos como el biochar o bioaceites combustibles, combustibles avanzados para aviación (SAF) y biofertilizantes para satisfacer su propia demanda energética, tanto térmica como eléctrica.

Todos estos nuevos productos de enorme valor añadido utilizarán como materia prima los principales subproductos generados por el olivar y sus industrias: hueso y alperujo en las almazaras, restos de poda en campo y orujillo en aquellas orujeras reconvertidas a biofactorías, las cuales habrán ampliado su función tradicional y serán auténticas bioindustrias, estando vinculadas a las almazaras a través de asociaciones estratégicas, compartiendo recursos e infraestructuras.

Estas nuevas bioindustrias, que operarán bajo modelos de bioeconomía circular, generarán productos tales como los que se muestran en el siguiente esquema a partir de las diferentes tipologías de subproductos; y en función de la normativa vigente en cada momento y de las expectativas del mercado, con un enorme peso de las cuestiones relacionadas con la sostenibilidad, no sólo ambiental, sino global, es decir, también social y de gobernanza.

Figura 1. Materias primas y productos obtenidos por las almazaras del futuro (Fuente: BIOLIZA).



Ello supone para estas nuevas bioindustrias la irrupción en mercados absolutamente diferentes a los tradicionales, como el de la movilidad, el de los biocombustibles o el energético, entre otros; si bien seguirán estando vinculadas a los convencionales, como es el caso de los biofertilizantes.

Estas nuevas actividades basadas en el conocimiento obligarán a las industrias a disponer de Departamentos de I+D+i, a tener contratos de investigación y cooperación con universidades y centros de investigación y, en definitiva, a convertirse en sectores industriales pujantes y competitivos, operando todo el año -no solamente durante la campaña- y creando nuevos perfiles profesionales más vinculados a las tecnologías emergentes como la Inteligencia Artificial, el *Big Data* o el *blockchain*, absolutamente implantadas en la sociedad del año 2050.

Estas bioindustrias contarán también con “hidrolíneas” para los vehículos alimentados con hidrógeno de los propios socios, así como de la maquinaria agrícola. Por supuesto, todos los procesos estarán automatizados y se gestionarán a partir de dispositivos móviles de última generación, desde la recolección

de la aceituna hasta la comercialización de todos los productos generados por estas nuevas industrias.

Por otro lado, la energía demandada por estas industrias será generada por ellas mismas, utilizando para ello energías renovables, tanto solar como biomasa procedente de sus subproductos; incluso algunas serán exportadoras netas de energía, lo que se convertirá en otro output para este tipo de empresas a través de las llamadas “comunidades energéticas”. En 2050 se habrá alcanzado el objetivo de neutralidad climática a nivel global, al menos en la UE, es decir, el CO₂ emitido será compensado con actuaciones basadas en proyectos de energías renovables, eficiencia energética, movilidad sostenible y tecnologías de captura de CO₂, entre otras.

La industria oleícola en su conjunto no va a ser una excepción, dado el elevado potencial de biomasa que genera y su enorme presencia en el tejido productivo de numerosas regiones de España, convirtiéndose en proveedora de numerosos sectores estratégicos para el país; y, por supuesto, sin dejar de producir aceite de oliva, cuyo valor en el mercado será enorme por sus excelentes propiedades culinarias y para la salud.

Desde 1962

INOXCAUCHO

Confíanos el mantenimiento de tus bombas

Necesitas un stator/rotor para tus bombas de aceite o masa?

- Seguridad alimentaria -NBR 1250-
- Certificación ISO 9001 desde mayo 2000
- Entrega inmediata
- Amplio conocimiento del sector

+34 94 456 03 15
+34 688 69 58 13

inoxcaucho@inoxcaucho.com

www.inoxcaucho.com



El oleoturismo del futuro

Juan Ignacio Pulido Fernández
Catedrático de Economía Aplicada de la Universidad de Jaén

El oleoturismo es una actividad consolidada en los principales países de tradición olivarera. Un número creciente de almazaras -y no sólo almazaras, también restaurantes, museos, tiendas de aceite, centros de interpretación, etc.- han decidido apostar por ella como complemento a su negocio tradicional, aprovechando el oleoturismo como una excelente oportunidad para diversificar su estructura productiva y, sobre todo, para generar cultura de consumo del aceite de oliva, especialmente de AOVE, potenciando que los oleoturistas se conviertan en auténticos prescriptores de la marca.



En un futuro habrá almazaras que irán un paso más adelante, realizando un esfuerzo importante de profesionalización de la actividad, con inteligencia estratégica y visión de negocio, personalizando su oferta y adaptándola a las cambiantes necesidades de una demanda cada vez más exigente.

Se configurará una oferta cada vez más amplia y compleja que generará todo un mundo de sensaciones y emociones en el que el oleoturista se convierta en protagonista de múltiples experiencias que le permitan desarrollar habilidades y cultivarse culturalmente. Los avances tecnológicos de las próximas décadas facilitarán a las almazaras adivinar qué busca el oleoturista y ofrecérselo, incluso antes de que éste lo solicite, lo cual supondrá una revolución en el mundo de los viajes en general y en la capacidad de posicionamiento de las almazaras ante sus diferentes tipos de clientes en particular.

El oleoturismo del futuro estará protagonizado por almazaras con restaurantes gourmet donde los clientes dispondrán de cartas de aceite y sumilleres de AOVE que les ayudarán a elegir el aceite con el que condimentar una ensalada o con el que solicitar al chef que cocine el menú elegido, e incluso existirá la posibilidad de que el cliente entre en las cocinas y participe en algún tipo de taller de cocina creativa. También por almazaras boutique, convertidas en espacios exclusivos en los que los clientes podrán comprar AOVE y todos sus derivados (aceitunas, cosméticos, chocolates, semillas, mermeladas, plantas, etc.), en un ambiente de exclusividad, tranquilidad, trato cercano, asesoramiento especializado y con innumerables rincones únicos.



En este nuevo contexto, las almazaras aprovecharán sus amplias y modernas instalaciones para asegurar a sus clientes la más alta calidad y profesionalidad en la organización de eventos (convenciones y congresos) a través de una OPC, junto con la experiencia única de disfrutar de un congreso en el interior de una fábrica de aceite de alta tecnología. Y, como ya ha ocurrido en el mundo del vino, también apostarán por el arte, creando museos únicos en los que el turista pueda disfrutar de colecciones de pintura, de escultura, de dibujo, de ropa, de música o de artesanía de todo el mundo, como parte de su política de responsabilidad social.

Otra tendencia mundial a la que se sumarán las almazaras será la relacionada con la salud, la belleza y el bienestar del cuerpo y de la mente. Se apostará por crear *wellness* que oferten spa, tratamientos de belleza, oleoterapia y decenas de actividades más, en las que el bienestar del oleoturista se convierte en el centro de atención y el AOVE y sus derivados, en las principales herramientas. Conviene recordar que algunos estudios han demostrado que el aceite de oliva previene el cáncer de piel y retrasa el envejecimiento. Igualmente, el AOVE potencia

el bronceado, rejuvenece las zonas más castigadas o hidrata las partes del cuerpo cuya piel se encuentra más áspera.

Y, por supuesto, otras almazaras apostarán por incluir dentro de sus instalaciones hoteles de vanguardia e incluso asumirán el papel de pequeñas centrales de reservas que aglutinarán una interesante e innovadora oferta de alojamientos rurales y casas de campo que, en continua conexión con la almazara, ofrecerán todo tipo de actividades para sus clientes.

En definitiva, el potencial del oleoturismo se antoja infinito. La transformación de este sector en los próximos años va a suponer una auténtica revolución. Se producirán avances significativos en el uso de la Inteligencia Artificial, la realidad virtual y el *blockchain* que proporcionarán experiencias turísticas más inmersivas, personalizadas y seguras. Por supuesto, habrá almazaras que no avancen más allá de las catas, los talleres y las degustaciones, pero, para las más audaces, el mundo del oleoturismo va a ser una fuente inagotable de oportunidades de negocio.



FABRICACIÓN DE DEPÓSITOS PARA ALMACENAMIENTO



De Bujalance, S.L. Calderería Inox

Teléfono:

 957 170 529

Comercial:

 666 412 462

Fábrica

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

Almacenes

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

 info@debujalance.es

 www.debujalance.es

El olivar y el aceite de oliva en 2050: desafíos y oportunidades

Lucía Matas

Directora comercial de Almazaras de la Subbética



El sector del olivar y la producción de aceite de oliva se enfrentan a una serie de importantes desafíos y oportunidades en las próximas décadas. En cuanto a la producción, se prevé que la demanda de aceite de oliva virgen extra siga creciendo en las próximas décadas, impulsada por su reconocido valor nutricional y sus beneficios para la salud. Sin embargo, el cambio climático y la variabilidad del clima podrían afectar negativamente a la producción de aceitunas, especialmente en las regiones mediterráneas -principales productoras-, agravándose en zonas de secano. Para mantener e incluso aumentar la producción, se antoja imprescindible adaptarse a estas condiciones cambiantes, por ejemplo mediante la adopción de prácticas agrícolas más sostenibles y resistentes al clima.

Los olivos desempeñan un papel importante en la captura de CO₂. Cuando se aplican prácticas agrícolas adecuadas, el efecto sumidero de carbono (o secuestro de carbono) de los olivos a través de la biomasa y el suelo es mucho mayor que las emisiones de gases de efecto invernadero para una unidad de producción (un litro de aceite de oliva virgen), permitiendo negociar con la industria la compensación de emisiones y servir así como complemento financiero en lo relativo a la adaptación del olivar a las nuevas necesidades derivadas del cambio climático global. Además, los olivos pueden ayudar a prevenir la erosión del suelo, un importante problema ambiental en muchas regiones mediterráneas.

La economía circular ofrece una oportunidad para reducir el impacto ambiental del sector del aceite de oliva. Los residuos y subproductos del proceso de pro-

ducción del aceite de oliva pueden ser valorizados y utilizados para generar energía o como materia prima para otros productos. Esto no sólo reduce la cantidad de residuos que deben ser eliminados, sino que también puede proporcionar una fuente adicional de ingresos para los productores.

Otro aspecto importante es el referido a la importancia de las plantaciones tradicionales de olivos, que han demostrado ser resilientes a lo largo de los siglos, adaptándose en la Cuenca Mediterránea a una variedad de condiciones climáticas y de suelo. Sin embargo, la supervivencia de estas plantaciones puede verse amenazada por varios factores y no podemos olvidar que se trata de nuestro patrimonio paisajístico.

Uno de esos factores es el cambio climático, que puede alterar las condiciones ambientales a las que están adaptados los olivos, lo que podría afectar a la salud y productividad de los árboles, así como a la calidad del aceite de oliva obtenido. Otro desafío es la competencia con las modernas plantaciones de olivar, más intensivas y que ofrecen rendimientos más altos. Sin embargo, estas plantaciones también pueden ser más vulnerables a las enfermedades y plagas, y tener un mayor impacto ambiental.

Existen motivos que invitan al optimismo acerca de la supervivencia de las plantaciones de olivar tradicional. Ahí está el creciente reconocimiento del valor cultural y ambiental de estos olivares, prestando mayor atención a su papel en la captura de carbono y la prevención de la erosión del suelo, siendo su masa media y su longevidad mucho mayor, lo que permite crear ecosistemas más complejos y fuertes en el sub-

suelo y, por tanto, más importantes en la regeneración del terreno y la diversidad de hongos, micelios, plantas e insectos, base para el desarrollo de otras formas animales y vegetales más complejas a su alrededor.

Para Almazaras de la Subbética, el olivar es el patrimonio más valioso. No sólo es una fuente de riqueza económica para los socios, sino también un legado cultural y medioambiental que debemos preservar para las generaciones futuras. Nuestros proyectos responden a un claro compromiso social y medioambiental, al tiempo que muestran el enorme valor que la empresa concede al patrimonio natural y cultural. Es el caso de “Apadrina un olivo”, que, mediante el apadrinamiento de los olivos situados en las fincas donde se producen algunos de los mejores AOVEs del mundo en las últimas campañas, intenta inculcar en las personas un mayor conocimiento acerca de este árbol milenario, de sus necesidades y cuidados; además de poder seguir y disfrutar del resultado de la molturación de sus frutos.



Otra iniciativa interesante es “Botellas con Alma”, que involucra a los socios de la cooperativa en aras de aportar valor añadido a la sociedad, donando parte de la venta de las botellas de AOVE Premium a asociaciones sin ánimo de lucro y financiando parte de sus proyectos -como “Sonrisas sin Cáncer”, para la investigación del cáncer infantil-. Este proyecto solidario también invita a los niños de los colegios adheridos a que diseñen y pinten las etiquetas que después portará cada botella bajo la temática de “el olivar, el aceite, la solidaridad y la familia”.

Por último, “Un nacimiento, un olivo” es un proyecto que nació hace tres años y que consiste en plantar un olivo de la variedad picuda por cada nacimiento de un hijo de un socio de la Cooperativa. De ese modo conseguimos enlazar la vida del niño con la cultura del olivar, además de ayudar a preservar esta variedad autóctona.

CDROxiTester

Sistema de análisis para el control de calidad del aceite



Rápido



Sencillo



Fiable



Análisis

Azúcares en las Aceitunas
Índice de Acidez
Índice de Peróxidos
Polifenoles totales/índice de estabilidad
K270

tecnilab[®]
tecnología analítica

Tecnilab[®] (Soluciones integrales de laboratorio sl)
P. Ind. La Llave, C/ Cereal 34-36, Nave 1.
19170 El Casar (Guadalajara)
Email: info@tecnilab.es
Tel: +34 949 33 54 60

Variedades para el olivar del futuro

*Raúl de la Rosa y Lorenzo León
Instituto de Agricultura Sostenible (IAS-CSIC) y Centro
IFAPA Alameda del Obispo de Córdoba*

En la mayoría de los cultivos existe desde hace décadas una tendencia imparable a la mecanización. En el olivo, esta tendencia ha provocado que el cultivo en seto -con recolección totalmente mecanizada- se imponga en gran parte de las nuevas plantaciones que se realizan actualmente en España y en otros países olivareros.

Uno de los inconvenientes más importantes de este sistema de cultivo es la escasa disponibilidad de variedades que realmente se adapten a la formación en seto. De las variedades tradicionales, sólo arbequina y arbosana -que tiene a arbequina como uno de sus parentales- poseen un porte y una flexibilidad de ramas adecuada al seto y a la recolección con máquinas cabalgadoras. Otras variedades como manzanilla cacereña y hojiblanca se han plantado en seto, sobre todo pensando en la producción de aceituna de mesa; pero hay que tener presente que el hábito de crecimiento de estas dos variedades, y de otras tradicionales, dificulta el correcto manejo de los setos y el control del volumen de copa, lo que puede comprometer la producción alta y estable de los setos.

En los últimos años se han realizado, hasta el momento sin éxito, ensayos en diferentes países tratando de identificar otras variedades tradicionales que se puedan adaptar al cultivo en seto. Esta escasez de variedades realmente adaptadas al seto ha provocado el desarrollo de programas de mejora genética y que hayan ido surgiendo nuevas variedades seleccionadas específicamente para su cultivo en seto. La primera registrada en España fue sikitita, fruto de la colaboración entre la Universidad de Córdoba y el IFAPA. Luego han aparecido otras como oliana, lecciana, I-15, sikitita2, martina, coriana y sultana,



fruto de diversos programas de mejora, públicos y privados. Y todo hace indicar que el número de nuevas variedades va a crecer en los próximos años.

Sin embargo, la experiencia de casos previos de nuevas variedades -no sólo en olivo, sino en otros frutales- aconseja que la difusión de éstas se realice poco a poco, con la debida precaución y valorando su adaptación a las diferentes condiciones que se van a encontrar. Los estudios realizados durante los últimos 15 años en el IFAPA indican la complejidad para caracterizar una variedad de olivo con un nivel de productividad, rendimiento graso o composición del aceite determinada. Estos caracteres, aunque tienen una indudable influencia genética -inherente a la variedad-, varían mucho de unas condiciones ambientales a otras. Esto obliga a realizar una experimentación local para determinar la variedad que mejor se adapta a unas condiciones ambientales determinadas y las posibles limitaciones para el cultivo de las diferentes variedades. Además, en el olivar en seto, a partir de los 8 ó 9 años pueden surgir problemas agronómicos tales como carencias nutricionales, envejecimiento de ramas, respuestas vegetativas a podas severas, etc., que habría que estudiar en las nuevas variedades antes de dar por finalizada su evaluación. La experimentación en este sentido es limitada, por lo que las recomendaciones deben tomarse con cautela, en particular cuando se trata de comparar entre variedades que no han sido probadas bajo las mismas condiciones experimentales.

Por otro lado, en un entorno de cambio climático como el actual se hace muy necesario que el olivar del futuro se base en plantaciones multivarietales, sobre todo en fincas de mediana o gran extensión. Dado que todas las

variedades van a tener ventajas e inconvenientes, el uso de varias de ellas en una misma finca nos va a permitir la diversificación del riesgo ante un escenario climático poco previsible.

Pero no hay que olvidarse del enorme y magnífico tesoro varietal que los agricultores han ido generando con el paso de los siglos y que nos ha ofrecido aceites de oliva vírgenes extra ciertamente excepcionales. Ya no sólo las muy conocidas picual y hojiblanca, sino que otras menos extendidas como pajarero, royal de Cazorla o la milenaria lechín de Granada; o casi desaparecidas, como amargoso, datilero, olivo de Maura o racimal de Jaén, también pueden tener su hueco en el futuro del olivar español.

Para ello habría que otorgar valor a las características organolépticas peculiares de sus AOVEs y a su cultivo, en muchos casos en terrenos difíciles y con un importante componente social y ambiental. Por último, es muy posible que este patrimonio varietal heredado nos ofrezca variedades poco conocidas que se puedan adaptar al olivar en seto del mismo modo que arbequina o utilizar como parentales en cruzamientos destinados a obtener nuevas variedades con adaptación a este sistema. Una cuestión esta de gran importancia desde el punto de vista de la mejora, dado que



todas las variedades modernas anteriormente citadas llevan arbequina en su pedigrí por ser descendientes directas o de segunda generación de ella (hijas o nietas), lo que puede conducir a una homogeneidad genética en el olivar del futuro que no es nada deseable.

En definitiva, y ante el escenario de incertidumbre económica y climática que vivimos, el olivar del futuro debería apostar por variedades que ofrecieran un plus, ya sea de eficiencia productiva, calidad diferenciada o protección del medio ambiente, como medidas para asegurar su viabilidad a largo plazo.



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.

TAOSA
TÉCNICAS ANDALUZAS DE CENTRIFUGACIÓN S.A.L.

Tu compañero de molienda

*O seu parceiro na
extração de azeite*



OLEO T3: científicos descubren un nuevo planeta prácticamente cubierto de olivos

Solimán López

Artista y fundador de Harddiskmuseum, el primer museo virtual almacenado en ADN

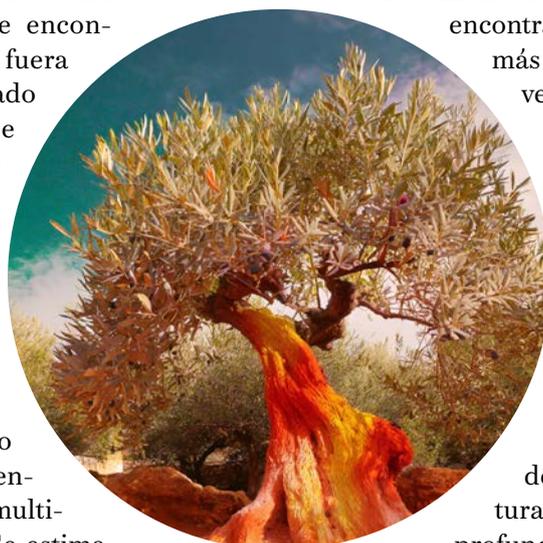


NAT VAULE K29, una de las sondas terrícolas encargadas de encontrar riqueza natural fuera de nuestra galaxia, ha localizado un hallazgo sin precedentes. Se trata del bautizado como *OLEO T3*, un nuevo planeta habitable que se identifica como un edén de riqueza por su altísima condensación de árboles de la familia del olivo.

Las cámaras con las que la sonda está equipada han localizado millones de olivos más que centenarios y con una particular multicolor en sus hojas y troncos. Se estima que la antigüedad de estos ejemplares data de antes de la creación del planeta Tierra, lo que nos indicaría que nos encontramos ante el árbol más antiguo conocido.

Los científicos ahora están tratando de regular el acceso a este increíble planeta, ya que supone una fuente de riqueza incalculable por el valor actual del aceite en el mercado.

Tras los recientes avances biotecnológicos que han propiciado la incorporación de información digital en el ADN del olivo y sus derivados, dirigidos por el artista Solimán López, el aceite de oliva



ha aumentado su valor en más de un 1.000%, encontrándose entre las criptodivisas más relevantes del mercado universal. Este hecho hace de *OLEO T3* una joya viviente del ecosistema natural y una prueba fehaciente sobre el interés de nuestras antiguas civilizaciones por este árbol.

Con este hallazgo, se estima que el olivo abre unas posibilidades increíbles para la comprensión de los orígenes de la humanidad, sus estructuras agrícolas y el conocimiento profundo de la bioquímica.

Esta idea ha sido recientemente reforzada con los nuevos descubrimientos sobre la composición molecular del aceite, el cual reacciona ante vibraciones sonoras y lumínicas, dejando entrever en su estructura perfectas formas geométricas y fractales que lo conectan con las fuerzas ocultas del universo.

Se entiende que gracias a *OLEO T3*, y los mencionados estudios, se comienza a establecer la posibilidad de la creación de una nueva estructura económica para el sector, que tras haber vivido

periodos históricos de incomprensión y debilidad, se alza finalmente con una justicia histórica que valoriza la labor etnográfica del cuidado del olivar, su aporte alimenticio al organismo y su increíble capacidad de acompañamiento al resto de alimentos de la naturaleza, sin dejar de lado sus otras capacidades curativas y de belleza.

Continuando con los hallazgos en el mencionado planeta, se considera finalmente que los derivados de la extracción del aceite, como el hueso y otros componentes, serían ya una fuente energética viable para los viajes interestelares. Las estructuras fractales mencionadas han revelado descargas de gran cantidad de energía sometidas a presiones extremadamente altas, lo que generaría una energía concentrada capaz de propulsar naves a través del espacio.

Por último, se cree que en *OLEO T3* radica una cultura ancestral basada en el respeto y la preservación del olivo como medio de vida y fuente de vitalidad, pensamientos que derivan del cuidado de los cultivos que se observan en las imágenes -visiblemente alteradas por una civilización inteligente- y por la calidad de la atmósfera, rica en oxígeno y vitamina



E en suspensión, que posiblemente habrá ayudado a que en este planeta sus habitantes sean unos de los más longevos del universo conocido.

Somos
EL MAYOR PRODUCTOR

**DE ACEITE DE OLIVA
EN JAÉN**

Somos
ÚNICOS EN CALIDAD

**TRANSPARENCIA Y SEGURIDAD ALIMENTARIA
PARA EL CONSUMIDOR**

JAENCOOP
grupo



www.jaencoop.com



Regreso al futuro de la almazara (o de cómo nuestras acciones en el presente determinan nuestro futuro)

José Vico Lizana

Ingeniero agrónomo y especialista en mejora de almazaras



Hace mucho tiempo, una persona llamada Beta realizó un viaje en el tiempo desde el año 2050 hacia el pasado de las almazaras, hasta 2023, que cambiaría para siempre el destino de los aceites de oliva vírgenes. En 2023, lo primero que hizo Beta fue visitar almazaras para conocer su situación. Fue informado de los problemas del sector oleícola, tales como la sobreplantación de olivar que denominaban moderno, el descenso de consumo en los países productores, el Brexit, tratados como el realizado con Mercosur, el coronavirus o conflictos bélicos sin resolver.

Beta les indicó a sus colegas del pasado que “lo malo de las soluciones a las crisis es que no suelen gustar”. En pleno debate sobre cómo mejorar el aceite con el mínimo de recursos y en el menor tiempo posible, o la importancia de la formación de los trabajadores, Beta encontró sobre una mesa un folleto formativo editado durante la II República Española (1931-1939) bajo el título “Olivareros: mejorad la calidad de los aceites adoptando las siguientes normas” (Imagen 1). Seguro que para la confección de ese cartel tuvo que venir otro viajero en el tiempo, porque indicaba en aquella época la importancia de clasificar la aceituna y el aceite, la limpieza, no atrojar, controlar la temperatura, el agotamiento del orujo y el filtrado. Estos eran los mismos problemas que se seguían debatiendo un siglo después. El viaje del compañero de Beta no resultó exitoso porque no se llegaron a realizar las medidas propuestas y no se imaginaban en 2023 la incidencia que tendría en 2050 el hecho de no haber implantado esas prácticas en el pasado. De modo que Beta se marcó como objetivo asegurar su implantación.

Nuestro visitante también les informaba de un futuro en el que la clasificación de los aceites se redujo a dos

tipos: los que tenían defecto y los que no; el olivar y la almazara formaban un todo; la mosca del olivo (*Bactrocera oleae*) seguiría existiendo, pero se podía predecir su incidencia y actuar en consecuencia; la recolección sería cada vez más rápida, barata, abundante y temprana, y no adaptarse a esa futura realidad carecía de sentido; y el principal defecto del aceite, el atrojado, se logró controlar mediante ambientes ventilados y ricos en oxígeno, además de reduciendo e incluso eliminando las tolvas en algunas almazaras.

Además, las almazaras se adaptaron a un aumento diario en términos de recepción de aceituna, donde sensores instalados en el patio eran capaces de identificar y clasificar la calidad de la aceituna y, por lo tanto, del aceite. Las lavadoras despedregadoras tenían una presencia testimonial, ya que no era necesario mojar la aceituna para separarla de piedras, piezas metálicas u objetos extraños. Los sensores instalados realizaban esa tarea utilizando aire.

Asimismo, las bodegas aumentaron su capacidad para permitirles regular la producción de dos campañas. De esta forma, la vecería del olivo (año de carga de aceituna y otro de descarga) tenía menos incidencia en los precios. Se mostraron muy sorprendidos cuando Beta les indicó que las batidoras habían dejado de existir y se habían sustituido por emisores de ultrasonidos. Además de producir aceite, la aceituna se convirtió en una fuente de materias primas como fenoles, hueso, derivados de la pulpa y piel. Y el aceite, además de calidad, tenía garantía gracias a las certificaciones de producto.

En cuanto a la orientación laboral, con independencia de dónde se ubicara su puesto de trabajo, todos eran

comerciales. Aunque la cata de aceites se realizaba sistemáticamente con una nariz electrónica, para apreciar los matices era necesaria la cata humana, ya que el consumidor final era humano y no se había establecido una conexión empática entre la nariz electrónica y el ser humano. Se produjo una mejora en la comunicación. Existía una perfecta fusión entre la Inteligencia Artificial (IA) y el personal de la almazara. Las tareas repetitivas las realizaban en su mayoría robots. En la almazara existía un pequeño grupo de trabajadores, pero la mayoría trabajaba de forma remota e integrada, involucrando al laboratorio, asesores, mecánicos, científicos y, como uno más, la IA. Gracias a la IA, los procesos se simplificaron, volviéndose menos complejos, y la toma de decisiones era más fácil y rápida. Se acabaron los listados intermi-

nables de registros de datos. Incluso se podía disponer de una predicción de lo que ocurriría si se realizaba una acción, y de esta forma se podía decidir a sabiendas del resultado.

En resumen, Beta les explicaba que se podía predecir el futuro del aceite de oliva virgen sin necesidad de una bola de cristal. La mejor manera de hacerlo era creándolo uno mismo y abandonar la idea de “tener suerte”. Les pidió que imaginaran cómo querían que fuera y que después se pusieran a trabajar en su presente con perseverancia, disciplina y paciencia. Se sorprenderían de cómo esos futuros que deseaban se hacían realidad. Y en cuanto al futuro, concluía con una frase de otro viajero del tiempo llamado Winston Churchill: *“Vamos a ser optimistas. No parece muy útil ser otra cosa.”*



Manifiesto del Instituto de la Reforma Agraria. Enseñanza y divulgación. Ministerio de Agricultura.
Fuente: Ministerio de Cultura y Deporte, Centro Documental de la Memoria Histórica, ES.37274.CDMH/4/PS- Carteles,518.



RENOVATION FUERZA

MAXIMA

CON SUPERBIA



Máxima eficiencia, máxima producción y máxima rentabilidad para tu olivo

Abonos tecnológicos de precisión pobres en cloruro con nitrógeno inhibido, potenciadores de la fertilidad y bioestimulantes del cultivo



Las Rutas del Olivo

*Cultura, patrimonio, turismo y
desarrollo sostenible unidos en
torno al árbol milenario*

*Un homenaje al Oleoturismo en
el Día Mundial del Olivo*



Las Rutas del Olivo -más de 260.000 kilómetros que recorren más de 20 países- son itinerarios de diálogo intercultural y desarrollo sostenible que incluyen eventos culturales y diferentes actividades en los países mediterráneos estrechamente vinculados con el árbol milenario. Cultura, patrimonio, turismo y desarrollo sostenible unidos en beneficio de las economías locales. Más que un destino, otra forma de ver el mundo.





El olivo, el árbol milenario que viene acompañando al hombre desde tiempos inmemoriales, ha marcado no sólo el paisaje, sino también la vida cotidiana de los pueblos mediterráneos. Asociado a sus ritos y costumbres religiosas, el mítico Olea europea, símbolo universal de paz, amistad y prosperidad, ha influido en su moral y valores, creando una civilización muy especial, la civilización del olivo. Las Rutas del Olivo siguen los pasos de esta civilización, desde Grecia hasta el Mar Negro, pasando por toda la Cuenca Mediterránea.

Creadas en 1998 por George Karabatos -ex presidente de la Cámara de Messinia (Grecia)- a raíz de unos viajes en moto por el Mediterráneo, las Rutas del Olivo sirven hoy día como puente de diálogo intercultural

entre los países mediterráneos y el resto del mundo para ayudar a abrir vías de cooperación y poner en valor el patrimonio cultural del olivo a escala internacional en aras del desarrollo sostenible. Se trata de inventariar y potenciar el patrimonio olivarero en los distintos territorios vinculados al árbol milenario a través de diferentes eventos y actividades culturales que son implementadas por la Red y la Fundación Cultural Las Rutas del Olivo, una organización no gubernamental sin ánimo de lucro con sede en Grecia que, desde 2003, transforma en acción una expresión cultural innovadora para el desarrollo sostenible, creando sinergias a partir de la potenciación y difusión de la civilización del olivo en beneficio de las economías locales. Ese mismo año, las Rutas del Olivo fueron reconocidas como



“Itinerary of Intercultural Dialogue & Sustainable Development” por la UNESCO y en 2005 la iniciativa logró la certificación “Great Cultural Route” del Consejo de Europa, toda una garantía de calidad.

Lanzado en 1987, el Programa de Itinerarios Culturales del Consejo de Europa -definidos como redes de interacción vinculadas a la cultura y la creatividad, incorporando en su actuación los principios de sostenibilidad y equidad- ofrece un modelo transnacional de gestión cultural y turística, fomentando la cooperación entre territorios. Un apasionante viaje en el tiempo y en el espacio que promueve valores como los derechos humanos, la diversidad o el diálogo intercultural y permite




Canals
EXPERIENCIA E INNOVACIÓN



**Cápsulas y Precintos para
Envases de Aceite**
Capsules and Quality Seals for
Oil Bottles



**Av. Pau Claris, 36-38 08760 Martorell
(Barcelona) SPAIN**

Tel. +34 93 775 04 62

ventas@mmcanals.com

Fax: +34 93 775 55 54

www.mmcanals.com



descubrir el rico patrimonio natural y cultural de los países del Viejo Continente.

Actividades y países miembros

El programa anual de las Rutas del Olivo incluye rutas turísticas para sumergirse en el mundo del olivo y descubrir su patrimonio natural y cultural, con propuestas de itinerarios a pie, en bicicleta, en coche o en moto; innovadoras acciones orientadas a la promoción de los productos y la gastronomía de las regiones oliveras mediante eventos dirigidos al público general (AGORA); acciones sociales y de apoyo a las pequeñas empresas familiares tradicionales; la celebración del OTRoutes Network Forum; exposiciones, eventos culturales, encuentros empresariales, concursos artísticos, investigaciones y publicaciones en torno al olivo; partnerships de proyectos nacionales y europeos; además de sinergias con universidades y organizaciones de la sociedad civil para la gestión de rutas culturales y destinos turísticos.

En la actualidad, la red de las Rutas del Olivo (OTR Network) comprende más de una docena de países de la Cuenca Mediterránea -Grecia, España, Portugal, Italia, Francia, Croacia, Eslovenia, Malta, Montenegro, Macedonia del Norte, Líbano, Túnez y Marruecos-; y pronto se extenderá también a Argelia, Libia, Egipto, Jordania, Siria y Turquía. Otros países que han mostrado su interés por unirse a la red son Serbia, Bosnia y Herzegovina, Albania, Chipre, Palestina y Azerbaiyán. En total, son más de 260.000 los kilómetros recorridos por las Rutas del Olivo a través de más de 20 países. A la red pertenecen instituciones culturales, Cámaras de Comercio, organizaciones privadas, públicas o semipúblicas, universidades y centros de investigación; así como pequeñas empresas familiares en Grecia y el Mediterráneo, actores de la sociedad civil y particulares de los países oliveros de la Cuenca Mediterránea: científicos, artesanos, productores, artistas...



Símbolo universal y clave del diálogo intercultural

El olivo es el símbolo del Mediterráneo y contribuye a su unidad, pero para entender el alma del árbol de la vida hay que recorrer sus territorios. Las propuestas de itinerarios de las Rutas del Olivo permiten descubrir los paisajes naturales y culturales del olivo mediante cuatro tipos de recorridos: rutas locales de senderismo, rutas ciclistas locales, rutas en coche y, puntualmente, itinerarios transnacionales en motocicletas y minibuses. Más allá de las fronteras regionales o nacionales, recorrer estas rutas responde a la misión central de las Rutas del Olivo: fortalecer el diálogo intercultural y crear un vínculo entre las regiones olivareras.

Entre los principales hitos alcanzados por las Rutas del Olivo destacan la apertura en 2003, de forma excepcional, de las fronteras entre Marruecos y Argelia -cerradas desde 1994- para el paso de los

A vertical banner with a background of almonds and olives. It features the company name 'asigran.com' in large red letters, a red arrow pointing right, and the tagline 'Maquinaria para Aceituna, Almendra y Pistacho' and 'Innovación, Calidad y Servicio'. Contact information is provided at the bottom.

Maquinaria para Aceituna, Almendra y Pistacho

asigran.com

Innovación, Calidad y Servicio

+34 958 333 744

dptocomercial@asigran.com



participantes de la ruta -los “terroristas de la paz”, como los denominaron los medios de comunicación de ambos países-, con el objetivo de transmitir un mensaje contundente acerca de la necesidad de una convivencia pacífica entre los pueblos del Mediterráneo; la organización y envío de ayuda humanitaria, en colaboración con las Cámaras de Comercio griegas, a los pueblos más afectados del sur de Líbano inmediatamente después del ataque perpetrado por Israel y el estallido de la guerra en 2006; o el itinerario especial por Asia para difundir un

mensaje de paz y solidaridad con motivo de los Juegos Olímpicos de Pekín 2008, conectando las Rutas del Olivo con las Rutas de la Seda -un mensaje que perdura hoy día a través de la creación de Olivares de Paz (Olive Groves of Peace) alrededor del Mediterráneo-.

ITALIA

En Italia, las Rutas del Olivo nos conducen a Monti Pisani, un vasto territorio de la Toscana entre las ciudades de Pisa y Lucca, a unos 40 minutos de Florencia, donde descubrir olivares centenarios, pueblos medie-

vales como Vicopisano y Buti, villas y edificios históricos que datan del siglo XVII, artesanía única como la cerámica Vicograpano, auténtica gastronomía toscana, aceite de oliva virgen extra producido a partir de variedades locales y una gran oferta cultural. Otras rutas se localizan en la provincia de Imperia y sus alrededores, en la Riviera italiana, conocida por ser la patria de la variedad taggiasca, de la que se obtienen excelentes AOVEs con DOP y muy apreciada también como aceituna de mesa, conservada en salmuera o troceada para elaborar patés. El preciado aceite de oliva de Liguria y otras delicias locales se puede degustar en tiendas especializadas, así como conocer su proceso de producción -normalmente de noviembre a marzo- en los numerosos molinos y almazaras distribuidos a lo largo de la ruta. Una visita obligada es la del Museo dell'Olivo Carlo Carli en Imperia, uno de los mejores del Mediterráneo. Cada año, a mediados de noviembre, se celebra el gran Festival del Olivo y el Aceite de Oliva "Olioliva", con eventos, talleres, jornadas gastronómicas, degustaciones, exposiciones y más de 150 expositores de productos tradicionales.

En el centro de Italia, Umbria reúne una gran variedad de hermosos paisajes dominados por olivos, vi-

des y una naturaleza exuberante. La principal zona olivarera de Umbria, que afecta al territorio de seis municipios situados en la parte central de la región -Asís, Spello, Foligno, Trevi, Campello sul Clitunno y Spoleto- representa un perfecto ejemplo de paisaje cultural vivo. Entre los numerosos recorridos a pie encontramos los de Colli del Trasimeno, Orvietani Colli, Colini Colli, Colli Assisi-Spoleto -que da nombre a otra DOP-, Colli Martani... Pueblos de singular encanto, lagos, castillos, torres, monasterios e iglesias medievales son algunos de los múltiples atractivos que ofrecen estos itinerarios. Por su parte, las propuestas de rutas locales en bicicleta se localizan en Apulia, con un tour de seis etapas de entre 30 y 61 kilómetros.

En Trevi, localidad eminentemente olivarera, hay que visitar el Museo de la Cultura del Olivo, ubicado en el antiguo monasterio de San Francesco, del siglo XIII, junto a la iglesia homónima y la pinacoteca municipal. En Torgiano, el Museo dell'Olivo e dell'Olio (MOO), ubicado dentro de una antigua almazara en funcionamiento hasta el siglo pasado, recorre la historia y los diferentes usos del olivo y del aceite de oliva, sin límites geográficos ni temporales, documentando mediante hallazgos arqueológicos,



GP

González y París

**La empresa
Talleres González y París, S.L.
felicita a todos sus
clientes en el
Día Mundial del
Olivo.**



cerámica, libros y otros materiales los orígenes y la presencia del oro líquido en la vida cotidiana durante milenios. En Bettona, a 20 minutos de Asís, una buena idea es cenar en el “Frantoio dell’Azienda” y visitar la almazara, escondida entre los olivos y a la que se llega por un camino de ensueño ideal para practicar senderismo y ciclismo de montaña en medio de una espesa vegetación que ofrece todas las tonalidades posibles del verde.

GRECIA

En Grecia, los itinerarios transcurren por Messinia y el Peloponeso, en el extremo suroeste del país, donde la naturaleza se da la mano con un rico patrimonio cultural. En Messinia se han descubierto algunos de los primeros testimonios históricos sobre el olivo, como los ideogramas del olivo y los almacenes de aceite de oliva del palacio de Néstor en Chora, que demuestran que nos hallamos ante una de las regiones olivíferas

más antiguas. El hilo de la historia del olivo continúa en las vecinas Olimpia -cuna de los Juegos Olímpicos y muy relacionada con la historia y el simbolismo del olivo- y Laconia, donde se encuentra uno de los museos del olivo más interesantes del Mediterráneo, el Olive & Greek Olive Oil Museum, situado en el centro de la capital laconiana, Esparta.

En el Peloponeso existen numerosas rutas para vivir de cerca la cultura del olivo, aptas para todas las edades. En el camino se descubren olivos centenarios, almazaras tradicionales y modernas, importantes monumentos industriales relacionados con la aceituna, monasterios y pequeñas iglesias iluminadas con lámparas de aceite de oliva, amén de numerosas tabernas donde degustar las famosas aceitunas kalamata y platos locales cocinados con el aceite de oliva de la región, uno de los mejores del mundo. Precisamente en Kalamata, entre olivos, molinos y granjas, un fácil recorrido en



Tree para conocer a ‘Mana Elia’, el olivo más antiguo de la ciudad, finalizando con una cata de aceite de oliva virgen extra local-.

FRANCIA

En Francia, las rutas de senderismo y en bicicleta recorren las regiones de Provence Alpes Côte D’Azur, Occitanie y Auvergne Rhône Alpes, e invitan a seguir las huellas de los olivos en la Provenza a lo largo de 50 kilómetros de dificultad baja; o descubrir los hermosos paisajes y las aceitunas negras de la región de Nyons en una etapa de 66 kilómetros de dificultad media.

Las Rutas del Olivo en Baronnies comparten recorrido con las Rutas de la Lavanda y trasladan al viajero a los valles de Ouvèze y Eygues, donde se concentra la producción de aceitunas negras de Nyons, con verdes parajes salpicados de olivos centenarios, pueblos pintorescos con almazaras tradicionales y edificios históricos.

CROACIA & ESLOVENIA

En Croacia y Eslovenia, las Rutas del Olivo -centradas en los olivos de Trpanj, en Dubrovnik-Neretva, y el área de Portoroz-

bicicleta de apenas 12 kilómetros ofrece la posibilidad de visitar el mercado local y el Institute of the Olive



OliveJapan®

INTERNATIONAL EXTRA VIRGIN OLIVE OIL COMPETITION

2024

For the 2024 edition of OLIVE JAPAN there will be a “Buy 4 & get 1 free” offer: Those who enter 5 olive oils will only pay for 4 entries, and those entering 10 samples will only pay for 8 entries



ONLINE REGISTRATION period for EVOOs of the 2023/24 Campaign period starts on NOVEMBER 25, 2023

<https://olivejapan.com/en/competition>

ONE of the most Recognized and Largest Olive Oil Competition
Organized by the Olive Oil Sommelier Association of JAPAN (OSAJ)



Piran, respectivamente- permiten disfrutar de experiencias multisensoriales mientras se pasea entre olivares: caminar entre muros de piedra, tocar la corteza de un olivo centenario, aspirar profundamente el aroma de las aceitunas recién prensadas, contemplar el paisaje a través de árboles de relucientes hojas plateadas, escuchar el soplido de la brisa entre el fino follaje...



MARRUECOS

En las fértiles tierras de la región de Meknés-Tafilalet, una de las más ricas de Marruecos, el olivo adquiere un papel preponderante a nivel económico, cultural e histórico. Aquí se localizan algunos de los lugares históricos más importantes del país, como Volubilis, un importante yacimiento arqueológico a 33 kilómetros de Meknés -el mejor conservado de todos los existentes en el norte de África- que constituye otra forma de acercarse a la importancia de la olivicultura en esta región, con más de 35 molinos en todo el área, tal y como han revelado las excavaciones; y la ciudad sagrada de Moulay Idriss, igualmente recomendable para descubrir la presencia del olivo en la zona, a la que se llega tras recorrer un camino entre olivares que dibujan un paisaje único, con la posibilidad de visitar varias almazaras y cultivos tradicionales y modernos. Al norte de Moulay Idriss, Kermet Ben Salem es un pequeño asentamiento rural al que se accede tras atravesar una pintoresca calle con olivos unida a la N13 que conduce a Fez. Con su plateau repleta de olivos y sus casas de piedra, la ruta permite visitar una almazara tradicional gestionada por una cooperativa agrícola.

Meknés -la quinta urbe más grande de Marruecos y una de las grandes ciudades imperiales-, con su laberíntica



medina, sus minaretes verdes y puertas monumentales, la Gran Mezquita y la Escuela Religiosa Bou Inania, retrata el excepcional patrimonio de Marruecos. Construido sobre una colina, el casco antiguo está separado de la ciudad nueva por el valle de Oued Boufekrane y su arquitectura y color recuerdan a Marrakech, así como sus amplios espacios abiertos y el perpetuo movimiento de su mercado y zocos, con bonitas encimeras que exhiben productos derivados del olivo y multitud de especias. Visita obligada es Heri es-Souani, el antiguo silo de grano de Meknès, todo un espectáculo para los amantes del árbol milenario, cuya vista se complementa a la perfección con los espléndidos olivos que brotan en lo alto de las bóvedas en varios lugares, cubriendo la ciudad con su follaje.

A 10 minutos de Meknès se encuentra Agro pôle Olivier -uno de los miembros más activos de la red de las Rutas del Olivo-, un Centro de Documentación, Innovación y Transferencia de Conocimiento para el Desarrollo y la Promoción del Sector del Aceite de Oliva de alcance internacional dirigido por Noureddine Ouazzani donde se organizan encuentros y actividades formativas a nivel regional y nacional para grandes y pequeños productores, así como para

EFICIENCIA IE3

MÍNIMA HUMEDAD

PRODUCTIVAS

BAJO NIVEL ACÚSTICO


Separadoras Pulpa-Hueso MODELOS SPH SERIE X

PRODUCCIONES

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



Bombas Hidráulicas MODELOS BH

PRODUCCIONES

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


MAQUINARIA OLEÍCOLA

40

**AÑOS A TU
SERVICIO.**

Bombas Mecánicas MODELOS BM

PRODUCCIONES

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



RIVERO®

CALDERERÍA RIVERO, S.L.

el público general, además de demostraciones de técnicas agrícolas, catas, etc.

LÍBANO

En Líbano, las Rutas del Olivo discurren por las ciudades de Saida y Anfeh, entre lugares históricos, arqueológicos y religiosos. En Saida, la ruta comienza en el puerto pesquero para visitar la fortaleza histórica “El Castillo del Mar”, desde donde se puede admirar una hermosa vista del puerto y la parte antigua de la ciudad. Tras recorrer las antiguas calles de los zocos donde los artesanos locales aún ejercen sus oficios, conviene visitar la antigua iglesia ortodoxa y el Khan Al Saboun (Museo del Jabón de Sidón) para admirar las diversas técnicas de producción de jabón y adquirir una amplia variedad de productos (jabones perfumados, aceites, lociones...), así como un antiguo Hammam ubicado en la ciudad vieja.

En Anfeh, con su pintoresca cala de costa rocosa en forma de un semicírculo perfecto donde pequeñas casas blancas y azules recuerdan a las de la isla griega de Mikonos, la ruta comienza en Hreisheh, en la antigua iglesia medieval Saydet El Natour, donde el camino conduce a las famosas salinas de Anfeh. Tras caminar por un sendero entre olivos se llega a la colina de St. Antoine y la ciudadela de Anfeh, continuando hasta llegar a la antigua iglesia medieval de Saydet El Rih y al puerto pesquero de Tahtel Rih.





En una campaña complicada es más necesario que nunca hacer marca

Inscríbete en el Concurso más influyente del mundo



Inscríbete pinchando aquí

Además, los AOVES del TOP100 de EVOOLEUM aparecen anualmente en los siguientes medios con una audiencia total de 15 millones de personas

EL MUNDO EL PAÍS ABC EL ESPAÑOL

Esquire ELLE ¡HOLA! as Tapas

Los LA VANGUARDIA elEconomista.es

Condé Nast
HUFFPOST Traveler VOGUE GQ

BAZAAR cuore europa press AD

BAZAAR cuore europa press AD

LA RAZÓN CORRIERE DELLA SERA 20 minutos

ONDA CERO BAR BUSINESS elDiario.es THE WORLD NEWS

CON EL MORRO FINO rne CANAL COCINA Gastroactitud

Soñando un futuro mejor

José Gilabert
Presidente de la SCA San Vicente de Mogón



Octubre de 2050, nos encontramos en plena campaña de recolección de aceituna. El adelanto en la maduración del fruto, así como la mayor concienciación y apuesta por producciones de calidad, ha dado lugar a que se generalice aquello que unos pocos empezaron a hacer a principios de siglo. Los nuevos sistemas de recolección automatizada facilitan la recogida del fruto del árbol y tan sólo en circunstancias excepcionales se recoge la aceituna del suelo.

El cultivo ecológico ya representa el 40% de la superficie dedicada al olivar y la producción de aceite ecológico se aproxima a ese porcentaje. El resto se cultiva en Producción Integrada desde que la Unión Europea la hizo obligatoria en la reforma de la Política Agraria Común (PAC) de 2029. La evolución de las producciones en las últimas décadas demuestra que no era cierto aquello que se decía, que el cultivo ecológico y sostenible no podía dar de comer al mundo. Lejos de eso, lo que se viene produciendo es el fenómeno contrario. Los que empezaron a gestionar los olivares de manera sostenible: cubierta vegetal total, aporte de materia orgánica, eliminación de abonos químicos, han visto como los suelos se han ido regenerando y sus producciones han ido aumentando. Esos suelos retienen mejor el agua y favorecen la biodiversidad, que también ayuda al control de plagas.

Por el contrario, los más reacios al cambio, los que siguieron usando y abusando de abonos químicos y de herbicidas, vieron como sus suelos se iban deteriorando, hasta el punto de hacerse totalmente dependientes de esos productos, que cada vez eran más caros e ineficaces. Sus producciones empezaron a bajar y la cuenta de resultados también. A partir de 2030, con la Producción Integrada y las nuevas exigencias de la PAC, comenzaron a hacer prácticas más sostenibles.

En la actualidad, a mitad de siglo, parece que avanzamos en el buen camino, se está utilizando el conocimiento y la tecnología al

servicio de una producción de alimentos sostenible, trabajando en economía circular, por supuesto con energías renovables, y gestionando los excedentes para evitar el desperdicio alimentario.

Hubo un tiempo, sobre todo en las primeras décadas del siglo, en las que el productivismo, el imperialismo económico y el negacionismo climático marcaban el rumbo hacia una autodestrucción. Tuvieron que ser esas nuevas generaciones, aquellas que tildábamos de cómodas, poco comprometidas, apáticas, las que pusieran pie en pared, ante lo que estaba sucediendo. También la comunidad científica se rebeló, cansada de que los poderes económicos y políticos hicieran caso omiso de sus estudios y advertencias.

También es cierto que la cruda realidad nos hizo ver a todos que había que cambiar el modelo. En los años 20 se intensificaron los fenómenos extremos: sequía, olas de calor, inundaciones, etc. Finalmente, esa realidad y la presión social lograron que de verdad se empezara a cambiar el sistema, por lo que las grandes corporaciones de la industria agroquímica empezaron a perder esa gran influencia que ejercían a través de sus lobbies y, cada vez más, se hizo imprescindible la aprobación del Consejo Científico Internacional, a la hora de implementar medidas de gran impacto. En la reforma de la PAC de 2029, y en las sucesivas, se cambiaron los criterios para la obtención de ayudas. Después de los pasos tímidos que se habían dado en reformas anteriores, esta vez se apostó por premiar e incentivar buenas prácticas en el campo. También se priorizaron las ayudas a la agricultura tradicional de pequeñas y medianas explotaciones, poniendo en valor los bienes que aportan desde el punto de vista social y medioambiental.

El cultivo ecológico sigue creciendo, cada vez es más valorado por los consumidores y la sociedad en general, y sigue proporcionando a sus productores la satisfacción del deber cumplido: la producción de alimentos de calidad, saludables y sostenibles desde el punto de vista social y medioambiental.

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

ILDEFONSO ROSA RAMÍREZ E HIJOS, S.L.

JAR

FABRICACIÓN DE MAQUINARIA
ACEITUNA | PISTACHO | ALMENDRA

creciendo junto a ti
50 AÑOS



Síguenos en:



Carretera de Cazorra, S/N · Mancha Real, Jaén (España)
T. (+34) 953 350 238 · F. (+34) 953 352 736
jarirr@jarirr.com · www.jarirr.com



Ausere

LLENADORAS VOLUMÉTRICAS
Y MÁSCAS



EQUIPOS ROTATIVOS Y LINEALES

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

LLENADORAS
SEMI-AUTOMÁTICAS



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

Industria Ausere S.L.

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

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

ausere@ausere.es
www.ausere.es

Historia, innovación y adaptación de una familia olivarera

Juan Manuel Luque
Director de Luque Ecológico



1 de octubre de 2050. A pesar de que la ola de calor no ha finalizado, se inicia la 50ª campaña de aceitunas ecológicas de la almazara familiar LUQUE ECOLÓGICO. Cada año, desde 1999, el primer día de campaña es especial: Mencía, Alejandra, Belén y Juan Manuel, sexta generación de almazareros de la familia, se disponen a revivir lo que su abuelo José Antonio y su hijo Juan Manuel vivieron al iniciar la andadura continuada por Belén y Rafael.



Mencía, ingeniera industrial especializada en Inteligencia Artificial, ha diseñado todo el sistema de recolección de las parcelas a partir de los datos recogidos durante los últimos 25 años ordenándolas por maduración, color de la aceituna y características organolépticas. Ya tiene preparado el calendario de recolección de las 30 parcelas que la familia y agricultores asociados poseen en Castro del Río. El sistema de recolección autónomo de máquinas autopropulsadas sin conductor con motor eléctrico parten del almacén común donde han estado cargando durante la noche a partir de las baterías que las placas solares cargaron durante el día anterior. Juan Manuel, gracias a su formación como ingeniero agrónomo, ha diseñado unas plantaciones de nuevas variedades resistentes a la sequía, a las temperaturas extremas y de precoz entrada en producción, junto a las tradicionales variedades que han hecho que el AOVE Luque sea conocido en todo el mundo como la pajarera. Cada una de estas máquinas es capaz de recolectar 10 hectáreas al día de manera autónoma y envían al molino la carga de aceitunas

clasificadas para obtener aceite Premium y virgen extra en contenedores diferenciados, para su procesado en la almazara bioclimática que utiliza únicamente energías renovables. El dron que sobrevuela la parcela ya recolectada aplica el tratamiento post-cosecha curativo para que el olivo quede preparado para la próxima cosecha y a la vez toma los datos de crecimiento vegetal del olivo y de la cubierta vegetal para calcular, gracias al algoritmo, la cantidad de CO₂ que ha absorbido durante el año dicha parcela. Este dato generará los créditos de carbono que ya hace años sustituyeron a la ayuda PAC.

Pero Alejandra, con su formación en marketing, pretende que los olivos centenarios recolectados con el sistema tradicional sean también productivos porque su cliente japonés y coreano sólo desea el aceite de esos olivos. No les importa que el precio sea 10 veces superior con este sistema tradicional. Belén consiguió gracias a sus estudios en ciencias ambientales aumentar la biodiversidad de esa parcela de olivos centenarios que ya cuenta con más de 100 especies diferentes entre flora y fauna y que ha conseguido sobrevivir al calentamiento de los últimos 25 años -que han elevado la temperatura en más de 2,5° C-, logrando que ese olivar se mantenga como una verdadera isla climática.

A pesar de la Inteligencia Artificial, el maestro Rafael con sus casi 80 años tiene que dar el visto bueno al AOVE que se envase para que perdure el espíritu y la esencia de esta familia olivarera.



ACEITE MONTERRUBIO

DENOMINACIÓN DE ORIGEN
PROTEGIDA



www.aceitemonterrubioidop.com



An organic olive oil
with a sense of place and identity
FROM A PORTUGUESE ANCESTRAL OLIVE GROVE

AZEITONA VERDE

WWW.AZEITONAVERDE.PT

TREICO®

Granadina REMASA TREICO CALDERERIA GARMO

www.treico.com

3ª Ed.

Curso de Maestros y Operarios de almazara

**HORAS
390**

MARZO A JUNIO DE 2024

Válido para el certificado profesional "Obtención de Aceites de Oliva"

¡PRESCRIPCIÓN ABIERTA YA!
**SI ESTÁS INTERESAD@, ENVÍA UN MAIL CON TUS
DATOS A INFO@CENTRODEOLIVARYACEITE.COM**

ORGANIZAN

10A OLIVAR y ACEITE **X ANIVERSARIO 2013-2023**
CENTRO DE INTERPRETACIÓN **AEMODA**
PIERALISI **CIRCULAR THINKING**

Un futuro grande, brillante, luminoso e incontestable

Rosa Vañó
Directora comercial y de Marketing de Castillo de Canena Olive Juice



La transformación y revolución que el aceite de oliva virgen extra ha experimentado en las primeras décadas del siglo XXI se verá enriquecida por valores que van más allá de la creación de AOVEs de extraordinario valor gastronómico, pieza muchas veces clave para que un plato quede redondo y sabroso.

Hoy en día se están poniendo ya los cimientos para que nuestros olivares tengan una capacidad holística de creación de valor. Todas y cada una de las piezas que componen el puzzle del olivar y los AOVEs serán sostenibles. La fijación de carbono de nuestros olivares y su cubierta vegetal, la maximización y precisión en la gestión de recursos hídricos, la creación de energía verde con los restos de poda, la purificación de las aguas residuales para revertir en caudal público, el aprovechamiento de residuos con fines cosméticos y medicinales o energéticos son sólo parte de esta concepción integral.

Estoy convencida de que, gracias a la información y formación de los consumidores, el consumo habitual y diario de los AOVEs se incrementará exponencialmente. Todo esto pasará por comunicar de forma contundente sus valores saludables y en cocina, en perspectiva con otras grasas; la promoción y apoyo por parte de los gobiernos del consumo de esta medicina rica y natural;

y la interiorización por parte de las naciones de que el virgen extra es el único zumo de fruta fresca con unos inmensos valores saludables y culinarios.

En 2050, el universo de hogares en el mundo con AOVEs en sus cocinas será casi completo, las despensas tendrán variedades y *blends* distintos para su disfrute y uso, y la concepción gastronómica y nutricional de los menús y alimentos dentro y fuera del hogar incluirán, de forma natural y continua, el aceite de oliva virgen extra como un *must* indispensable.

En un entorno donde la palabra sostenibilidad cada vez se presenta más hueca y vacía, ésta se llena de hechos presentes y futuros en el caso del olivar y del AOVE: sostenibilidad del planeta y de nuestros campos; sostenibilidad para la salud del ser humano, para su fijación en el territorio; y -por último y no por ello menos importante- para la sostenibilidad social y familiar que se reúne y pivota alrededor de una buena mesa y un buen AOVE.

Desde Castillo de Canena tenemos la ilusión y el compromiso de formar parte de la Historia -con mayúsculas- de este maravilloso zumo en el siglo XXI, por eso creemos que esta carta de deseos para 2050 es muy probable que se haga realidad... porque no sólo se trata de soñar, sino de formar parte del sueño.



INOELEC

automatización industrial



Avd. Malaga nº37 bis Montilla (Córdoba), España | +34 957664334 | Oficinas | www.inoelec.com | info@inoelec.com

AUTOMATIZACION INDUSTRIAL - SOLUCIONES A SU ALCANCE



INDUSTRIA CONECTADA 4.0
 pide información sin compromiso



OLVESA

Desde 1960

COMPONENTE ESENCIAL

- Fabricación de Maquinaria y Componentes Industriales
- Fabricación y Reparación de Maquinaria Oleícola

Distribuidor Oficial para España y Portugal de:

VITONE ECO
 SINCE 1904

Polígono Industrial Los Olivares, C/ Génave 12-14 23009 Jaén SPAIN
 +34 953 280 253 | olvesa@olvesa.com | www.olvesa.com



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 020270
 Móvil + 34 615 689778
 www.agrocuaderno.com



SERIJEREZ

DECORACIÓN EN VIDRIO



MÁXIMO CUIDADO PARA UN ACABADO PERFECTO
 SERIGRAFÍA VITRIFICABLE Y ORGÁNICA, PINTADO TOTAL Y PARCIAL, HOT STAMPING

MÁS DE 35 AÑOS DE EXPERIENCIA
 EL MEJOR ASESORAMIENTO TÉCNICO PARA DAR UNA CORRECTA SOLUCIÓN A SUS NECESIDADES
 MODERNAS INSTALACIONES. GRAN CAPACIDAD PRODUCTIVA Y LOGÍSTICA

Parque Empresarial, C/ De las Ciencias nº 24 · 11407 Jerez de la Frontera (Cádiz) · T. (34) 956 317 613 · comercialweb@serijerez.com
 www.serijerez.com

Jaén, la gran referencia oleícola internacional que en 2050 habrá constatado su excelencia

Juan Vilar Hernández

Profesor, director del Máster en Administración y Dirección de empresas oleícolas de la Universidad de Jaén y miembro del Consejo Social de la UJA



Con casi 600.000 hectáreas de olivar y campañas medias superiores a 400.000 toneladas, Jaén es sin lugar a dudas la mayor referencia internacional del sector del aceite de oliva, tanto en términos de superficie como de producción. Sin embargo, la provincia de Jaén ostenta menos del 2% del olivar ecológico del planeta y una cota inferior al 1% del olivar en seto del mundo, mientras que los datos globales en ambos casos alcanzan el 8,5 y 9%, respectivamente. Por ello, comparativamente hablando, se podría afirmar que evoluciona de una forma más ralentizada que la olivicultura internacional.

Algo que contrasta con el hecho de que Jaén, con el 5% de superficie de olivar del mundo, es capaz de generar el 12% de aceituna y el 20% del aceite de oliva que se consume en el planeta, lo que demuestra que los olivos jiennenses son cuatro veces más productivos que la media de los del resto del mundo. Además de una ventaja competitiva, esta circunstancia supone un freno, habida cuenta de que sólo se mejora a partir de situaciones de crisis y necesidad.

El 25% de la población activa a nivel mundial desempeña su función en el sector primario, mientras que en la UE dicho porcentaje es tan sólo del 6% y en España, del 5%. Para 2050 se prevé que dichas cifras sean del 2,5 y el 3%, respectivamente, por lo que a largo plazo existirá una limitación en la disponibilidad de mano de obra para explotar la superficie

mencionada y obtener las producciones a las que estamos acostumbrados.

En las próximas décadas, Jaén incrementará de forma gradual su posición de indiscutible liderazgo a un ritmo que se verá refrendado por su experiencia y conocimiento del sector, un aspecto en el que la contribución de la Universidad de Jaén (UJA) se antoja decisiva. Un crecimiento basado en dos pilares fundamentales: la transformación de sus plantaciones en olivares más mecanizados y eficientes, cuya mayor generación de renta ayudará a vertebrar las zonas rurales y su tejido industrial; y la producción de aceites singulares, diferenciados y ricos en matices, procedentes de ese reservorio varietal, que contribuirá al mantenimiento de la población y de la olivicultura tradicional de la provincia. Todo ello se verá completado con la necesaria transformación de sus más de 300 almazaras dotadas de la última tecnología, que pondrán de manifiesto esa posición de referencia cuantitativa con campañas medias de más de 700.000 t. de aceite de oliva y el rango cualitativo de sus AOVEs a nivel internacional, como ya sucede en la actualidad.

Por tanto, el sector jiennense de elaboración de aceite de oliva en 2050 será similar al actual y gozará de un protagonismo aún más acusado, aproximándose a la excelencia en términos de innovación, calidad, sostenibilidad, eficacia, eficiencia y uso responsable de los recursos, incluido el agua.





Green
AGROISA

GRACIAS POR TANTO...
FELICIDADES QUERIDO AMIGO.

Pasión por el
Planeta Olivo

agroisa
maquinaria | servicios

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



apdo.33 | bolivia 16 | plg ind lapachares
+34 958 335 003 office
18360 | huétor tájar | granada | esp
info@agroisa.com

Formación en el sector oleícola en 2050

M^a Paz Aguilera

Técnica Especialista en el Área de Agroindustria y Calidad Alimentaria del centro IFAPA Venta del Llano



En 2050 concibo un sector oleícola formado en todos los sentidos, desde el olivar hasta la almazara, pasando por la distribución y el propio consumidor. Las explotaciones olivereras estarán inmersas en un entorno digital, lo que sin duda implicará una tecnificación de su personal, que se verá favorecido por el relevo generacional que se está produciendo. La Agricultura de Precisión apoyada por sistemas de teledetección, la utilización de sensores, drones y la aplicación de la Inteligencia Artificial permitirá predecir cosechas, determinar el momento óptimo de recolección, optimizar y adaptar de forma individualizada la fertilización, el riego y los tratamientos fitosanitarios, siempre con el objetivo de la sostenibilidad y el respeto al medio ambiente. La formación en este ámbito conllevará el manejo de drones, el empleo de sistemas telemáticos y de sensores, así como la interpretación de modelos predictivos, muy distinta de la que se lleva a cabo en la actualidad.

En el caso de los maestros, maestras, operarios y operarias de almazaras, se llevará a cabo una auténtica revolución tecnológica que implicará una adaptación del perfil profesional. La introducción de nuevas tecnologías en el proceso de extracción hará necesaria una formación específica en cuanto a su regulación y optimización. En un entorno totalmente digitalizado y basado en sistemas inteligentes, los profesionales de la almazara requerirán de una formación específica como el empleo de equipos interconectados que podrán tomar decisiones en base a consignas previamente establecidas, conocimientos avanzados de sensorización o empleo de gemelos virtuales para simular y ajustar las condiciones del proceso para la obtención de aceites de oliva vírgenes extras a la carta. Asimismo, resultarán indispensables los conocimientos sobre aspectos relacionados con la gestión y aprovechamiento de los sub-

productos, tales como la obtención de energía eléctrica, hidrógeno y enmiendas orgánicas (compost y biochar), así como la extracción de compuestos de alto valor añadido, siempre con el horizonte de la economía circular.

Finalmente, atisbo una profunda transformación de los formadores y formadoras, que se tendrán que reinventar para situarse a la vanguardia de los recursos que existan en ese horizonte de 2050. Los imagino apoyándose en simuladores donde poder testar diferentes condiciones de extracción adaptadas a la variedad molturada y que permitan diseñar el virgen extra que se quiere obtener, desde el árbol hasta la botella. Utilizando sistemas de realidad aumentada que posibiliten viajar por el interior de las máquinas o depósitos y llevar a cabo reparaciones virtuales, así como sistemas de gamificación que permitan al alumno aprender a cómo regular el proceso de extracción, el empleo de gemelos virtuales y sistemas inteligentes.

En definitiva, la implantación de nuevos conocimientos y nuevas técnicas de aprendizaje permitirán al sector aplicar nuevas tecnologías, siempre desde el respeto al medio ambiente y de forma totalmente sostenible.





INGENIERÍA, AUTOMATIZACIÓN, CONTROL Y GESTIÓN DE PROCESOS PARA ALMAZARAS

Más de 40 años Ofreciendo Soluciones

ProciÓleo

► SISTEMA 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

Solution
Partner

SIEMENS

Automation

vmware[®]
PARTNER

PROFESSIONAL
SOLUTION PROVIDER

**Rockwell
Automation**

Recognized Systems Integrator

Sede en Europa

Parque Industrial y de Servicios del Aljarafe, Calle Brujula 62.
41927 - Mairena del Aljarafe
(Sevilla) España.
Tfno.: +34 954 18 66 80

Sede en América

6ª Avd. 0-60, Gran Centro Comercial, Zona 4 / Torre II.
8º Nivel. Oficina 801.
01004 Guatemala C.A. (Guatemala)
Tfno.: +(502) 2335-2320 / +(502) 2338-0022

www.procioleo.es

Juntos somos más fuertes

Mercedes Uceda

Directora del Dpto. de Calidad y Subproductos de IADA Ingenieros



Amanece en Jaén. Estamos en plena feria de San Lucas del año 2050 pero hoy toca trabajar, la cosecha 2050/2051 está empezando a dar sus primeros AOVEs tempranos. Café en mano me pongo a pensar cuánto han cambiado las dinámicas de recolección desde que yo empecé en el año 2012, y eso que para entonces ya se había adelantado la época de recolección y se separaba el vuelo del suelo. Hoy en día el suelo ya no existe, la recolección se termina como tarde en enero -cuando los años son muy lluviosos- y sólo se producen aceites de oliva vírgenes lampantes en casos muy extremos, como averías graves en la almazaras.

Tengo prisa, antes de ir a la almazara voy a asistir a una mesa redonda sobre diferentes aspectos del sector; recuerdo cuando teníamos que celebrar el Día de la Mujer Rural y hacer mesas sólo de mujeres para que el sector reaccionara un poco e incrementara la presencia de compañeras en sus coloquios. Todo eso ya ha quedado en los anales de la historia, junto con el hecho de tener que disculparse por decir que las cosas no siempre eran fáciles. Hoy en día es muy normal encontrar maestras de almazara haciendo turnos de noche junto a sus compañeros y mujeres a cargo de empresas de servicios para la recolección y encargadas de campo, siendo comerciales de las más importantes casas de maquinaria o formando parte del servicio técnico de las mismas. Todos ellos trabajos que tradicionalmente sólo habían ocupado hombres, no porque se nos hubiera impedido optar a ellos, simplemente había que romper esa barrera social que hacía que no se nos ocurriera postularnos. Al igual que las empresas se dieron cuenta de que los equipos multidisciplinares enriquecían los departamentos y el desarrollo de los

proyectos, ya que cada formación aporta un punto de vista diferente a la solución de un problema, nuestro sector comprendió que la incorporación de la mujer en todos los eslabones de la cadena lo enriqueció de igual manera, aportando otra forma de afrontar el día a día, solucionar problemas y acometer nuevos retos -no digo mejor, sino diferente-.

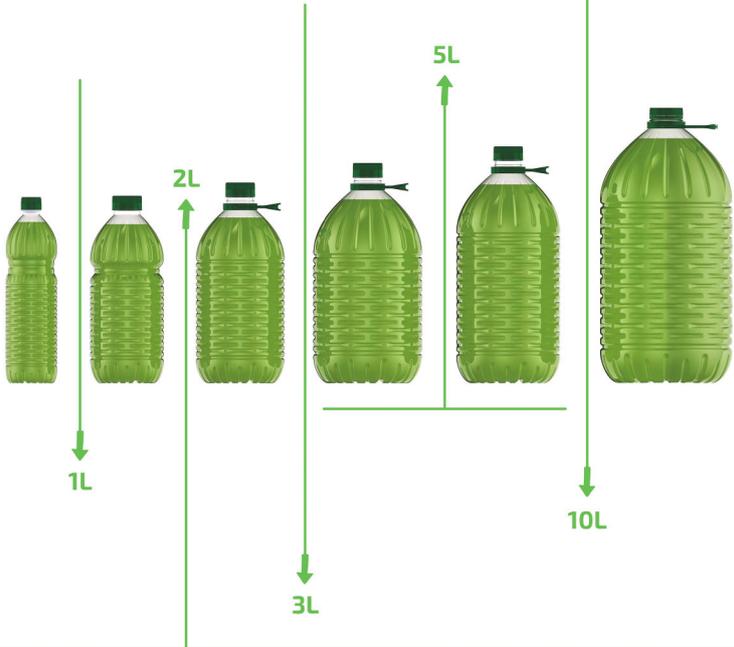
Cierto es que cuando yo empecé en 2012 ya había mujeres que eran referentes en nuestro sector, pero estaban dedicadas sobre todo al área de la calidad, el diseño y la comunicación. En 2023 ya podíamos hablar de mujeres que eran un claro ejemplo a seguir en el mundo de la elaboración y la gerencia de cooperativas, pero nos restaba culminar la entrada a todos los niveles; y esa sinergia entre los que ya estaban y las que llegaron dio lugar a que solucionáramos uno de los problemas más graves que tenía nuestro sector, el cambio generacional en el campo, construyendo una sociedad rural viva, ilusionada y profesional que consiguió difuminar el papel de los fondos de inversión en nuestros campos. Brindemos por ello con un magnífico AOVE de la variedad picual.



envaseSoplados

Nueva gama de envases ECO

Diseños Registrados



www.envasesoplados.com

VIMAR EQUIPOS



SOLUCIONES INTEGRALES PARA PREPODA DE OLIVO



Síguenos en:

www.vimarequipos.com
 Pol. Escodinas, 3 - 44621 Mazaleón (Teruel) - España
 comercial@vimarequipos.com - (+34) 978 89 88 11

VIMAR
 harvest solutions

WEENAT

Condiciones de tus parcelas en tiempo real

Consulta las condiciones agrometeorológicas de tus parcelas con sensores y ve un paso por delante gracias a Weenat.



- Optimizar el riego
- Meteorología de precisión y pronóstico 15 días
- Recomendaciones para optimizar tratamientos
- Alertas personalizadas (temperatura, estrés hídrico, lluvia etc.)
- Sensores móviles, geolocalizados y autónomos



Más información en:
WEENAT.COM/ES/

Un futuro emocionante y prometedor

Miguel Verdasco

Bróker de aceite de oliva y derivados (FINIBUS)



El sector del olivar y la producción de aceite de oliva, pilares de la cultura mediterránea, se enfrentan a un emocionante viaje hacia el futuro en el horizonte del año 2050. Y a medida que avanzamos hacia ese futuro, se plantean interrogantes apasionantes sobre su evolución en un mundo en constante transformación.

El mercado en origen a granel ha sido un componente esencial en el proceso de producción de aceite de oliva a lo largo de la historia. Sin embargo, el futuro plantea múltiples desafíos y oportunidades, y uno de los aspectos más destacados es la creciente importancia de la sostenibilidad. En los últimos 10 años hemos observado un cambio hacia prácticas agrícolas más respetuosas con el medio ambiente, y en 2050 se espera que esta tendencia se haya consolidado. Las operaciones del mercado en origen a granel deberán adaptarse a esta demanda de aceite de oliva producido de manera sostenible, lo que podría impulsar la adopción de prácticas más ecológicas en la producción y el transporte.

Además, la tecnología desempeñará un papel crucial en la evolución del sector. La digitalización y la automatización de los procesos agrícolas permitirán una mayor eficiencia en la recolección de las aceitunas y en la extracción del aceite. Ello no sólo optimizará la producción, sino que también facilitará un control más preciso de la calidad del producto, lo cual se antoja esencial para satisfacer las demandas de unos consumidores cada vez más exigentes.

En cuanto a la economía del sector del aceite de oliva, también se encuentra en constante cambio. En la última década se ha observado una creciente diversificación en las formas de comercialización y un aumento

en la demanda de aceite de oliva virgen extra respecto al resto de categorías. En 2050 es probable que esta tendencia se haya consolidado. Los productores deberán adaptarse a las cambiantes preferencias de los consumidores para seguir siendo competitivos.

Sin embargo, una de las novedades más intrigantes podría ser la adopción de nuevas formas de pago en el sector. El auge de las criptomonedas y la globalización de los mercados podrían llevar a la aceptación de pagos en otras divisas, lo que abriría nuevas oportunidades de comercio internacional y permitiría una mayor flexibilidad en las transacciones. Las criptomonedas, con su seguridad y rapidez, podrían ser especialmente atractivas para las operaciones internacionales en un sector en constante expansión.

En este contexto, las fábricas y los brokers de aceite de oliva seguirán desempeñando un papel fundamental. Las fábricas deben estar preparadas para satisfacer las demandas cambiantes del mercado y adoptar tecnologías avanzadas para garantizar la calidad y la eficiencia en la producción. Los brokers también deberán hacerlo para seguir siendo el vínculo en la intermediación entre productores y compradores, facilitando acuerdos y promoviendo la conectividad en el mercado global.

En resumen, el sector del olivar y la producción de aceite de oliva se hallan en un proceso de constante transformación y se enfrentan a un emocionante futuro en 2050. La sostenibilidad, la tecnología y la adaptación a las preferencias cambiantes de los consumidores serán factores determinantes. Así, ambos se encaminan hacia un futuro prometedor, siempre que se adapten a los desafíos y oportunidades que se presenten en los próximos años.



IMS

CONTROL INDUSTRIAL



INDEPENDENCIA DIGITAL 5.0

IA

ESPECIALISTAS EN ALMAZARAS

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

Tecnología en línea para la medida y el control del proceso de extracción de aceite.

Miden: Aceituna Entera + Orujo/Alperujo + Aceite de Oliva

- Hasta 6 sensores se pueden conectar a un espectrómetro a la salida de lavadora y/o mezcladora y/o decanter y/o centrifugadora.
- Sin tener que manipular las muestras.
- Visualización de las mediciones en tiempo real de valores numéricos y gráficos con tendencias.
- Trazabilidad y conexión con SCADA de almazara.



Polytec

¿Qué distingue a AxFlow?

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

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

+34 91 729 18 18 @ axflow@axflow.es

Delegaciones: Andalucía - Castilla La Mancha - Cataluña.

TAMESUR, CALIDAD Y RENDIMIENTO

MAQUINARIA DE ELEVACIÓN Y TRANSPORTE

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



TAMESUR, S.A.

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

El triunfo de la esperanza y la innovación

Rafael Alonso Barrau
Director comercial y de Calidad de Oro del Desierto

Año 2050. El sol asoma por Levante temprano, los olivos comienzan a recibir su luz, es el primer día de cosecha y las aceitunas cuelgan de las ramas en envero. Tanto los ensayos clásicos de maduración como la teledetección en continuo de la explotación reporta contenidos en grasa sobre seco ideales para el comienzo de la recolección, la maquinaria automática ya está preparada para comenzar a moverse por las líneas de olivos y realizar la recolección eficazmente sin necesidad de operarios, más allá de la supervisión.

No obstante, el encargado de la finca va organizando las cuadrillas también para recolectar el olivar tradicional, no todo el olivar es mecanizable y hay quienes se mantienen orgullosos cultivando olivos a la manera ancestral; estos viejos olivos siguen dando frutos siglos después. Su valor patrimonial se añade al comercial para mantener un porcentaje relativamente elevado de olivar de sierra y procedente de zonas menos favorables que hoy en día cuenta con un mercado de producción ecológica y certificado de cultivo tradicional. Su aceite será destinado a ediciones limitadas que se venden a un elevado precio para los paladares más exquisitos y los consumidores concienciados con la importancia del mantenimiento de la tradición.

Las fincas disponen de riegos ultramodernos enterrados y optimizados para mantener cosechas estables incluso en un escenario de clima adverso, con un uso de agua mínimo y automatizado, de forma que a día de hoy se produce un kilo de aceituna con tres veces menos agua que hace 25 años. La tecnología permite garantizar diferentes suministros hídricos según zonas con nuevas tecnologías de desalinización, aprovechamien-



to del agua atmosférica por condensación y una gestión de los embalses y conducciones sin pérdidas gracias a modernos sistemas de control.

El escenario climático ha llevado al sector a seleccionar nuevas variedades para complementar a las tradicionales, todas ellas seleccionadas por su rusticidad y adaptación al calor y estrés hídrico, con floraciones más tempranas y una alta adaptación a las plagas, siendo casi innecesario el tratamiento fitosanitario -salvo excepciones concretas-.

La cosecha se adelanta y, pese a las altas temperaturas, la capacidad de transporte y molturación de las modernas almazaras rebasa sobradamente la entrada de fruto, de manera que con equipos de refrigeración y extrema rapidez los aceites obtenidos de los modernos cultivos son procesados obteniendo un alto porcentaje de aceite de oliva virgen extra respecto al total de la cosecha.

La demanda mundial sigue en aumento, dado que el aceite de oliva es requerido sobre todo por sus propiedades saludables, pero las mejoras en agronomía han permitido que la producción -tanto en países tradicionales mediterráneos como en nuevos destinos que con el cambio climático poseen zonas cultivables- siga aumentando: a día de hoy, la producción y consumo suponen ya el 5% del total de grasas comestibles del mundo.

Quién le iba a decir a mi alter ego de 2023 que esto sería así, cuando llevábamos dos cosechas escasas consecutivas y arrastrábamos problemas estructurales en el sector... pero, una vez más, asistimos al triunfo de la esperanza y la innovación.

Intermediario de aceite de oliva

Ramón Alcalá

607 628 997

administracion@origenia.com

Tel.: 957 49 85 90 // Fax: 957 24 51 55



INGENIERÍA PARA UN MUNDO MEJOR

La mejor tecnología de separación para obtener
el mejor aceite de oliva

Cientos de almazaras de los cinco continentes confían en los
equipos industriales de GEA para la elaboración de aceite de
oliva. Fiabilidad, tecnología alemana y asistencia técnica
cercana y eficiente.

Líneas de extracción con alta eficiencia energética y bajo
consumo de agua para un proceso de elaboración
sostenible.

GEA Engineering
for a better
world.

GEA.com



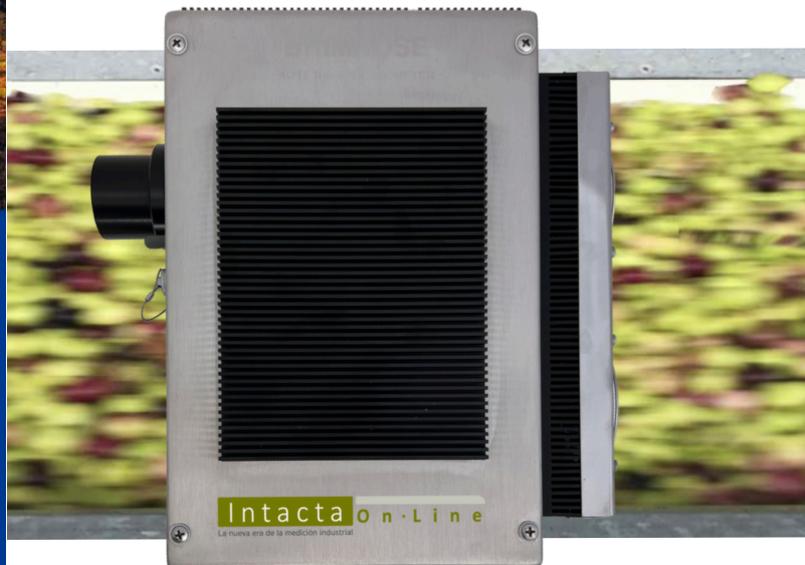
Intacta On·Line

La nueva era de la medición industrial

Medición en Continuo

Aceituna Entera sobre Cinta Transportadora
GRASA, HUMEDAD Y ACIDEZ

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



Soluciones Integrales de Laboratorio S.L
P.Ind La Llave, C/ Cereal, 34-36 Nave 1 19170 El Casar (Guadalajara)
Telf: +34949 335 460
www.tecnilab.es

La evolución de las tecnologías de comunicación: una oportunidad única para el sector oleícola

Juliette Cayol e Irene Lucini Serrano de Haro
 Departamento de Traducción y Comunicación del
 Consejo Oleícola Internacional (COI)



Si imaginamos el sector del aceite de oliva en 2050, lo que probablemente más habrá cambiado no serán ni las técnicas de cultivo de los olivos ni la maquinaria de elaboración del aceite, sino los métodos de transmisión de la información sobre los productos del olivo. El desarrollo de la tecnología avanza a pasos de gigante. Si observamos el progreso de los últimos años, cabe esperar que para 2050 vivamos en una realidad digital increíblemente modernizada en comparación con el año 2023.

La comunicación sobre el aceite de oliva y el olivar probablemente cuente con una dimensión inmersiva sin precedentes. La realidad aumentada y la realidad virtual permitirán viajar en cuestión de milisegundos a almazaras en cualquier parte del planeta. Desde la comodidad del sofá, los consumidores podrán informarse acerca de los productos y ver con sus propios ojos cómo se cultivan los olivos, gracias a la comunicación holográfica, contenido en 3D o videos interactivos.

Si damos por hecho que la tecnología de interfaz cerebro-ordenador también va a progresar estrepitosamente -lo cual no parece arriesgado si tenemos en cuenta que una conocida marca de *smartphones* está a punto de lanzar al mercado sus gafas de realidad mixta-, podemos esperar que la comunicación del sector oleícola también dé un paso más allá y se vuelva sensorial. Los usuarios podrán sumergirse en almazaras y oler el fruto del olivo, sentir la temperatura del campo y probar virtualmente los productos a través de la mente antes de comprarlos. En un entorno completamente inmersivo y virtual, podrán explorar los productos y las tiendas de una manera similar a la experiencia física.

Las empresas podrán dirigirse de forma mucho más personalizada a los consumidores y proporcionarles información y recomendaciones individuales. Usarán asistentes virtuales y *chatbots* que serán, gracias a la recopilación masiva de datos y

a los avances de la Inteligencia Artificial, más sofisticados y capaces de comprender y responder de manera más natural a las conversaciones. Ofrecerán información detallada sobre los productos oleícolas, responderán de manera inmediata a las preguntas de los consumidores y les ayudarán, adaptándose a los momentos y lugares en los que estén más receptivos a los mensajes sobre el aceite de oliva, a elegir el producto que mejor encaje con sus gustos, sus necesidades y sus preferencias.

En 2050, las empresas podrán recurrir a unos *influencers* virtuales generados por ordenador y programarles para promover el aceite de oliva y comunicar los beneficios y usos del producto de manera atractiva. Fomentarán la participación de los consumidores en la creación de contenido relacionado con el aceite de oliva -podrán compartir recetas, consejos de cocina y reseñas, lo que ayudará a construir una comunidad en torno al producto- y comercializarán sus productos a través de distintas plataformas e interfaces digitales. La traducción automática y la interpretación en tiempo real serán cada vez más precisas, lo que facilitará la comunicación global y la superación de las barreras lingüísticas.

La tecnología *blockchain* permitirá acceder a toda la información acerca de la producción, la cadena de suministro y el respeto de prácticas sostenibles y éticas en la producción y en la distribución del producto, además de contarnos las historias detrás de las comunidades agrícolas de forma transparente y verificable. Sin embargo, las estrategias actuales de *B2C (Business to Consumer)* irán dando paso al *P2C (Product to Consumer)*.

Estas nuevas formas de comunicación son las que podrían revolucionar este sector, porque seremos capaces, por fin, de dar a entender a los consumidores que el aceite de oliva es un producto único. Único por su sabor y su bondad, por su composición y sus infinitas ventajas para la salud, y único también para el medio ambiente por ser el olivar un sumidero de CO₂.

Palacín

Durante más de 150 años, ANDRITZ SEPARATION se ha especializado en el desarrollo de tecnologías y conocimientos claves en el sector de la separación. Con más de 15.000 decantadoras centrífugas instaladas en todo el mundo, ANDRITZ SEPARATION es uno de los líderes mundiales en el suministro de centrifugadoras. Los decantadores F-type están diseñados específicamente para la industria alimentaria y en especial para el sector oleícola, cumpliendo con los requisitos más exigentes. PALACÍN incorpora en su línea de extracción continua esta gran marca y se convierte en el distribuidor exclusivo de ANDRITZ SEPARATION para España y Portugal.



Distribuidor exclusivo para España y Portugal de **ANDRITZ Separation**



Polig. Ind. "Los Cerros" Parcelas 2 y 3 | 23400 - Úbeda (Jaén) - Spain | Telef: +34 953 757 112 | www.palacin.com



© Coreti 2022

SOLO UNA COSA POR ENCIMA DE NUESTROS CLIENTES,
SU PRODUCTO

Fabricamos etiquetas adhesivas desde 1991.

www.coreti.com

e-mail: coreti@coreti.com Teléfono: +34 981 795 622

CORETI
ETIQUETAS ADHESIVAS

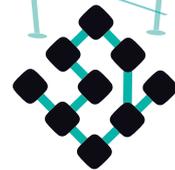
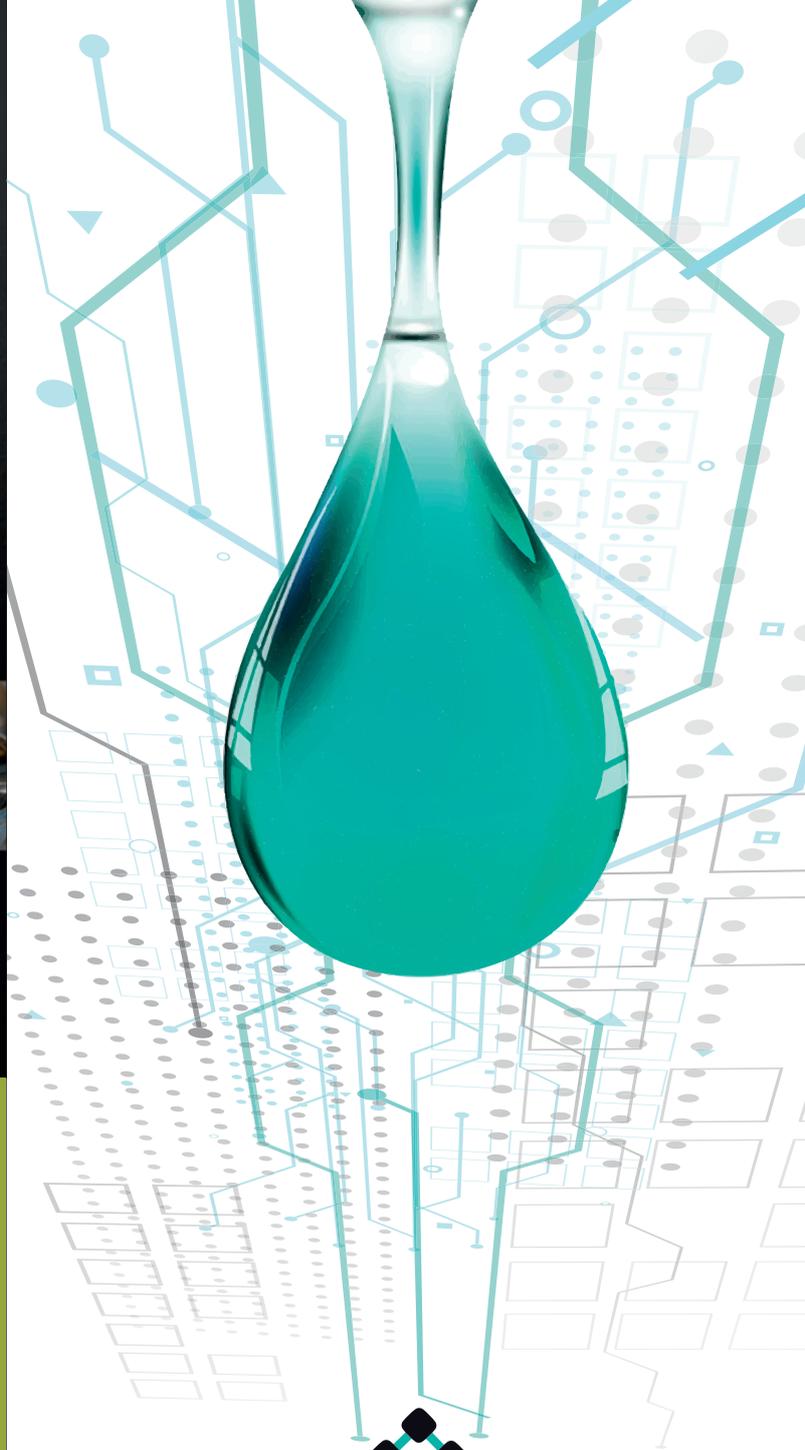
asteria
LABELS & PACKAGING GROUP

GARANTIZAMOS
TUS ETIQUETAS CON
NORMATIVAS ALIMENTARIAS



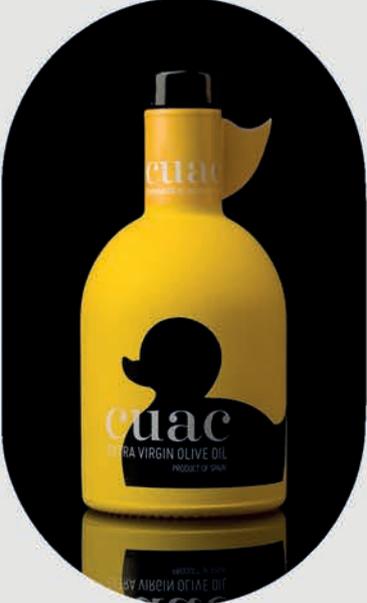
www.gesca.es

Úbeda - (Jaén) - España



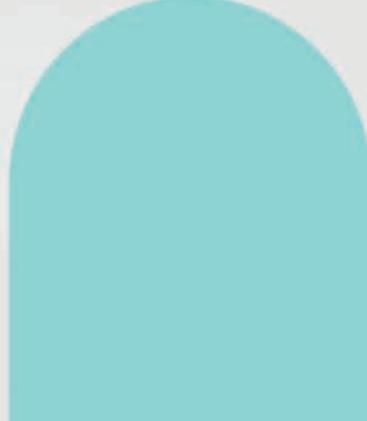
Gescá

AUTOMATIZACIÓN INDUSTRIAL
INDUSTRIAL AUTOMATION



The value of emotions...

www.cabelloxmure.com



X200

cabello X mure
BRANDING & PACKAGING
de autor

This year we celebrate the beautiful number of 200 awards received. Endless thanks all of our clients for trusting our work and to the suppliers who are part of this great team. Together we make it possible.





MUJERES & AOVE

Las mujeres del AOVE alzan la voz

Como en tantos otros, las mujeres tampoco lo han tenido fácil en un sector tradicionalmente masculino como el del olivar y el aceite de oliva. Hemos querido conocer la inspiradora historia de algunas de las mujeres presentes -como productoras, consultoras o catadoras- en el TOP100 de EVOOLEUM, preguntándoles qué aporta la mirada femenina al mundo del virgen extra, así como acerca de los principales logros alcanzados y los retos a conquistar.

Lucia Di Molfetta (Di Molfetta Frantoiani)

Lucia Di Molfetta, directora de Marketing y Ventas de Di Molfetta Frantoiani, creció en los campos de olivos y pasaba los días frente al tradicional frantoio observando el trabajo de los operarios. Tras estudiar en China, Lucia regresó a Italia y se incorporó al negocio familiar en 2014 tras licenciarse en Relaciones Internacionales y obtener una doble titulación como perito agrícola. “El mundo del aceite de oliva siempre ha formado parte de mi vida -explica-. Me encanta contar la historia de nuestro



**oliva
tessen**
BY MERCADÉI

*Reserva ya tu espacio publicitario en
OLIVATESSEN #10 • EDICIÓN 2024*

Pincha aquí



I LOVE AOVE

KATE MOSS
ENTREVISTADA EN EXCLUSIVA PARA OLIVATESSEN #10

“Ser mujer emprendedora en un sector como este no es fácil, pero con tesón, pasión y dedicación se puede superar cualquier obstáculo”

María José Toral (Pagos de Toral)

La historia de amor de María José Toral con el AOVE comenzó tras una triste noticia, el fallecimiento de su padre, “un hombre muy trabajador y enamorado de los olivos que plantó y crió desde pequeño”. La responsable de Producción y Calidad de Pagos de Toral recuerda que “a raíz de aquello me formé como maestra de almazara y en la empresa decidimos difundir la cultura del aceite de oliva virgen extra e intentar elaborar uno de los mejores AOVes del mundo”.

En su opinión, “la inclusión de la mirada femenina en el sector del olivar y del aceite de oliva ofrece una perspectiva diversa y valiosa. Las mujeres aportan sensibilidad hacia la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente, promoviendo prácticas agrícolas más respetuosas. También destacan por su dedicación a la calidad y a la excelencia, buscando la mejora continua en la producción. Nuestro espíritu emprendedor e innovador impulsa la diversificación del sector. Además, la participación activa promueve la igualdad de género y la equidad laboral, creando un entorno más inclusivo. En resumen, la mirada femenina enriquece el sector del olivar y el aceite de oliva a través de la diversidad, sostenibilidad, calidad, emprendimiento e igualdad de género”.

territorio a través del olivo y del aceite, transmitiendo la pasión y dedicación necesarias para este trabajo”.

“Ser mujer emprendedora en un sector como este no es fácil -asegura-, pero con tesón, pasión y dedicación se puede superar cualquier obstáculo. Necesitamos estudiar y profundizar en el conocimiento del mundo agrícola, que muchas veces está plagado de prejuicios y estereotipos culturales que imponen reglas y límites. Para mí el mayor desafío es formar trabajadores más cualificados que puedan trabajar en el campo agrícola con una mejora real a nivel productivo y medioambiental. Es importante agregar valor al lugar donde vives creando relaciones y ambientes que permitan que los jóvenes puedan quedarse en nuestras tierras en lugar de huir porque no nos sentimos bienvenidos”.



“Las mujeres aportan sensibilidad hacia la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente, promoviendo prácticas agrícolas más respetuosas”

Rosa Moliterno

Broker

Aceite de oliva a granel

952 603 030
rm@iberiadeaceites.com

Iberia de Aceites S.L.



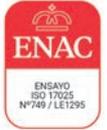
LABORATORIO

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

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



OTROS ACEITES VEGETALES



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

ANÁLISIS DE CONTAMINANTES



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

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

CALERO
GROUP

INGENIERÍA Y
DESARROLLO
AGRO-INDUSTRIAL



TRITURADORA DE HOJAS



LAVADORA / LIMPIADORA
ECO 1000



LIMPIADORA LP



PESADORA P-500

SOLUCIONES INTEGRALES PARA EL ÉXITO DE TU CAMPAÑA

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



CALERO-GROUP.COM

(+34) 953 281 116

laboratorio@laboratoriotello.com

www.laboratoriotello.com

P.I. Los Olivares. C/La Iruela, 8. (23009) Jaén - España



“Guiar a personas que conectan con sus recuerdos y emociones a través de los aromas de la naturaleza que sólo un AOVE de altísima calidad puede evocar es para mí un motivo de gran alegría”

Maria Paola Gabusi (Casa del Tempo Ritrovato)

Maria Paola Gabusi, más conocida como Maripa, accedió al mágico mundo del virgen extra pasados los 40 y en la actualidad es jefa de panel de un grupo de cata reconocido por el Ministerio de Agricultura italiano y organiza el concurso internacional Leone d’Oro. Tras el nacimiento de sus dos hijos decidió trasladarse a la antigua casa de sus abuelos en la orilla occidental del Lago di Garda -rodeada por un olivar centenario de la variedad casaliva-, donde abrió un B&B.

Su contacto con el virgen extra fue un amor a primera vista. Catadora profesional de aceite de oliva -al año cata más de un millar de AOVES-, su aportación a este mundo está mucho más centrada en el análisis sensorial que en la producción de AOVE, aunque elabora su propio AOVE 100% italiano de edición limitada (Casa del Tempo Ritrovato). En su opinión, la sensibilidad femenina y un enfoque tanto técnico como emocional -y de alguna manera poético- marcan la diferencia. “Guiar a personas que conectan con sus recuerdos y emociones a través de los aromas de la naturaleza que sólo un AOVE de altísima calidad puede evocar es para mí un motivo de gran alegría”, asegura.

Anita Zachou (Mykonos Olive Oil Tasting)

El de la griega Anita Zachou, fundadora de Mykonos Olive Oil Tasting, es un perfil multidisciplinar. Ingeniera agrónoma, experta catadora en aceite de oliva titulada por la UJA y consultora de producción, calidad y blending, Anita proviene de una familia de productores de aceite de oliva -su madre nació en Kalamata, la zona productora de aceite de oliva más famosa de Grecia-, por lo que el zumo de aceituna siempre ha formado parte de su vida. “Pasé muchas horas de mi infancia jugando





FINIBUS

COMERCIO DE ACEITE DE OLIVA
OLIVE OIL BROKERAGE

MIGUEL S. VERDASCO
miguel@finibus.es
0034 659 920 608



TENEMOS LOS MEDIOS TIENES LA SOLUCIÓN

**ROYSE, SIEMPRE AL LADO DEL
SECTOR DEL OLIVO**

¡FELICIDADES!

DÍA MUNDIAL DEL OLIVO

 www.rodamientos.net



**Indea
Technologies**



SISTEMAS DE CONTROL ALMA/System ®

OPTIMIZACIÓN COMPLETA DE SU ALMAZARA



- Control de Producción
- Control de la Humedad
- Control de Temperaturas
- Control de Grasa en Orujo
- Control del Talco
- Control de Acidez del Aceite
- Clasificación Automática de aceites
- Control de Caldera
- Control de Molienda
- Control de Maniobras de Maquinaria
- Control del Diferencial del Decanter
- Control de Bodega
- Control Remoto por Internet
- Envío SMS de Alarmas
- Control por Videocámaras
- Clasificación de Socios mediante Tarjetas Inteligentes
- Control Inteligente de su Patio
- Trazabilidad TOTAL

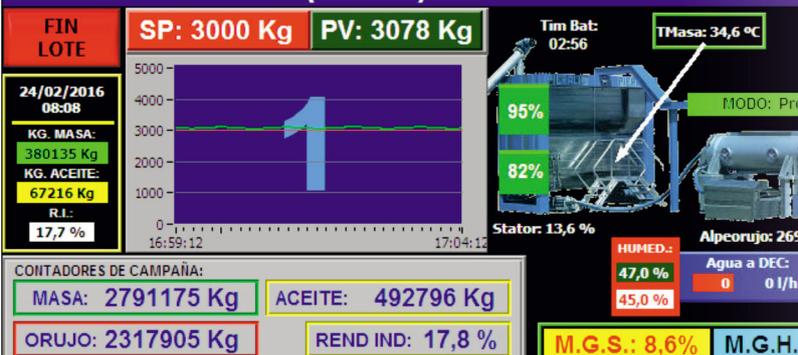
www.indeatech.com

Tel.: 913 980 071
indea@indeatech.com

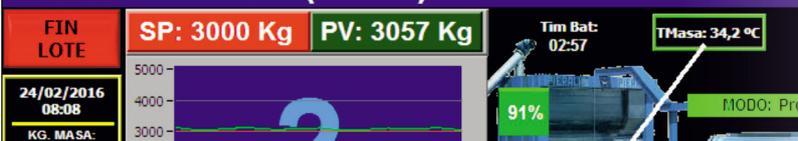


S.C.COOP. OLIVAR

DECANTER 1 (P-333)



DECANTER 2 (P-333)



“El mayor reto a conquistar es cambiar la mentalidad de los hombres en un sector dominado por hombres”

o descansando bajo los olivos -rememora- y siempre he admirado su grandeza y belleza. Cuando en 2012 realicé mi primer seminario sobre aceite de oliva quedé fascinada por este increíble mundo, una pasión que ya nunca me abandonaría”

En su opinión, “las mujeres tienen mucho que ofrecer en la industria del aceite de oliva porque poseen conocimiento, experiencia, ganas de trabajar, perspicacia y una mirada fresca para contemplar las cosas de manera más innovadora y creativa. Como mujer agrónoma, mi mensaje a otras mujeres del sector es claro: les animo a que no cedan ante los comentarios despectivos, que continúen su trabajo con amor y conocimiento profundo, con seriedad y profesionalidad, porque la suma de estos atributos es capaz de romper todas las barreras. El mayor reto a conquistar es cambiar la mentalidad de los hombres en un sector dominado por hombres”.

carrera sobre el aceite de oliva, cursé el Máster en Olivar y Aceite de Oliva de la UJA para profundizar y adquirir conocimientos técnicos en este mundo. Lo que más me gusta es la gestión de la calidad y la optimización de procesos y recursos humanos, un ámbito en el que existe un amplio camino por recorrer”.

¿Y qué aporta la mirada femenina al sector del virgen extra? “Detalle, perfeccionismo y armonía -responde convencida-. Si tuviera que definirlo en unas palabras, sería una mirada global y armónica”. Manrique opina que “las mujeres siempre han estado muy presentes en el sector del olivar, pero han carecido de visibilidad. Actualmente estamos muy presentes en aspectos como el análisis sensorial y la calidad. El reto consiste en conseguir que las mujeres puedan ocupar puestos directivos; habría que buscar la fórmula para obligar a que existiese cierta paridad como ha ocurrido en otros sectores”.

“Aunque siempre han estado muy presentes en el sector del olivar, las mujeres han carecido de visibilidad. La suya es una mirada detallista, global y armónica”

María del Mar Manrique (Puerta de las Villas)

Natural de Arquillos (Jaén) e ingeniera agrónoma, la vida de María del Mar Manrique, gerente de Puerta de las Villas, la marca de la SCA San Vicente, siempre ha estado estrechamente vinculada al aceite de oliva. “En mi pueblo todo el mundo vive del olivar, todo gira en torno a él. Siempre tuve claro que quería dedicarme al sector primario y, tras realizar el proyecto de fin de

INTERMEDIACIÓN DE ACEITES DE OLIVA A GRANEL

Agente Comercial Colegiado nº 1018

C/ Julio Romero de Torres, 59
14800-Priego de Córdoba

☎ 675 93 55 27

davidperezcastaneda@gmail.com

www.davidperezcastañeda.com

FABRICACIÓN Y MANTENIMIENTO
DE MAQUINARIA OLEÍCOLA



innovamos para mejorar la producción de su almazara

No más vertidos

SISTEMA OLEOSIM®
(PATENTADO)



PREMIO A LA INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA
de la XV Feria Internacional del Olivo de Montoro (Córdoba) 2010

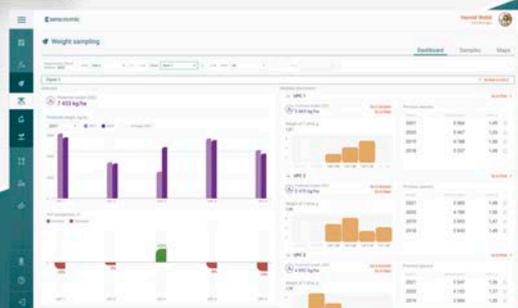
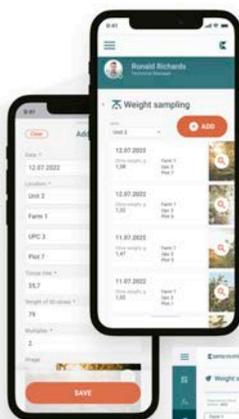
Pol. Industrial Los Llanos, 6 - 14850 BAENA (Córdoba) - Telf. 957 69 23 89 - Fax 957 66 51 36

www.innovacionesoleicolas.com



Estimación de cosecha durante el verano

Un olivo maduro tiene 500.000 flores cuando está en flor, pero sólo el 1-2% de éstas se convertirán en frutos. Por ello, durante el verano, es importante registrar el peso de las aceitunas en desarrollo de un olivo de muestra, a fin de poder refinar las estimaciones iniciales generadas a partir de los datos de niveles de floración. Este proceso de refinamiento de la información aumenta la precisión de las estimaciones, marcando un importante hito en el periodo previo a la cosecha.



Ventajas de usar la aplicación Sensonomic

- Ahorre tiempo.** El uso de la aplicación de Sensonomic ofrece importantes ahorros de tiempo para el técnico agrónomo al poder registrar los resultados del muestreo de peso directamente en campo. Los registros realizados se almacenan de manera estructurada (para fácil consulta en el futuro) y se analizan automáticamente para generar estimaciones de rendimiento que faciliten una planificación más eficiente de la cosecha aumentando y sosteniendo la calidad de la producción, además de reducir las pérdidas y mejorar la rentabilidad.
- Planee con antelación.** Una estimación precisa del rendimiento sienta las bases de todas las demás actividades realizadas por un productor agrícola: asignar las partidas de costes, determinar la mano de obra y la maquinaria necesarias, la cantidad y tipo de fertilizantes y plaguicidas, entre otras.
- Enriquezca sus datos** de manera automática incluyendo información de equipos de monitorización (drones, imágenes satelitales y estaciones climatológicas).

¡Póngase en contacto para una sesión
introdutoria con nuestro
representante en España.

Andrés Espinosa
ae@sensonomic.com
+34 722 231 101
www.sensonomic.com



**NUEVA CENTRÍFUGA
VERTICAL SERIE V**

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

HAUS
TECNOLOGÍAS DE CENTRÍFUGA

#BECAUSEWE CARE
hausbarria.com    

Paula García (O-Med)

Paula García, Sales & Marketing Manager de O-Med, aterrizó en el sector del aceite de oliva de una forma que define “como una mezcla de casualidad y sueños cumplidos. El sueño de mi padre, originario de Cambil (Jaén), criado entre olivares y de origen humilde, siempre fue crear su propio aceite. No fue hasta 2004 cuando le surgió la oportunidad de comprar una pequeña almazara en Ácula (Granada). Podríamos decir que se alinearon todos los astros para que tanto mi hermano Juande como yo nos embarcáramos en un proyecto que nació lleno de pasión y fuerza. En principio, nuestro padre nos dio cinco años para que esto funcionara y, felizmente, hoy podemos decir que aquí estamos casi 20 años después, incluso con una filial de O-Med en EEUU, Venturusfoods, la empresa que acabamos de crear con mucha ilusión y dedicación.”

“El tándem que he formado junto a mi hermano nos ha hecho llegar hasta donde estamos hoy. Nunca he sentido que por ser mujer haya tenido especiales desventajas y creo que la mirada femenina ha aportado mucho equilibrio a la empresa”



Paula se muestra convencida de que el tándem que ha formado junto a su hermano “nos ha hecho llegar hasta donde estamos hoy” y el hecho de ser mujer no ha supuesto ningún obstáculo. “Nunca he sentido que por ser mujer haya tenido especiales desventajas. Formar equipo con mi hermano nos ha proporcionado mucha versatilidad y creo que la mirada femenina ha aportado mucho equilibrio a la empresa. Algunos clientes han tenido más *feeling* con él y otros conmigo, pero creo que ello obedece más a nuestras diferentes personalidades”.

Rosa López (Aires de Jaén)

Desde el Departamento de Compras de Aires de Jaén, Rosa López reconoce que el mundo del olivar y el aceite de oliva virgen extra forma parte de su ADN. “Me he criado en una familia de olivicultores donde el amor a la tierra, al campo y a las tradiciones ha sido el hilo conductor y el motor para mi desarrollo posterior. Aunque soy licenciada en Derecho y MBA en Dirección y Administración de Empresas, mi trayectoria profesional ha estado vinculada siempre a diferentes puestos de responsabilidad en empresas de comercialización, promoción y divulgación de aceites de oliva”.



No podemos controlar el clima, pero sí los procesos.

NUESTRA SOLUCIÓN



En ANSOTEC contamos con una solución específica para transformar digitalmente el sector oleícola optimizando los procesos productivos a través de la ingeniería y el control industrial.

Mediante un servicio integral mejoramos su competitividad exprimiendo todo su potencial para ser más eficientes. Llueva, nieve o truene.

ANSOTEC.COM



Berlin Packaging es el mayor proveedor de vidrio, plástico, metal y cierres



Servicio integral de packaging que reúne los mejores elementos de diseño e innovación, servicios de fabricación, y soluciones para los clientes de la industria del packaging.



berlinpackaging.eu

LA
EXTRACCIÓN
EN PERFECTA
SINCRONÍA



www.centrifugacionalemana.com



“La capacidad de escucha de la mujer, junto a la empatía, el emprendimiento y la facilidad para el trabajo en equipo, crea una estructura mucho más rica en las empresas y las dota de mayor proyección”

“La capacidad de escucha de la mujer -declara-, junto a la empatía, el emprendimiento y la facilidad para el trabajo en equipo, crea una estructura mucho más rica en las empresas y las dota de mayor proyección”. En su opinión, “uno de los grandes logros de la mujer en un sector tan tradicionalmente masculino como este ha sido aportar un plus con su particular forma de ver y entender este mundo donde lo sensorial es el eje central de la calidad, que no es sino el reflejo de su capacitación, formación y experiencia, llevándola a alcanzar puestos de responsabilidad”.

Lola Sagra (Nobleza del Sur)



“Toda lucha tiene su recompensa, y afortunadamente cada vez más mujeres se están incorporando al olivar sirviendo de guía para futuras generaciones”

Lola Sagra, directora general de Nobleza del Sur (Castellar, Jaén), elige una frase para resumir su biografía, profundamente vinculada a la cultura del olivar: “El amor es la causa de todo cuanto hace el que ama, y esto es Nobleza del Sur”. Sus antepasados ya poseían olivos en las fértiles tierras jiennenses en 1640, y desde entonces 12 generaciones han trabajado la tierra hasta llegar a sus abuelos. En 2001 cogió las riendas del negocio familiar creando su propia almazara, Aceites Nobleza del Sur, con el objetivo de elaborar un virgen extra Premium gourmet de la más alta

calidad, “un sueño que siempre había tenido y por el que estaba dispuesta a trabajar duro”.

El camino, eso sí, no fue fácil. “En el sector oleícola de Jaén la figura masculina ha estado siempre presente en este cultivo y siguen existiendo estereotipos que asignan determinados valores a lo masculino y otros a lo femenino. En este sentido, he tenido que gestionar muchas decisiones que tradicionalmente siempre correspondían al hombre. Pero esta lucha ha tenido su recompensa, ya que afortunadamente más mujeres se han incorporado al olivar sirviendo de guía para futuras generaciones”.

FOSS

La información añade valor
al proceso de elaboración
del aceite

LEONARDO D'ERRICO

610 78 51 92

Brokerage Olive Oil

ACEITES TUCCITANOS

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

ANÁLISIS DE LA CALIDAD
Y DEL RENDIMIENTO DE
LA ACETIUNA ENTERA.

OliveScan™2



ANALYTICS BEYOND MEASURE

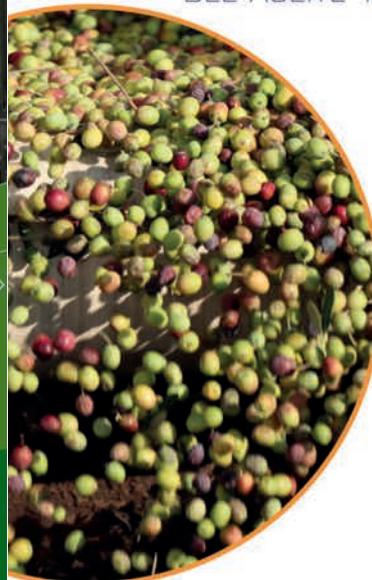
OliviaPro™

CONTROL DEL AGOTAMIENTO
EN DECÁNTER A TIEMPO REAL



NIRS™ DS2500L

ANÁLISIS DE LA CALIDAD
DEL ACEITE TERMINADO



MÁS INFORMACIÓN



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

FOSS · 934949940 · infofoss@foss.es



Consoli Molero (COLIVAL)

La gerente y maestra de almazara de la Cooperativa Olivarera de Valdepeñas (COLIVAL) -Premio AEMO 2020 a la Mejor Almazara de España-, Consoli Molero, es la tercera de cinco hermanos y todos se han sentido fascinados desde pequeños por el virgen extra. “Desde que nací he llevado en mis venas el mundo del aceite”; asegura, al tiempo que reconoce que “mis inicios a pie de almazara, en un mundo de hombres, no fueron bien vistos. Mi padre y maestro, José Antonio Molero, que trabajaba como maestro de almazara, fue sin duda el más crítico y duro conmigo”.

“La mirada femenina en un sector tan tradicional como este es diferente en la forma de trabajar, pero el objetivo común es el mismo: hacer cada vez más grande al aceite de oliva”, afirma rotunda Consoli, quien considera que “las mujeres somos más emprendedoras, independientes, autosuficientes, competitivas y racionales”. Según Molero, “la actitud personal, el esfuerzo y la capacidad de liderazgo de la mujer con voluntad de hierro, además de disponer de un buen equipo y tener clara la misión y el mapa de ruta, es lo que ha permitido que hayamos podido romper techos de cristal y la tradicionalidad de este sector. El conocimiento nos ha empoderado y creo que con nuestro carácter nos hemos ganado el respeto de la sociedad en un mundo de hombres”.

“La mirada femenina en un sector tan tradicional como este es diferente en la forma de trabajar, pero el objetivo común es el mismo: hacer cada vez más grande al aceite de oliva”

Ángela Martínez (Molino del Genil)

A diferencia de la mayoría de las protagonistas de este reportaje, la relación de Ángela Martínez -directora de Ventas on line de Molino del Genil- con el aceite de oliva empezó prácticamente en la madurez. “Yo había trabajado antes, pero en temas totalmente diferentes. Mi familia siempre se había dedicado a la agricultura, pero no teníamos olivar. Hace unos 20 años, cuando la agricultura tradicional perdió rentabilidad, empezamos a plantar olivos, lo que nos llevó a plantearnos montar nuestra propia almazara. Fue en ese momento cuando me encontré más libre y me ofrecí para lo que hiciera falta en el negocio familiar. Y ahí entré en la



“La mujer tiene mucho que aportar en este sector, pues enfoca desde otro punto de vista y llega a alcanzar matices que el hombre no contempla”

comercialización del aceite, descubriendo un mundo apasionante y muy desconocido”.

Martínez señala que “Molino del Genil empezó siendo una empresa familiar y hemos llegado a ser la almazara que más moltura de España. Hemos crecido mucho y nuestra intención es seguir haciéndolo, pero siempre manteniendo el máximo nivel de calidad en nuestros aceites y en nuestros procesos productivos, desde el olivar al producto final. Creo que la mujer tiene mucho que aportar en este sector, pues enfoca desde otro punto de vista y llega a alcanzar matices que el hombre no contempla”.

Maria Flora Monini (Monini SpA)



En un sector tradicionalmente liderado por hombres, “en el que las mujeres nos vemos obligadas a demostrar dos veces nuestra valía, superando a menudo prejuicios acérrimos y dificultades asociadas a la conciliación de la

¡Qué vida!



**Aceite
de La Rioja,
toma pan
y moja.**



vida familiar y laboral”, Maria Flora Monini, directora de Imagen, Comunicación y Relaciones Externas de Monini SpA -uno de los principales actores del sector en Italia-, también tuvo que sortear dificultades. “Yo también, a mi manera, tuve que conquistar paso a paso el cargo que ocupó hoy, porque en ese momento se daba por sentado que mi hermano estaría al frente de la empresa”.

“A pesar de ello -continúa-, recuerdo que mi padre estaba más dispuesto a contratar mujeres, reconociendo su preparación a menudo superior, y aún hoy nuestras oficinas tienen una mayoría rosa, con muchas mujeres desempeñando roles y responsabilidades de alta dirección. Como empresa también tratamos de fomentar la entrada de chicas jóvenes de la zona, porque muestran un mayor sentido de pertenencia y orgullo por las tradiciones. No es casualidad que nuestro sector haya visto crecer el número y el protagonismo de la mujer en los últimos años, aunque no se puede negar que todavía queda un largo camino por recorrer hacia la plena igualdad de oportunidades, tanto a nivel cultural como de servicios”.



Emine Colin (Oro di Milas)

Para la productora turca de AOVE Emine Colin, de Oro di Milas, la adquisición de los huertos que componen su finca fue toda una misión de rescate: “Caminando por estos hermosos y milenarios olivares abandonados sentí que los árboles me llamaban como huérfanos necesitados de una madre. Mientras recolectamos, molturamos y embotellamos

“Como empresa tratamos de fomentar la entrada de chicas jóvenes de la zona, porque muestran un mayor sentido de pertenencia y orgullo por las tradiciones. No es casualidad que nuestro sector haya visto crecer el número y el protagonismo de la mujer en los últimos años”

nuestra primera cosecha, sentí que quería pasar el resto de mi vida dedicada a la búsqueda del mejor AOVE que fuese capaz de elaborar y compartir con el mundo”.

“En Turquía, donde los hombres son considerados la mejor mitad, las mujeres todavía tienen que luchar a diario para ser tratadas como iguales”, afirma Emine. “El mundo de la olivicultura y la producción de aceite de oliva están muy arraigados e instalados en este paradigma. Molturamos nuestras aceitunas en un molino cooperativo en 2021 y todo el personal era masculino. El principal desafío al que nos enfrentamos mi equipo y yo fue manejar una actitud de perpleja indulgencia. Sólo después de que el AOVE saliera de la centrífuga y fuera probado por todos los allí reunidos, comenzamos a recibir comentarios elogiosos acerca del increíble sabor y aroma de nuestro AOVE. Lo que descubrimos es que la cárcel común de la excelencia fue un factor clave para superar la percepción de que éramos mujeres tontas jugando en la mesa del productor de aceite de oliva”.

“Lo que descubrimos es que la cárcel común de la excelencia fue un factor clave para superar la percepción de que éramos mujeres tontas jugando en la mesa del productor de aceite de oliva”

Aleksandra Vekic (Mate Olive Oil)

Aleksandra Vekic trabajaba para Cruz Roja Internacional y vivía en el extranjero cuando su padre enfermó repentinamente y se vio obligada a cuidar de sus olivares. “Sentí que no podía traicionar su sueño -afirma- y que tal vez había llegado el momento de no pensar en el bienestar de los demás, sino en el de la naturaleza, con la que me sentía y me siento particularmente conectada. Tuve que aprenderlo todo, no elegí este trabajo pero puse mi corazón y mi alma en la tarea que tenía por delante. Decidí dedicar nuestro AOVE al nombre de mi padre, Mate, y estoy seguro de que estaría orgulloso de nuestra posición actual”.

“Inmediatamente me di cuenta de que estaba entrando en un sector fuertemente dominado por hombres -continúa-, con reglas que eran totalmente ajenas a mi forma de ser. Pero estaba decidida a continuar con la apuesta de mi padre de producir aceite de oliva ecológico de calidad superando todos los obstáculos, extrayendo lo mejor de nuestra tierra y suelo sin priorizar la rentabilidad económica. En mi opinión, la perspectiva femenina ha añadido valor a la olivicultura



“La perspectiva femenina ha añadido valor a la olivicultura ecológica al mostrar integridad, transparencia y ética en el cuidado de la tierra y sus productos”

ecológica al mostrar integridad, transparencia y ética en el cuidado de la tierra y sus productos”.



Denominación de origen protegida
PONIENTE
de Granada

**Vírgenes Extras aromáticos y equilibrados, de recolección temprana,
que serán los protagonistas saludables en cualquier plato**

www.aceitesdelponiente.com



RUTA
DEL ACEITE
PONIENTE DE GRANADA

RUTA TURÍSTICA DEL ACEITE Y EL OLIVO

Consejo Regulador DOP Poniente de Granada. C/ Manuel Ávila s/n. Montefrío. Granada



Maddalena Leone (Azienda Agricola Sabino Leone)

A Maddalena Leone el poderoso veneno del aceite de oliva se lo inocularon su padre Sabino y su abuelo Gioacchino. “Recuerdo cuando mi abuelo me llevaba a los campos y mi felicidad al hacerle preguntas, al aprender siempre cosas nuevas. Crecí con ganas de explorar la naturaleza y maravillarme continuamente con ella. Al crecer, me di cuenta de que ese sería mi camino y que nunca podría separarme de este entorno”

Maddalena explica que en un territorio de fuertes tradiciones como Puglia “cuando la gente me ve realizar tareas típicamente masculinas todavía se maravillan como si fuera algo extraño. Pienso que todavía existen herencias culturales que llevan a creer que sólo los hombres deben ocuparse de gestionar una azienda. Aunque apreciamos los cambios que se están produciendo, todavía queda mucho camino por recorrer porque las mujeres aún no son aceptadas como figuras de autoridad en este sector. Afortunadamente, hoy en día está creciendo fuertemente el emprendimiento agrícola femenino, lo que está marcando el comienzo de un nuevo capítulo en el que la mujer está encontrando el reconocimiento adecuado en la industria. Creo que ello es posible gracias, sobre todo, a ciertas características inherentes a las mujeres, como la sensibilidad en el enfoque de las relaciones y la búsqueda continua de la excelencia”

“Hoy en día está creciendo fuertemente el emprendimiento agrícola femenino, lo que está marcando el comienzo de un nuevo capítulo en el que la mujer está encontrando el reconocimiento adecuado en la industria”

 Mercacei

Hasta el 26 de
noviembre de 2024...



¡Y que todos los días hasta
entonces sean el Día Mundial
del Olivo!



*Nuestro más sincero homenaje
a todos los productores de
AOVE del mundo*

Contigo desde el origen

En CaixaBank queremos ayudarte a impulsar tu proyecto desde las raíces, como tú lo haces. Por ello, hemos creado el mayor ecosistema de innovación agroalimentaria para ofrecerte soluciones integrales, digitales e innovadoras.

Descubre AgroBank en CaixaBank.es

paralimpicos



AgroBank