

Nº 49

2º Trimestre  
Año 2024

# Ólimerca

Información  
Oleícola  
Independiente



## España marca la diferencia innovando en el olivar y el aceite de oliva



**EN PROFUNDIDAD**

**LUIS PLANAS, MINISTRO DE AGRICULTURA**

La innovación, una de las grandes apuestas del MAPA



**ESPECIAL**

Calidad y marca: valores  
de las DOP en el aceite de oliva



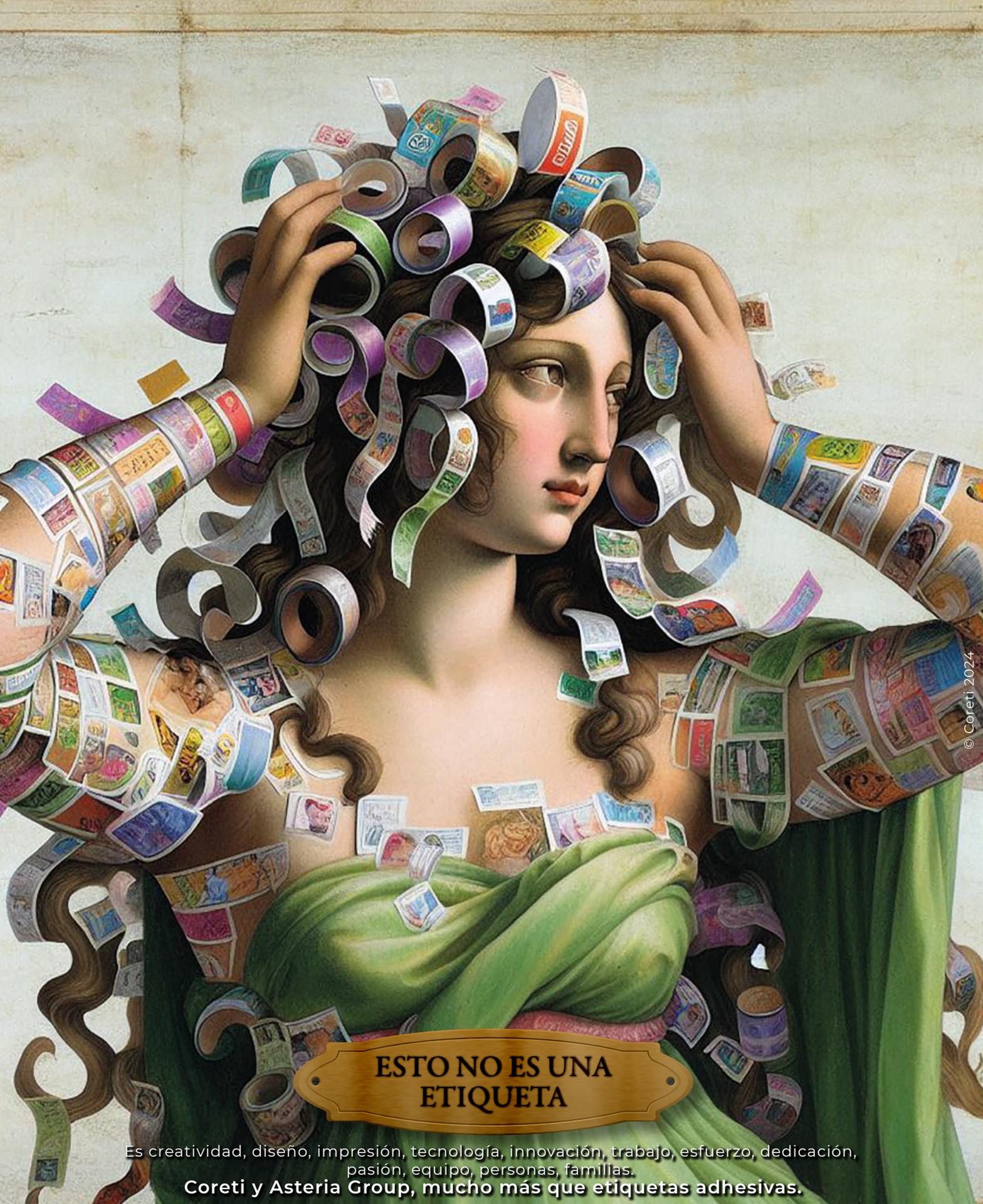
**COMERCIO Y CONSUMO**

Evolución del comercio exterior  
del aceite de oliva en España



**EN PROFUNDIDAD**

Las universidades de Córdoba  
y Jaén, las mayores incubadoras  
innovadoras



© Coreti, 2024

**ESTO NO ES UNA  
ETIQUETA**

Es creatividad, diseño, impresión, tecnología, innovación, trabajo, esfuerzo, dedicación,  
pasión, equipo, personas, familias.  
**Coreti y Asteria Group, mucho más que etiquetas adhesivas.**

**CORETi**

[www.coreti.com](http://www.coreti.com)

e-mail: [coreti@coreti.com](mailto:coreti@coreti.com) Teléfono: +34 981 795 622

**ASTERIA**

EN CORETi GARANTIZAMOS  
TUS ETIQUETAS CON  
NORMATIVAS ALIMENTARIAS

**BRCS**  
Packaging Materials  
CERTIFICATED

**IFS**  
SECURE

## STAFF



© 2012 REVISTA OLIMERCA

Información de mercados para el sector del Aceite de Oliva y otros aceites vegetales

## EDITA

Ágora Comunicación y Análisis, S.L.  
Calle Cristóbal Bordiú 35 - 5ª  
28003 Madrid  
Teléfonos 91 683 59 73

## CONSEJO EDITORIAL

Antonio F. Herranz  
José Martínez Reneses

## DIRECCIÓN

Nieves Ortega  
(olimerca@olimerca.com)  
Teléfono 91 760 87 69

## REDACTORA JEFE

Verónica Fernández  
(redaccion@olimerca.com)

## REDACCIÓN

Ana Julián

## RESPONSABLE COMERCIAL

José Antonio Parra  
Teléfono 686 837 284

## DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Signo Comunicación Consultores  
(correo@signocomunicacion.es)

DEPÓSITO LEGAL: M-11639-2012  
ISSN 2660-9703

## Publicación asociada a CLABE



Club Abierto de Editores

Prohibida la reproducción total o parcial de textos o fotografías sin la autorización expresa de la empresa editora. La revista Olimerca no se identifica con las opiniones de sus colaboradores recogidas en su publicación, ni con los mensajes publicitarios de empresas privadas o públicas.

# España marca la diferencia innovando en el olivar y el aceite de oliva

**E**l aceite de oliva se ha convertido en los últimos años en uno de los alimentos más emblemáticos de las cocinas en numerosos países de todo el mundo, a pesar de las importantes diferencias culturales y gastronómicas. Este éxito ha venido reforzado por las distintas acciones de promoción, de divulgación y de estrategia de comunicación impulsada por las empresas e instituciones de nuestro país.

Hoy por hoy, la producción de aceite de oliva está en el núcleo del debate internacional. Acontecimientos extraordinarios, como la pandemia o los conflictos bélicos, están revelando la importancia y necesidad de garantizar una autonomía estratégica abierta en materia de alimentación. Y todo ello con el telón de fondo que supone la difícil ecuación entre la producción de alimentos en cantidad, calidad y asequibles, y la sostenibilidad de sus procesos.

Y es en este contexto donde la innovación y la investigación aplicada a la mejora de la producción oleícola en España está posicionando a nuestro sector en la punta de lanza a nivel mundial. Universidades como la de Jaén o la de Córdoba se han posicionado como todo un referente, con importantes grupos de trabajo que desde hace años están abordando la innovación como estrategia que garantice el mejor futuro para el olivar y el aceite de oliva español y por ende de las empresas adscritas a esta actividad agroalimentaria.

A lo largo de muchos años, se ha puesto de manifiesto que en España hay un claro compromiso con la investigación, el desarrollo y la innovación (I+D+i) que están sirviendo para impulsar avances muy significativos en la olivicultura y la tecnología del aceite de oliva. Así, se está consiguiendo una transferencia de conocimiento al sector y hacerlo más sostenible en proyectos singulares.

Los numerosos grupos de trabajo y sus consiguientes líneas de innovación han puesto sobre la mesa propuestas alineadas con las necesidades del tejido productivo aportando soluciones innovadoras en áreas como la mecanización y la trazabilidad.

En definitiva, el esfuerzo que realicemos hoy en pro de la innovación e investigación del sector olivícola es clave para mejorar su resiliencia y adaptación ante los desafíos climáticos y geopolíticos del futuro.

Contamos con el primer cultivo leñoso de España y el futuro de los 2,7 millones de hectáreas que ocupa va a depender del enfoque que hagan nuestros investigadores que nos permitan seguir escalando posiciones como cultivo de alta relevancia económica, saludable, ambiental y paisajística.

**Nieves Ortega**  
Directora de Olimerca

# El rendimiento no está solo en la aceituna.



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. Hasta la última gota.

NUESTRA SOLUCIÓN



## NO SE LO PIERDA



**8 EN PROFUNDIDAD**  
 > Innovación y Sostenibilidad



**42 COMERCIO Y CONSUMO**  
 > Pasado, presente y futuro del comercio del aceite de oliva



**64 ESPECIAL DENOMINACIONES DE ORIGEN**  
 > Las DOP de aceite de oliva español en datos



**76 ESPECIAL MUJER, OLIVAR Y ACEITE DE OLIVA**  
 > “Nadie gana a una mujer convencida de que no hay huecos que ocupar”

<b>Editorial</b>	<b>3</b>
<b>En Positivo</b>	<b>6</b>
<b>En Profundidad</b>	
El olivar, un joven sector milenario	8
La innovación, factor clave para la sostenibilidad del olivar	10
La Universidad de Córdoba, un pilar fundamental en el desarrollo del olivar del futuro	12
La I+D+i, generadora de nuevas oportunidades en el aceite de oliva	14
<b>Las Empresas Invierten</b>	<b>16</b>
<b>Comercio y Consumo</b>	
Pasado, presente y futuro del comercio del aceite de oliva	42
El aumento de la demanda a largo plazo confirma la necesidad de una mayor producción	45
Las exportaciones de aceite de oliva caen un 11%	52
En un año el PVP del aceite de oliva sube un 76,7%	56
<b>Investigación Aplicada</b>	<b>58</b>
<b>Especial Denominaciones de Origen</b>	<b>64</b>
<b>Especial Mujer, Olivar y Aceite de oliva</b>	<b>74</b>
<b>Agronomía</b>	<b>78</b>
<b>Actividades</b>	<b>82</b>
<b>Directorio de Empresas</b>	<b>96</b>
<b>Directorio de Almazaras</b>	<b>97</b>
<b>Agenda</b>	<b>98</b>



## 8 EN PROFUNDIDAD

> El olivar y el aceite de oliva son tan milenarios como la propia cultura mediterránea. A lo largo de los siglos, su cultivo ha enraizado de tal modo en nuestra forma de vida que se ha erigido en una de las banderas identitarias, tanto de nuestra producción agraria como de nuestra gastronomía. Por Luis Planas, ministro de Agricultura.

El sector del aceite de oliva necesita de ciertas dosis de positivismo en un contexto donde en muchas ocasiones las noticias no ayudan a generar ese optimismo necesario para afrontar los retos diarios en la producción y la comercialización. Olimerca quiere contribuir a ver esa botella medio llena con las noticias más positivas del sector.



## La superficie de **olivar ecológico en Extremadura aumenta un 13%**

La superficie dedicada al cultivo de olivar ecológico en Extremadura ha aumentado casi un 13% en 2023, tal y como ha señalado el director general de la PAC, Juan Eloy Rodríguez, destacando “el buen trabajo de los productores de aceite en Extremadura”.

De este modo, ha detallado que la región cuenta con 33.908 hectáreas de olivar ecológico, según datos provisionales del 2023, lo que supone un incremento del 12,95% respecto al año anterior. Además, ha indicado, se ha incrementado la superficie total de cultivos ecológicos en el mismo periodo de tiempo en un 29,22%, contando con 141.989 hectáreas de ecológico actualmente.

“Los datos confirman lo bien que se está trabajando en la región para potenciar este tipo de cultivos”, ha afirmado, al tiempo que ha desgranado que Extremadura cuenta con 258 productores ecológicos, de los cuales 59 son almazaras ecológicas oleícolas.

“Estos datos dan muestra del compromiso de olivereros, cooperativas y administraciones de la región en potenciar la producción orgánica y natural, en obtener productos de calidad y con un gran valor añadido”, ha remarcado.

## Terra Oleum entra en el Registro de Museos de Andalucía

El Museo Activo del Aceite de Oliva y la Sostenibilidad Terra Oleum ya forma parte del Registro de Museos de Andalucía, tal y como publica el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía, inscripción que se hará efectiva a través de la Dirección General de Museos y Conjuntos Culturales con el código 102-C-026.

El Museo Activo del Aceite de Oliva y la Sostenibilidad Terra Oleum está gestionado por la Fundación del Olivar y se ha convertido en un referente en la promoción del patrimonio oleícola y el desarrollo sostenible del sector.

La inscripción en el Registro de Museos de Andalucía supone, asimismo, la validación de la calidad de sus contenidos museográficos, colecciones e instalaciones del museo, que refuerza así su posición como un centro de excelencia en el ámbito del olivar y el aceite de oliva.

Con esta inscripción, el Museo Activo del Aceite de Oliva y la Sostenibilidad Terra Oleum refuerza su papel como un motor clave en la promoción del patrimonio cultural y la sostenibilidad en la región, contribuyendo de este modo al desarrollo económico y al enriquecimiento cultural de Andalucía.



## La UCO convertirá el **Banco de Germoplasma de Olivo en el mejor estudiado del mundo**

La Universidad de Córdoba (UCO) se ha aliado con el Barcelona Supercomputing Center (BSC) para secuenciar el genoma de todas las variedades que existen en la colección del Banco de Germoplasma Mundial de Olivo de la UCO, lo que convertirá la colección en la mejor caracterizada del mundo, sentando las bases de la selección genómica de nuevas variedades de olivo.

La secuenciación genómica de una variedad supone la decodificación de todo su material genético. Esto permite conocer mejor las diferentes variedades de olivo, al tiempo que facilita la mejora genética y por tanto el desarrollo de variedades más resistentes a los principales desafíos que enfrenta, como el cambio climático y la escasez de agua o a las enfermedades y plagas.

**STIHL**



# 1 BATERÍA GRATIS

EL PODER DE LA BATERÍA,  
TAMBIÉN EN EL OLIVAR.

INFÓRMATE EN [STIHL.ES](https://www.stihl.es)



AHÓRRATE  
HASTA **349 €**

**APII**  
SYSTEM

\* Consulta condiciones. Oferta válida hasta el 14.06.2024.



Luis Planas Puchades. Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación.

El esfuerzo que realicemos hoy en pro de la innovación e investigación es clave para mejorar su resiliencia

# El olivar, un joven sector milenario

Por **Luis Planas Puchades**

Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación

**E**l olivar y el aceite de oliva son tan milenarios como la propia cultura mediterránea. A lo largo de los siglos, su cultivo ha enraizado de tal modo en nuestra forma de vida que se ha erigido en una de las banderas identitarias, tanto de nuestra producción agraria como de nuestra gastronomía.

De hecho, se trata de uno de los alimentos que ha convertido su carácter histórico y ancestral en valores de modernidad y futuro. Porque la presencia del olivo y de la producción de aceite, desde tiempos remotos hasta nuestros días, nos hablan de la gran capacidad de adaptación y superación de este cultivo ante los retos que se le presentan en cada época histórica.

Hoy por hoy, el sector primario y la producción de alimentos están en el núcleo del debate internacional. Acontecimientos extraordinarios, como la pandemia o los conflictos bélicos, están revelando la importancia y necesidad de garantizar una autonomía estratégica abierta en materia de alimentación. Y todo ello con el telón de fondo que supone la difícil ecuación entre la producción de alimentos en cantidad, calidad y asequibles, y la sostenibilidad de sus procesos.

## Desafíos significativos y soluciones creativas

Por tanto, la agricultura mundial se encuentra ante de-

safíos significativos que demandan soluciones creativas y sostenibles para garantizar productos de calidad en un entorno cambiante. En este escenario general, el cultivo del olivar emerge como un protagonista clave debido a su importancia económica, ambiental y social en la cuenca mediterránea y, especialmente, en España. La evolución hacia la ejemplaridad del cultivo del olivar es el resultado de un trabajo intenso y constante que debemos estar decididos a seguir, tanto los agentes del sector como las administraciones públicas, en los próximos años.

Precisamente, el carácter vecero del olivar lo convierte en uno de los cultivos con más alta afección en un contexto de mercados tensionados y condiciones climáticas cambiantes. Ese es el desafío de nuestra época histórica y, por tanto, lo tenemos que afrontar de forma clara y decidida. A este respecto, el esfuerzo que realicemos hoy en pro de la innovación e investigación del sector olivícola es clave para mejorar su resiliencia y adaptación ante los desafíos climáticos y geopolíticos del futuro.

En esa línea de actuación, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación está comprometido mediante una importante inversión pública en el sector olivarero orientada a consolidar su evolución tecnológica. Desde este punto de vista, consideramos fundamental la protección de tres ejes esenciales que

**“Toda la estrategia de mejora tecnológica en olivar y aceite de oliva ha contado con una inversión de 2,2 MM de euros y es una parte del proyecto de este Gobierno para la mejora del olivar”**

garantizan ese desarrollo y sobre los que el Ministerio está trabajando.

En primer lugar, la obtención de **nuevas variedades** y el perfeccionamiento de las existentes con el fin de asegurar olivos resistentes a las plagas y enfermedades, así como a las situaciones de altas temperaturas y sequía. Gracias a las nuevas técnicas de edición genómica y la mejora genética, podemos obtener variedades más fuertes y mejor adaptadas que nos sigan proporcionando buenos rendimientos y producciones de alta calidad.

En segundo lugar, la **optimización de los insumos agrarios** a través de la mejora en su uso. En este aspecto, son de vital importancia innovaciones como la robótica, la automatización y digitalización de la maquinaria, la agricultura de precisión, la teledetección y la utilización de drones como apoyo. Todo ello implica crecer en la eficiencia del rendimiento de semillas, fertilizantes, combustibles y fitosanitarios y, en consecuencia, mejorar la toma de decisiones a la hora de satisfacer las necesidades del olivar del futuro. Con este fin, por ejemplo, el Ministerio colabora con la Universidad de Córdoba en el proyecto AgrifoodTEF que tiene como objeto la puesta en marcha de instalaciones de testeo y ensayo de Inteligencia Artificial (IA) y robótica en el sector agroalimentario.

Y, por último, pero no menos importante, un tercer foco de actuación radica en la **eficiencia energética**, donde el olivar tiene una potencialidad muy amplia. De hecho, el olivar ya constituye todo un ejemplo práctico de aplicación de la economía circular en la agricultura y la agroindustria, gracias al aprovechamiento de los subproductos, como los restos de poda o los orujillos, para la generación de energía reutilizable en el proceso productivo.

El logro de las metas en estos tres ejes de actuación cuenta con un importante respaldo, tanto económico como logístico, del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. A partir del Programa Nacional de Desarrollo Rural, es constante y creciente el trabajo que se desarrolla para la optimización de sistemas de



calidad, la mejora de la calidad, la gestión medioambiental de subproductos del olivar, así como el avance en la productividad y sostenibilidad de sistemas de riego por goteo subterráneos o el avance en el desarrollo de herramientas blockchain en la cadena que va desde el olivar tradicional hasta el consumidor final.

Son algunos ejemplos de un amplio abanico de líneas, proyectos y grupos operativos beneficiarios de los planes del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. En su conjunto, entre todos los grupos operativos, son más de 200 entidades integrantes que abarcan desde el ámbito productor hasta el industrial, pasando por el ámbito de la investigación y de la universidad.

Toda esta estrategia de mejora tecnológica en olivar y aceite de oliva ha contado con una inversión de 2,2 millones de euros y es una parte del proyecto de este Gobierno para la mejora del olivar que, además, en el corto y medio plazo, cuenta con el importante refuerzo que supone el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR).

Existen otras iniciativas nacionales de innovación, investigación y desarrollo aplicados al olivar, entre las que me gustaría mencionar el proyecto Oleaf4Value, enmarcado en el partenariado europeo Bio Based Industries Joint Undertaking, dentro de Horizonte Europa. A través de una dotación de 5,6 millones de euros, vincula al sector primario del olivo del sur de Europa con entidades multinacionales en un proyecto de bioeconomía circular que, tras tres años de trabajo, tiene prevista su conclusión este mismo año.

Perseguimos, en definitiva, que el primer cultivo leñoso de España y los 2,7 millones de hectáreas que ocupa siga evolucionando y proporcionando aceites de oliva y aceitunas valoradas en todo el mundo, a la par que sigue escalando posiciones como cultivo de alta relevancia ambiental y paisajística.



Tanto desde el punto de vista ambiental, como económico

# La innovación, factor clave para la sostenibilidad del olivar

Por **Pablo Cano Marchal**

Secretario del Instituto Universitario de Investigación en Olivar y Aceites de Oliva  
de la Universidad de Jaén - Responsable de la Unidad de Robótica y Automatización

La innovación es una cuestión clave para la competitividad y viabilidad en cualquier sector; sin embargo, los desafíos a los que se enfrenta actualmente el olivar posicionan a la innovación como un elemento absolutamente fundamental para su sostenibilidad, tanto desde el punto de vista ambiental, como económico.

Los datos de producción de las dos últimas campañas muestran un escenario preocupante, que deja entrever las potenciales consecuencias devastadoras que el cambio climático puede traer al olivar. Además, el reto del relevo generacional y las exigencias normativas sobre impacto ambiental, conservación de suelos y biodiversidad contribuyen a conformar un retrato de elevada incertidumbre para el olivar y los aceites de oliva.

## Herramientas de mejora

En este contexto, las nuevas técnicas de manejo sostenible, la agricultura de precisión, la inteligencia artificial y el internet de las cosas (IoT) se erigen como herramientas para mejorar la eficiencia del olivar y reducir su impacto ambiental. La aparición de nuevos sensores y técnicas avanzadas de calibración basadas en aprendizaje profundo, así como los sistemas expertos, pueden mejorar el proceso de elaboración de aceite de oliva virgen, permitiendo alcanzar mayor rentabilidad por la vía de una mayor eficiencia en la extracción y un mejor aprovechamiento a la calidad del fruto procesado. Por otro lado, la innovación en el aprovechamiento de los subproductos constituye otra vía para mejorar la rentabilidad del olivar, abriendo nuevas fuentes de ingresos que, además, posibilitan mejorar el impacto ambiental del cultivo. Por último, la innovación en la comercialización de los diferentes aceites de oliva, con la búsqueda de



Pablo Cano Marchal.

nuevas propuestas de valor para los consumidores y potenciales nuevos mercados, también constituye una amplísima avenida en la que avanzar hacia la sostenibilidad.

La multitud de convocatorias para la financiación de proyectos de innovación que tienen estos temas como ejes principales de interés da cuenta de la rele-



vancia capital otorgada por las diferentes administraciones públicas a estos aspectos. Esta asignación de prioridades por parte de las administraciones supone una oportunidad única para impulsar de manera definitiva la adopción de los proyectos de innovación en colaboración entre empresas y organismos públicos de investigación como una herramienta fundamental para el avance del sector. Este tipo de proyectos permiten a las empresas acometer desafíos que en solitario serían difíciles de encarar, facilitando tanto aspectos económicos como técnicos y operativos. Por un lado, la financiación recibida en concepto de subvención permite disminuir sensiblemente los recursos propios dedicados al proyecto. Por otro, la participación de investigadores con experiencia previa en este tipo de proyectos facilita la planificación de las tareas a realizar y permite la transferencia de conocimientos y resultados de investigación entre estos y la empresa.

Desde el Instituto Universitario de Investigación en Olivar y Aceites de Oliva de la Universidad de Jaén (INUO), en los últimos años se han llevado a cabo diferentes proyectos de investigación y transferencia en colaboración con multitud de actores del sector sobre muchas de estas líneas de innovación. Estos proyectos muestran el compromiso del Instituto para impulsar la innovación y transferir los resultados de investigación al sector productivo, de manera que esta investigación no se reduzca únicamente a artículos científicos publicados, sino que repercuta de manera directa y decisiva en la transformación del sector por la vía de la innovación.

### Principales proyectos a destacar

Así, el proyecto **LIFE CompOlive**, financiado con fondos europeos, ha trabajado en el desarrollo de piezas para vehículos de Ford y mobiliario fabricadas con

**La innovación es un aspecto indispensable para el futuro del olivar y los proyectos en colaboración son una magnífica herramienta para impulsarla**

plásticos mejorados a partir de poda del olivar. También financiados con fondos europeos son el proyecto Artolio, centrado en ayudar a pequeños productores a mejorar la calidad en la producción de AOVES mediante la incorporación de la innovación en el proceso.

El proyecto **SOIL O-Live**, que tiene como objetivo estudiar la salud de los suelos de olivares mediterráneos y establecer estrategias para su cuidado y regeneración, y que en su primer año ha analizado más de 5.200 muestras de suelo; y los proyectos LIFE Olivares Vivos, enfocado hacia la recuperación de la biodiversidad en el olivar y la creación de valor mediante su certificación, y **PRIMA-SustainOlive**, centrado en diferentes aspectos de la agroecología y la sostenibilidad en el olivar. El éxito de estos proyectos queda reflejado en la concesión de dos nuevos proyectos, **Olivares Vivos +** y **OLIVER**, para continuar con la investigación y transferencia en estos temas. También se ha participado en proyectos de las diferentes convocatorias de grupos operativos, tratando temas del máximo interés y potencial de transferencia como la estimación del estado nutricional del olivo empleando imágenes multispectrales tomadas por drones, el empleo de sensores de visión por computador para estimar la calidad del fruto recibido en almazara, la captura de carbono y el análisis de su huella en el olivar, y la predicción temprana de la cosecha.

La innovación es un aspecto indispensable para el futuro del olivar y los proyectos en colaboración son una magnífica herramienta para impulsarla. Los ejemplos expuestos ilustran la pluralidad de temas abordados por el INUO y la gran diversidad de convocatorias a las que acudir para presentar una propuesta y recibir financiación. Esperamos que sirvan como invitación para la creación de nuevos consorcios para la presentación de propuestas de proyectos que permitan facilitar la innovación de las empresas del sector. En nuestra experiencia, las empresas que participan en un proyecto siempre vuelven a participar en nuevas convocatorias. Por algo será.



Manuel Torralbo Rodríguez, Rector de la Universidad de Córdoba.

Con cerca de 30 grupos de investigación dedicados a diversas áreas dentro del sector

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

Por **Manuel Torralbo Rodríguez**  
Rector de la Universidad de Córdoba

**E**n pleno corazón olivarero de España, la Universidad de Córdoba se ha convertido en un referente de progreso e innovación para el sector. A lo largo de los años, nuestro compromiso con la investigación, el desarrollo y la innovación (I+D+i) ha sido y es clave para impulsar avances muy significativos en la olivicultura y la tecnología del aceite de oliva.

Con cerca de 30 grupos de investigación dedicados a diversas áreas dentro del sector, hemos liderado proyectos pioneros que han modernizado el cultivo del olivo y han generado productos y servicios de vital importancia para la industria.

Con la idea de avanzar hacia una agricultura de futuro más próspera y sostenible, la UCO ha profundizado en el desarrollo de herramientas analíticas para garantizar la calidad del aceite de oliva, abordado 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 la idoneidad ambiental y la producción en olivar, la mecanización, la evaluación in situ de la calidad del aceite ...

Así, hasta un largo etcétera que extiende nuestra labor a un amplio espectro de áreas de estudio en el desarrollo de proyectos y líneas de investigación que abarcan diversos campos, incluidos proyectos de grupos clínicos sobre los beneficios del aceite de oliva para la salud.

### Proyectos singulares

Nuestro compromiso con la transferencia de conocimiento al sector y hacerlo más sostenible es evidente en proyectos singulares como **REUTIVAR**, en el que trabajamos junto con la Asociación de Comunidades de Regantes de Andalucía (Feragua), C.R. Tintin y Aguas de Montilla en colaboración con la Confederación Hidrográfica del Guadalquivir y Regaber, en 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**, un ambicioso proyecto europeo centrado en la mejora genética del olivo para enfrentar desafíos como el cambio climático y la resistencia a enfermedades mediante la caracterización de un número muy amplio de variedades a escala 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 personal investigador de la UCO, que ya lleva registradas 6 variedades de olivo y es responsable del Banco Mundial de Germoplasma de Olivo, localizado en la Finca Experimental que la Universidad de Córdoba tiene en el Campus de Rabanales.

Recientemente, hemos iniciado una colaboración con el Barcelona Supercomputing Center (BSC) para secuenciar el genoma de todas las variedades que existen en la colección de nuestro Banco de Germoplasma Mundial de Olivo, lo que nos permitirá desarrollar nuevas variedades más resistentes y adaptadas a los principales desafíos que enfrenta el sector en el siglo XXI, como el cambio climático y la escasez de agua o a las enfermedades y plagas.

Ese es el objetivo último del proyecto **PROLIVE**, un gran consorcio público-privado liderado por la UCO y financiado por la convocatoria Transmisiones del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, en el que se encuentra enmarcada esta acción. Además, la



colaboración entre la Universidad de Córdoba y el BSC permitirá crear una gran base de datos que integrará y digitalizará toda la información obtenida para generar una herramienta útil para la identificación de variedades de olivo a partir de sus datos genéticos.

### Soluciones innovadoras

Nuestra contribución va más allá de la investigación, con propuestas alineadas con el tejido productivo para desarrollar soluciones innovadoras en áreas como la mecanización y la trazabilidad. Muestra de ello 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 precomerciales que, finalmente, fueron probados en entornos reales (nivel de madurez de la tecnología TRL 7), obteniéndose 3 modelos de utilidad registrados y 5 patentes.

Para la Universidad de Córdoba, la colaboración con el sector privado es fundamental y se expresa mediante distintas fórmulas. A través de diversos mecanismos, hemos fortalecido los lazos entre la academia y la industria, generando un flujo constante de conocimiento y tecnología que impulsa el crecimiento del sector.

De manera paralela, nuestro personal investigador sigue trabajando en nuevas líneas innovadoras que permitirán en los próximos años que la UCO siga siendo una universidad de referencia en la transferencia de nuevo conocimiento al sector, afrontar con éxito los desafíos del mañana y asegurar un futuro próspero y sostenible para la olivicultura.



La Interprofesional destina el 11% de las aportaciones de sus miembros a investigación

# La I+D+i, generadora de nuevas oportunidades en el aceite de oliva

Aunque las actividades de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español son ampliamente reconocidas en todo el mundo por sus distintas campañas de promoción bajo la marca “Aceites de Oliva de España”, esta organización es también un motor de investigación, desarrollo e innovación. De hecho, lleva años promoviendo y apoyando decenas de líneas de I+D+i en los campos de la salud, calidad, caracterización de producto, agronomía, mejora de la producción y medio ambiente, en colaboración con los centros de investigación más prestigiosos del territorio nacional.

Uno de los grandes logros de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español es que se ha convertido en un instrumento de mejora sectorial que pasa principalmente por impulsar la innovación y para ello impulsa y lidera multitud de programas de I+D+i con el objetivo de potenciar los procesos de innovación en los ámbitos relacionados con los aceites de oliva: el cultivo, la transformación, el consumo y, por supuesto, la salud.

Poco a poco la Interprofesional ha ido aumentando sus presupuestos en este sentido hasta llegar en la actualidad al 11% de las aportaciones de la extensión de norma a investigación. Un esfuerzo destinado a mejorar la competitividad del sector y ofrecer nuevos argumentos de venta en todo el mundo.

La Organización tiene entre sus objetivos prioritarios favorecer el impulso del I+D+i en colaboración con instituciones científicas y administraciones de todo el país.

Los ámbitos fundamentales de actuación de la Interprofesional en investigación e innovación se agrupan en tres campos:

- Agronomía
- Tecnología alimentaria
- Nutrición y salud

## Líneas prioritarias de I+D+i para el sector

Constantemente desde la Interprofesional se analizan cuáles son las necesidades del sector en el campo de la innovación. Así, se evalúan todos aque-

llos proyectos susceptibles de dar solución a los principales problemas de esta actividad:

### Agronomía

- Costes del cultivo: Tecnologías que permitan incrementar la rentabilidad y/o hacer rentables las explotaciones españolas, especialmente las de olivar tradicional.
- Identificación, erradicación y control de amenazas sanitarias.
- Adaptación a la sequía y al cambio climático
- Mejora medioambiental del olivar, que se adelante a los requerimientos cada vez más estrictos de la UE.
- El olivar como sumidero de carbono. Normalización de los cálculos de Huella de Carbono para el



Constantemente desde la Interprofesional se analizan **cuáles son las necesidades del sector en el campo de la innovación**

olivar y de Huella ambiental de producto para los aceites de oliva.

- Algunos ejemplos: Estrategias de erradicación, contención y control de *Xylella fastidiosa*. Proyecto LIFE Olivares Vivos y Olivares Vivos+. Mecanización agraria: TECNOLIVAR, MECAOLIVAR e INNOLIVAR. Lucha y control de la Verticilosis. Gestión de residuos líquidos de lavado procedentes de las almazaras para su uso en fertirrigación.

#### Tecnología alimentaria

- Pleno desarrollo e implementación del análisis instrumental de los aceites de oliva vírgenes para su clasificación comercial como complemento al panel test.
- Líneas que de investigación sobre química del producto que permite abordar cambios normati-

vos con plenas garantías, como ocurre en la actualidad con MOSH-MOAH y en el pasado con los esteres etílicos. Estudio del contenido, en partes de la aceituna, de algunos compuestos.

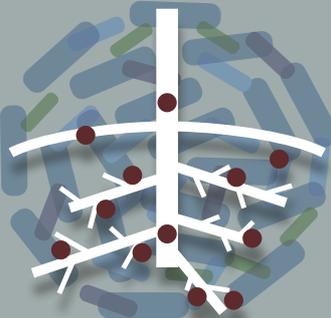
- Mejora en las tecnologías y procesos de elaboración de los aceites de oliva.
- Evolución en el tiempo de esteres etílicos en los aceites de oliva virgen extra.
- Revisión de normas de los LMRs en los principales mercados mundiales.
- Líneas prioritarias de I+D+i para el sector.

#### Nutrición y salud

- Fase clínica del Ensayo LifeBreast, sobre cáncer de mama.
- Prevención y lucha contra el cáncer de mama en humanos que lleva a cabo la Universidad Autónoma de Barcelona, en colaboración con la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero.
- Proyecto Prevención de recurrencia de depresión con Dieta Mediterránea (PREDI-DEP).
- Estudio San Carlos sobre control de diabetes gestacional con dieta rica en aceite de oliva virgen extra y sus efectos sobre el desarrollo futuro del niño.
- Búsqueda de nuevas alegaciones nutricionales y saludables aplicables a los Aceites de Oliva.

# Terra-Sorb radicular

## SymBiotic®



Toda a informação:



○ Terra-Sorb®  
habitual,  
mais vivo que nunca

**Bioiberica**

BIOESTIMULANTE PROBIÓTICO



# Acesur: Innovando por Tradición

Acesur hace justicia al claim que acompaña a su logo corporativo: “Innovamos por tradición”, mediante la puesta en marcha de políticas innovadoras como pieza fundamental de la estrategia de negocio del grupo, acometidas por el departamento de innovación creado en 2012 para canalizar, organizar y potenciar la intensa labor de innovación que ya se venían realizando en la compañía desde prácticamente sus inicios.



Easy Taste supone un hito tecnológico sin precedentes en el sector.



Parte del equipo de I+D en el centro del grupo en Vilches (Jaén).

Las líneas estratégicas de innovación que aborda Acesur se enfocan desde diferentes perspectivas y líneas de trabajo.

## Desarrollo de nuevos productos

Proyectos para la mejora de la calidad organoléptica y nutricional de sus productos, así como el desarrollo de nuevos alimentos alineados con las nuevas tendencias que les plantean los mercados, que se adaptan a las cambiantes necesidades de los clientes, por muy exigentes que éstas sean, y entre los que suelen encontrar productos con un perfil saludable.

## Sostenibilidad/Economía circular

Investigación y desarrollo de tecnologías disruptivas y obtención de nuevos productos de valor añadido a partir de sus subproductos, en un contexto de fomento de la economía circular, mediante la colaboración con socios tecnológicos, proveedores, y las más prestigiosas universidades y centros tecnológicos expertos en el sector agroalimentario.

## Mejora de procesos

Mejora de la eficiencia de los procesos, través de optimizaciones y evoluciones de su tecnología. Todo ello

alineado con la estrategia transversal de la compañía en cuanto a fomento de las sostenibilidad medioambiental y descarbonización de nuestra actividad.

Las instalaciones de I+D de Acesur en Vilches (Jaén), cuentan con un laboratorio físico-químico y microbiológico, una cocina experimental, una planta piloto de elaboración de salsas y emulsiones, cámaras climáticas, y otras zonas de trabajo para los técnicos. A su vez, cuenta con el apoyo analítico de los laboratorios físico-químicos que la compañía tiene en Tarancón, Dos Hermanas y Vilches.

Liderando proyectos nacionales e internacionales

El Departamento de I+D de Acesur suele abordar retos científico-técnicos muy ambiciosos, para lo que es fundamental plantear colaboraciones con expertos en la materia como pueden ser: partners, proveedores, clientes e incluso Organismos Públicos (Universidades y Centros Tecnológicos), formando consorcios multidisciplinares, que faciliten obtener un desenlace exitoso de los proyectos de I+D, abordando retos de primer nivel que nos permitan avanzar en el desarrollo y mejora de sus productos y procesos.

En este sentido, Acesur forma parte de organizaciones intersectoriales como FIAB, PLATAFORMA TECNOLÓGICA FOOD FOR LIFE, socios de AINIA, o a nivel europeo como miembro destacado del ecosis-



## PROYECTOS

### EASY TASTE

Acesur culminó en 2023 el proyecto “Easy Taste”, obteniendo como resultado un método analítico capaz de predecir de manera rápida, fiable y económica la categoría comercial de los aceites de oliva virgen: virgen extra, virgen y lampante.

Este método analítico que, de momento, se usará como complemento técnico al vigente método oficial (Panel Test), se basa en la obtención de un perfil cromatográfico de los componentes volátiles presentes en cada aceite de oliva mediante un cromatógrafo de gases acoplado a espectrometría de masa. Este perfil de compuestos volátiles es procesado por el modelo matemático predictivo desarrollado, que ofrece de manera inmediata la categoría comercial con gran precisión. Entre las ventajas respecto al panel de cata destaca su menor coste y mayor operatividad.

El resultado de este proyecto supone una novedad mundial, para el que ha sido crucial la colaboración del panel de cata acreditado del laboratorio INDLAB, junto con los Servicios Centrales de Apoyo a la Investigación (SCAI) de la Universidad de Córdoba (UCO) liderados por el Dr. Fernando Lafont.

### OLIVE PACK

El proyecto “OLIVE-PACK: Desarrollo de nuevos envases sostenibles para el aceite de oliva” pretende valorizar los subproductos de la producción del Aceite de Oliva Virgen Extra (AOVE), al acometer la investigación y desarrollo de nuevos procesos de biorrefinería encaminados a la obtención de micro y nanofibras de celulosa (MNFC) a partir de subproductos procedentes de la extracción del aceite de oliva, que sirvan como material de valor añadido en el desarrollo de una nueva gama de bioplásticos para obtener envases biodegradables/compostables para el envasado de aceite de oliva.

El proyecto está co-financiado por el Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI). Cuenta con la

colaboración de entidades tecnológicas como son AINIA y AIMPLAS, así como nuestro partner en la fabricación de envases Logoplaste.

### SINGLE PACK

Alineado con la política de sostenibilidad y descarbonización de Acesur, se enmarca el proyecto “SINGLE-PACK: Desarrollo de nuevos envases monodosis biodegradables-compostables para el envasado de salsas y aceites”, que persigue la creación de un nuevo envase monodosis 100% de papel (biodegradable-compostable).

El proyecto SINGLE-PACK esta co-financiado por el Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) y por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). El proyecto está siendo liderado por Acesur y cuenta con la colaboración AINIA.

### PREDIABOLE

El proyecto “PREDIABOLE: Developing a functional olive oil enriched with oleanolic acid for the prevention of type 2 diabetes in prediabetic patients” persigue el desarrollo de un nuevo alimento funcional que, incorporado a la dieta de forma regular, module el metabolismo humano hacia un perfil saludable, previniendo la prevalencia de las Enfermedades metabólicas, fundamentalmente la diabetes tipo II.

El nuevo producto consiste en un aceite virgen extra (AOVE) enriquecido con ácido oleanólico (AO) extraído de las hojas del propio olivo que combina los beneficios saludables del AOVE con las propiedades funcionales del AO, de forma que, consumido regularmente, asegura científicamente una reducción drástica (más del 51,5%) de la probabilidad de desarrollar enfermedades metabólicas en el consumidor, en particular, Diabetes Mellitus tipo 2.

Acesur ha colaborado durante más de 10 años en este proyecto, que finalmente cristalizó en una patente (EP18382510) cuyos titulares son el CSIC y el SAS y que ha acabado siendo licenciada por Acesur para su explotación comercial.

tema empresarial agroalimentario EIT FOOD, siendo no solo el único representante del sector oleícola en el mismo, sino también una de las pocas organizaciones privadas españolas en este consorcio de 60 empresas europeas.

Melchor Martínez, director de I+D de Acesur, explica hasta qué punto ha sido favorable para Acesur trabajar/liderar algunos de estos consorcios: “Los proyectos de I+D nos permiten avanzar a grandes pasos en la solución de los principales retos de nuestra industria oleícola, de manera que nos acercamos más y mejor hacia el hecho de consolidar que Acesur sea la compañía de referencia nivel mundial, no sólo en ventas, si no en conocimiento e innovación”.

Añade que “además, la puesta en marcha de proyectos de I+D nos permite establecer relaciones

estables y fructíferas con los Organismos de Investigación (Universidades y Centros Tecnológicos) además de otros partners tecnológicos, que provocan sinergias, generando a su vez más innovación, conocimiento de tendencias, y transferencia de conocimiento sobre nuestros productos y procesos.”

En los últimos años, son notables los proyectos innovadores que ha conseguido poner en marcha Acesur, en el cuadro anterior destacamos algunos de ellos.

Por último, el Departamento de I+D+I de Acesur, suele practicar la innovación abierta, de modo que si estás interesado en ponerte en contacto para proponer alguna mejora, solución, colaboración o simplemente una idea, estamos a tu disposición en el siguiente email: [info@acesur.com](mailto:info@acesur.com).

# ITEA lidera la transformación digital de las almazaras con GIA 4.0

Imáginese un futuro donde cada paso del proceso de producción en una almazara está optimizado para la excelencia. Desde la entrada del producto hasta la salida del aceite, GIA 4.0, el software de Gestión Integral de Almazara de ITEA, está diseñado para maximizar el rendimiento y la calidad mientras se minimizan costos y tiempo, obteniendo multitud de datos para conseguir la mayor información posible, de ahí su lema “el dato es oro”.

**E**l GIA 4.0 es el resultado de más de 25 años de experiencia, investigación y aprendizaje junto a agricultores y maestros de almazara, a quienes ITEA pone la más alta tecnología a su servicio, facilitándoles la labor y procurando la mayor rentabilidad a su producción.

Está integrado con ERP para una completa interacción entre la gestión administrativa y los procesos operativos. Es una herramienta accesible, intuitiva y fácil de usar, con soluciones innovadoras como sistemas de monitoreo en tiempo real, sensorería avanzada y automatización de procesos, así como predicciones a partir de información, ITEA está cambiando la forma en que se opera en las almazaras elevando los estándares de calidad y asegurando que cada gota de aceite producida sea de la más alta calidad y esté identificada.

La tecnología Blockchain mejora el nivel de seguridad de los datos al hacer que sea excepcionalmente difícil modificarlos de manera fraudulenta. Además, genera un registro inmutable que proporciona un historial de datos confiable y permanente. Esta transparencia y confianza resultantes en las partes involucradas se refuerzan aún más por la posibilidad de verificar la integridad de los datos a través de “NTC” por cada una de estas partes, gracias a su naturaleza descentralizada.

## Espectrometría en continuo

Actualmente, el GIA integra tecnología de espectrometría para la medición continua de la aceituna, tecnología que permite una evaluación en tiempo real y no invasiva de las propiedades fisicoquímicas de la aceituna en su estado fresco. Al utilizar esta analítica en continuo, el sistema proporciona una evaluación detallada de diversos parámetros clave, como el contenido de humedad, el grado de maduración, la concentración de aceite y otros compuestos relevantes para la calidad del producto final.

Además, GIA 4.0 integra la información obtenida con el proceso de pesada de la aceituna, lo que permite una asociación directa entre los datos analíticos y la pesada. Esta combinación de tecnologías proporciona una visión integral del proceso de producción, facilitando la toma de decisiones en tiempo real y optimizando la eficiencia operativa.

## Migración de software en cliente

Recientemente, ITEA ha llevado a cabo la implementación de su software en dos grandes firmas de Portugal y de la provincia de Sevilla, con producciones superiores a 60 millones de kilos de aceituna, así como en un relevante productor de Granada. Se trata de instalaciones donde previamente se había utilizado un producto de la competencia. La transición de este software se realizó de manera eficiente y en un tiempo récord, logrando completarse en apenas unas horas en uno de los casos. La sustitución del software anterior por GIA 4.0 ha constituido un importante avance en la optimización de los procesos de fabricación de la planta, permitiendo una gestión más eficaz y de los recursos y una mayor precisión en el control de la producción.

Un aspecto destacable de estas implementaciones es que se llevaron a cabo utilizando los materiales hardware ya existentes en las fábricas, lo que no sólo optimizó los costes asociados al cambio, sino que también minimizó el tiempo de inactividad de la producción. Con GIA 4.0, las fábricas cuentan ahora con una plataforma tecnológica de vanguardia que ofrece funcionalidades avanzadas de control y supervisión, así como herramientas de análisis de datos en tiempo real.

La exitosa migración a GIA 4.0 refleja el compromiso de ITEA con la innovación tecnológica y su capacidad para adaptarse a las necesidades específicas de sus

## GIA 4.0 ES ESPECIFICO, EXCLUSIVO E INTEGRAL PARA ALMAZARAS

Nuestro sistema no es una adaptación de un software industrial a la almazara. La gran diferencia es que el GIA 4.0 es específico, exclusivo e integral para almazaras, está pensado y desarrollado por y para éstas desde un conocimiento profundo del olivar, de las necesidades e inquietudes del agricultor y de los maestros de almazara, con los que hemos ido adaptando y perfeccionando el sistema hasta confeccionar un traje a medida del que hoy presumen más de 500 almazaras en España y Portugal.

Trabajamos sobre dos ejes. El primero sin duda es la innovación, orientada por un lado a la calidad y la trazabilidad del producto y por otro a la rentabilidad y la mejora de la competitividad de la industria olivarera. El segundo es el servicio al cliente, sin el que el primero no sería más que humo. Nos diferencia nuestra capacidad de respuesta inmediata ante cualquier incidencia en cualquier punto de España y Portugal, más allá de soporte técnico en remoto 24 /365. Acompañamos como nadie a nuestros clientes y, en este sentido, destacaré nuestra apuesta por el mantenimiento predictivo, la inteligencia artificial, la ciberseguridad y la tecnología blockchain que, aplicada a la trazabilidad del aceite de oliva, va a marcar un antes y un después, tanto por la invulnerabilidad de los datos como por el valor y la confianza que aporta al consumidor. Blockchain es, sin duda, el paso definitivo hacia la almazara 5.0, en la que

ITEA también pretende ser pionera y una de las referencias del sector.

Nuestro liderazgo en el sector de la automatización industrial es resultado de nuestra alta capacidad tecnológica, en continua evolución por nuestra inversión en I+D+I, y la excelencia de nuestros productos y servicios. Pero nada de esto se sostendría sin el trabajo y el talento de más de 75 profesionales que se despliegan en los departamentos técnico, ingeniería, instalación, programación, informática - electrónica industrial y desarrollo de software, ciberseguridad, con un almacén propio y un servicio ágil y eficaz 24 horas los 365 días del año.

En ITEA hacemos realidad la transformación digital en cualquier sector industrial, haciendo uso de las últimas tecnologías y creando verdadero valor de negocio. Somos pioneros y expertos en la transformación digital que hace sostenibles, eficientes y competitivas a las industrias. Ofrecemos soluciones personalizadas que cumplen las expectativas más exigentes.



Rafael Bascón, fundador y CEO de ITEA.



ITEA está desarrollando herramientas digitales integradas con sistemas ciberfísicos para optimizar la producción agrícola.



ITEA ha llevado a cabo la implementación de su software en Portugal, Sevilla y Granada.



El GIA integra tecnología de espectrometría para la medición continua de la aceituna.

clientes, brindando soluciones que impulsan la eficiencia y la competitividad en el entorno industrial.

### CDTI Innovación

ITEA está desarrollando herramientas digitales integradas con sistemas ciberfísicos para optimizar la producción agrícola, entre ellas, la creación de dispositivos de bajo costo para la medición precisa de temperatura, humedad, pH y otros parámetros en tiempo real. Estos dispositivos, distribuidos estratégicamente en fincas, terrenos y cultivos, recopilan datos cruciales que se envían y almacenan en la nube para su posterior análisis.

Esta información proporciona a los agricultores una visión detallada de las condiciones ambientales en sus

parcelas, y les permite tomar decisiones sobre el riego, la fertilización y otras prácticas agrícolas. La visualización multiplataforma garantiza que estos datos sean accesibles desde cualquier dispositivo conectado a internet.

Sin embargo, la verdadera revolución llega con el uso de la inteligencia artificial (IA) para procesar estos datos. Al emplear algoritmos avanzados, la IA identifica patrones, tendencias y posibles riesgos en la producción agrícola. Esta capacidad predictiva es fundamental para anticipar problemas y optimizar la dosificación de productos fitosanitarios, maximizando los rendimientos.

Además, ITEA también ha desarrollado detectores de movimientos para mejorar la seguridad en las fincas, que alertan sobre intrusiones no autorizadas.

# El ERP que ayuda a las empresas en su transformación digital y las conecta al futuro

Sage 200 es la solución de gestión empresarial flexible y dotada de inteligencia proactiva, diseñada para unificar todos los procesos de negocio en almazaras y envasadoras de aceite.

En el sector oleícola, la disponibilidad de software ERP de gestión empresarial ha sido siempre limitada. Los grandes fabricantes de software no han considerado este un mercado objetivo, dejando a los desarrolladores locales la tarea de crear soluciones prácticas, aunque con funcionalidades limitadas.

Las empresas suelen utilizar soluciones aisladas, de diferentes proveedores, para la almazara, las finanzas, la trazabilidad, la calidad o el envasado. Soluciones aisladas que no satisfacen la necesidad actual de integración empresarial.

Hoy, las empresas buscan estar conectadas internamente, y con clientes y proveedores. La respuesta no es una suma de herramientas, sino una plataforma global de soluciones conectadas que facilite la comunicación con el mercado y aproveche las ventajas de esta nueva era.

## La propuesta de Sage 200 Almazaras y Envasadoras

Esto es Sage 200, ERP líder entre las medianas empresas españolas, que ofrece módulos para cada área del negocio y permite una adaptación flexible al ritmo de crecimiento y las necesidades de cada empresa.

IDESA, partner de Sage en Córdoba, ha adaptado Sage 200 para la gestión del aceite, creando Sage 200 Almazaras y Envasadoras, en colaboración con importantes empresas de sector en toda España.

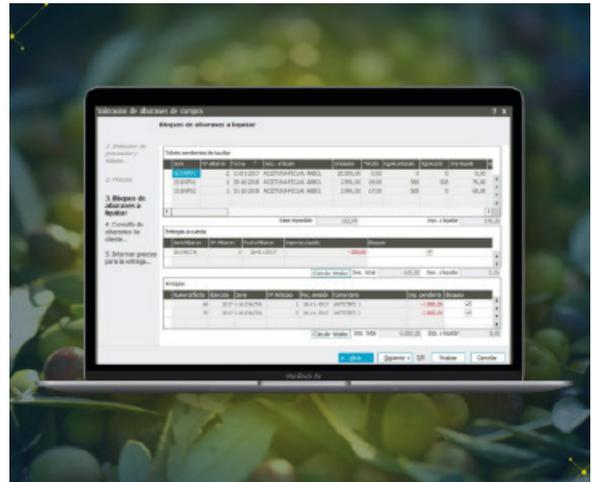
## El software más completo y la garantía de un líder

La principal ventaja de Sage 200 Almazaras y Envasadoras es su especialización. La experiencia aportada en su desarrollo por almazaras, envasadoras y operadores líderes, aseguran una adaptación completa al sector oleícola, y es personalizable además para cada empresa.

Sage, líder mundial en soluciones ERP, proporciona un sistema robusto y confiable, con amplias funcionalidades de gestión del negocio y que se actualiza tecnológica y legalmente, algo crucial en un tiempo de cambios normativos en la facturación de las empresas.

## Integración y control de procesos

Sage 200 Almazaras y Envasadoras permite integrar y



Sage 200 Almazaras y Envasadoras responde de manera precisa a las demandas del sector oleícola.

automatizar todas las etapas del proceso de producción y comercialización, garantizando una gestión eficiente y transparente.

Desde la conexión con sistemas de pesaje y SCADA en la recepción de aceitunas, la molturación y gestión de la bodega, hasta la gestión del envasado y la exportación, incluyendo opciones multiidioma y multimonedas.

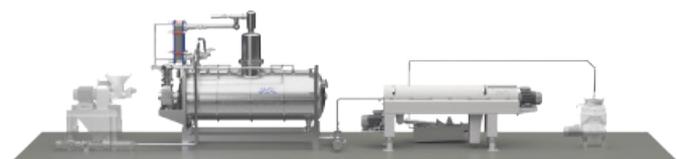
Asegura una trazabilidad completa, crucial para cumplir con normativas estrictas en seguridad y calidad alimentaria, con una notable reducción de costes. Las herramientas de análisis proporcionan estadísticas detalladas en tiempo real, para tomar decisiones basadas en información actualizada y mejorar la eficacia operativa.

## El caso de éxito de Heredad de Monteagudo

La implantación de este ERP ha mejorado significativamente la gestión de clientes como Heredad de Monteagudo. Esta almazara ha experimentado un crecimiento importante tras la adopción de Sage 200 Almazaras y Envasadoras, que ha influido en la mejora de la productividad y el control del negocio.

En un sector donde la eficiencia y el cumplimiento normativo son críticos, elegir un ERP especializado no es solo una buena opción, sino una necesidad estratégica para estar siempre a la vanguardia en tecnología y operaciones.

# Bienvenidos a una nueva era de rentabilidad en la industria del aceite de oliva



El mercado del aceite de oliva es cada vez más competitivo. Poder contar con una ventaja dentro del proceso de extracción del aceite de oliva es la clave del éxito.

Gracias a una combinación eficiente de tecnologías, el sistema Olive Oil Booster de Alfa Laval proporcionará un mayor rendimiento de extracción, mayor producción, mayor calidad del aceite de oliva y un menor consumo de agua, lo que aumentará la rentabilidad de su negocio.

La innovadora solución encaja perfectamente en cualquier almazara mejorando el porcentaje de extracción, a la vez que preserva al máximo la calidad del aceite evitando la oxidación, el exceso de temperatura, consiguiendo aumentar el porcentaje de antioxidante, comparado con tecnologías tradicionales.

**Sistema Olive Oil Booster de Alfa Laval**

Visita [www.alfalaval.es/oliveoilbooster](http://www.alfalaval.es/oliveoilbooster)



TANTO EN SUS OPERACIONES COMO EN SU PROPUESTA

LAS EMPRESAS INVIERTEN

# La sostenibilidad, un pilar fundamental para AGR by De Prado

Para AGR, la sostenibilidad es un pilar fundamental en sus operaciones y en su propuesta, entendida en un sentido integral, abarcando tres dimensiones clave: económica, medioambiental y social.



Para AGR la aplicación de la sostenibilidad al olivar implica aspectos económicos, medioambientales y sociales.

La sostenibilidad es para AGR by De Prado un pilar fundamental en sus operaciones y en su propuesta. Más allá de una mera palabra de moda, la entienden en un sentido integral, abarcando tres dimensiones clave: “económica (la rentabilidad es esencial para mantener nuestras operaciones y garantizar la continuidad del negocio), medioambiental (a través de prácticas agrícolas sostenibles y tecnologías innovadoras, buscamos minimizar nuestro impacto ambiental y promover la biodiversidad en nuestras áreas de cultivo) y social (proporcionar empleos de calidad, mejorar las condiciones de trabajo y generar un impacto positivo en las comunidades locales). Usando la creatividad se pueden conseguir estos tres objetivos al unísono”, asegura José María Pedrero, delegado de AGR en Extremadura.

En cuanto a la aplicación de la sostenibilidad al cultivo del olivar, para AGR implica una cuidadosa consideración de los aspectos económicos, medioambientales y sociales para garantizar un equilibrio óptimo entre la rentabilidad, la preservación del entorno y el bienestar de la comunidad.

Desde una perspectiva económica, se busca maximizar los ingresos y minimizar los costos mediante prácticas de gestión eficientes, y esto se consigue mediante plantaciones modernas donde se consiga un margen satisfacto-

rio, realizando una buena transformación del terreno en la fase de plantación y, luego, usando razonadamente todos los insumos, para conseguir la máxima productividad (ingresos) con los justos recursos (costes).

En términos medioambientales, se prioriza la conservación y el respeto por los recursos naturales. Esto se consigue, por ejemplo, usando la cantidad de agua y fertilizantes adecuadas, apoyándonos en herramientas digitales que nos ayuden en la toma de decisiones y automatización. Introducir el uso de abonos con componentes orgánicos y compost y menos de abonos inorgánicos NPK, uso de cubierta vegetal, capa de mulching con los restos de poda. Atomizadores de dosis variable, herramientas predictivas de enfermedades según condiciones del ambiente, software que optimice los rendimientos de los tractores...

Y la social, el mayor creador de empleo es la rentabilidad en una empresa (del olivar), además con la mecanización del cultivo los trabajos son cualificados y mejor pagados. Por otro lado, buscan la ergonomía de los puestos de trabajo y la seguridad de los empleados.

## La percepción del agricultor

José María Pedrero destaca que, para las grandes explotaciones, muy integradas en el escalón superior de la co-



Para AGR el desafío más grande al que se enfrenta un oliverero en el ámbito de la sostenibilidad es el manejo de los subproductos.

mercionalización, el enfoque de la sostenibilidad es muy importante y usan un abanico muy amplio de medidas con impacto positivo, por los requerimientos de sus compradores o consumidores”.

Para el resto de agricultores, añade, “cada vez más, están más concienciados y cada vez más se están aplicando buenas prácticas, valga como ejemplo la cantidad de cubiertas vegetales que se ven en nuestros olivares, el picado de leña y hojas sobre el suelo”.

Por otra parte, el responsable de la compañía en Extremadura considera que “es fundamental que los agricultores puedan medir y demostrar el impacto económico de las medidas de sostenibilidad que implementan en sus proyectos. Esta medición no solo ayuda a validar la efectividad de estas prácticas, sino que también permite a los agricultores tomar decisiones informadas sobre cómo integrar la sostenibilidad de manera rentable en su modelo de negocio. Es decir, la tangibilización del impacto econó-

mico de la sostenibilidad es un paso crucial para garantizar su viabilidad a largo plazo en el sector agrícola”.

Para AGR el desafío más grande al que se enfrenta un oliverero en el ámbito de la sostenibilidad es el manejo de los subproductos, la gestión de los fertilizantes y el uso de energías renovables. “Estamos haciendo pruebas con alpechín, compostaje, generación de biometano, uso de subproductos en alimentación animal o investigación aplicada de uso de fertilizantes más sostenibles. Por acabar, un ejemplo más ya tenemos en el grupo 90 fincas con autonomía energética gracias a sus placas fotovoltaicas”.

En su política sostenible, afirma José María Pedrero que AGR destaca por su experiencia y porque están realizando todo tipo de pruebas en los olivares del grupo, para saber, de primera mano, qué acciones tienen el mejor impacto en sus explotaciones, para poder implementarlas en las fincas de sus clientes.

- Plantaciones
- Vivero
- Recolección
- Poda
- Asesoramiento
- Tratamientos fitosanitarios

# AGR

G L O B A L  
by De Prado

**RENOVAMOS LA AGRICULTURA**



Para más información, accede a nuestra web



PARA DAR RESPUESTA A LAS NECESIDADES Y DEMANDAS DESDE EL CAMPO A LA MESA

# I+D y sostenibilidad se dan la mano en Dcoop

En Dcoop, sostenibilidad e innovación van de la mano. El departamento de I+D+i de Dcoop se fundó en el año 2009 con la finalidad, en aquel entonces, de iniciar una actividad de innovación en el grupo cada vez más demandada principalmente por clientes en el ámbito de desarrollo de nuevos productos.

**D**esde 2009 la actividad de Dcoop ha evolucionado sustancialmente para dar respuesta a las necesidades y demandas desde el campo a la mesa. Su departamento de I+D+i ofrece sus servicios a todas las secciones del Grupo, abordando todas las actividades agroalimentarias que lo componen.

La estrategia de innovación del grupo cooperativo se basa en cuatro pilares fundamentales: calidad, trazabilidad y seguridad alimentaria; industria 4.0 e innovación de procesos; aprovechamiento de subproductos y desarrollo de una economía circular y desarrollo de nuevos productos saludables.

Cobra especial importancia la problemática del agua y la sequía que venimos arrastrando, cuyo pronóstico es poco alentador para los próximos años debido al cambio climático. Esto pone de manifiesto que acciones que favorezcan una gestión más eficiente del agua o el incremento de ésta para su uso en agricultura son imprescindibles.

## Retos del Agua

Para avanzar en la búsqueda de soluciones, Dcoop ha colaborado con Cajamar Innova, la incubadora/aceleradora de empresas de alta tecnología en agua, en el programa Retos Del Agua. Entre las potenciales soluciones que se evaluaron como respuesta al lanzamiento del Reto 'Soluciones innovadoras que ayuden a maximizar los recursos hídricos en el olivar', se seleccionó como proyecto piloto maximizar los recursos hídricos en olivar mediante ViAcqua+®, fruto de la colaboración de Dcoop con Cajamar Innova y la empresa BAIC Agro Europa S.L. El objetivo es la demostración del ahorro de agua que supone el uso del retentor de humedad ViAcqua+®, desarrollado por BAIC Biotecnología. Además, ViAcqua+® podría tener un efecto positivo sobre



Participantes en el piloto realizado entre Dcoop y Cajamar.

otros parámetros del suelo como la conductividad eléctrica, y sobre parámetros propios de la planta como el crecimiento vegetativo, desarrollo reproductivo o rendimientos grasos.

Estas mejoras se estudian mediante la propuesta de un ensayo con diferentes estrategias de aplicación y manejo del agua de riego frente a un tratamiento convencional. La empresa Plantae

también está colaborando en el proyecto piloto, incorporando sondas de humedad y conductividad para optimizar el manejo del agua disponible. Los estudios continuarán durante 2024 y se espera que a finales de dicho año se puedan obtener resultados para alcanzar conclusiones sobre su futuro uso generalizado.

Por otro lado, Dcoop ha creado un grupo multidisciplinar de perfil técnico que apoya la implementación y la obtención de una certificación de sostenibilidad en cada cooperativa y en cada explotación olivarera. El proceso pasa por una auditoría realizada por una entidad independiente, en este caso SCS, que otorga la garantía de fiabilidad y transparencia a las actividades certificadas.

El núcleo estratégico de la alianza entre Dcoop y su socia americana Pompeian es desarrollar este proyecto de certificación que verifique la sostenibilidad del aceite de oliva a lo largo de toda la cadena de valor. Para ello, será necesario que tanto el 100% de las cooperativas del Grupo como de los centros de almacenamiento y envasado, tanto en España como en EEUU, se adapten a los requisitos de este estándar al que por primera vez se somete una empresa agroalimentaria europea.

Mediante este proyecto, Pompeian, Dcoop y sus cooperativas son pioneras en dar respuesta a los nuevos retos demandados por la Unión Europea y la nueva PAC y muy especialmente por los clientes.

# DCCOOP

*Tierras con Alma*

## Cuidamos el Medio rural

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



*Síguenos:*



[www.dcoop.es](http://www.dcoop.es)



# El compromiso de Defeder con la agricultura regenerativa

Defeder apuesta por el cuidado de las tierras, manteniendo un alto compromiso por el medio ambiente. “Nos enorgullece ofrecer productos que no solo promuevan la salud de los cultivos sino también la del planeta. Nuestros fertilizantes ecológicos son el resultado de un proceso de fabricación meticuloso y comprometido con la sostenibilidad ambiental”, aseguran desde la compañía.

**D**efeder tiene un objetivo: estandarizar la fertilización ecológica y orgánica a nivel mundial. “Queremos convertirnos en la empresa líder en fertilizantes 100% ecológicos y ecoviables elaborados a partir de materias primas de calidad”, afirman. Para ello ofrecen una amplia variedad de fertilizantes sólidos orgánicos con NPK, que se ajustan a las necesidades de cada tipo de suelo y cultivo.

Defeder cree en el poder de la agricultura ecológica para promover un futuro más sostenible y saludable para todos. Sus fertilizantes ecológicos son el resultado de un compromiso firme con la calidad, la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental.

“Nuestros productos son altos en nitrógeno y muy adecuados para el olivo, sobre todo el Nitroplus, un fertilizante ecológico con alto contenido en nitrógeno orgánico para su aplicación en abonado de fondo o cobertura en cultivos a campo abierto de una única aplicación”, explican.

Nutricomplet, otro de sus productos estrella, es un abono orgánico nitrogenado de origen animal, que dispone del distintivo orgánico y ecológico ECOCERT y el certificado CAAE (al igual que Nitroplus), y que certifica que se ha desarrollado cumpliendo todos los requisitos y normas respecto a la producción ecológica.

## Mejora la estructura del suelo

El valor añadido que Defeder aporta a sus fertilizantes, que le dan a partir de “probióticos”, mejoran la estructura del suelo y favorecen la retención de agua en un 60% frente a fertilizantes convencionales. Además, los fertilizantes Nitroplus y Biocomplet cuentan con la certificación NOP.

Ahora, también cuentan con una amplia gama de variedades, desde fertilizantes ecológicos hasta enmiendas cálcicas, pasando por fertilizantes órgano-minerales, materias primas y productos especiales. Esta nueva clasificación se ha creado a partir de las adquisiciones de las empresas Oscafos y Calcisol, el año pasado y cuentan con más de 15 nuevos productos.

La agricultura sostenible es el camino hacia el futuro, y en Defeder están comprometidos a liderar ese camino. La



El objetivo de Defeder pasa por estandarizar la fertilización ecológica y orgánica a nivel mundial.

incorporación de estos nuevos productos refleja su deseo de proporcionar a los agricultores herramientas necesarias para cultivar de manera responsable y eficiente.

“Estamos convencidos de que esta ampliación de nuestro catálogo no solo beneficiará a los agricultores, sino que también contribuirá al bienestar a largo plazo, de nuestro planeta. Creemos en un futuro donde la agricultura y la ecología coexisten de manera armoniosa y estos fertilizantes son un paso sólido en esa dirección”, destacan los responsables de la compañía.

## Agricultura regenerativa

Defeder apuesta por una agricultura regenerativa como base de la sostenibilidad de sus suelos, que ha captado la atención global como un enfoque que no solo busca minimizar el impacto negativo de la agricultura en el medio ambiente, sino también trabajar para restaurar y revitalizar los ecosistemas agrícolas.

Al contrario de los métodos convencionales, que a menudo agotan los suelos y dependen de productos químicos dañinos, la agricultura regenerativa fomenta prácticas que nutren y fortalecen la salud del suelo. Esto, añadido a la combinación de talento humano y su tecnología POWERDEF hacen que fabriquemos el fertilizante del futuro.



defeder

Especialistas en  
Nutrición Vegetal

o o o o **vi  
able.**



**DEFEDER CUENTA CON UNA AMPLIA GAMA DE FERTILIZANTES PARA LA AGRICULTURA REGENERATIVA Y TODO TIPO DE SUELOS Y CULTIVOS**

**Nº1**  
EN  
ESPAÑA



Defeder es la empresa líder en fertilizantes procedentes de la economía circular para una agricultura regenerativa. Con materias primas orgánicas y una constante investigación conseguimos la mayor eficiencia nutricional del producto gracias a la tecnología Powerdef.

Defeder ofrece una sólida variedad de productos para todo tipo de cultivo y campo.

**Ponte en contacto con nosotros y te asesoraremos.**





LOS PRESENTARÁ EN LA FERIA DEL OLIVO DE MONTORO

# Industrias de la Rosa prepara nuevos lanzamientos

Con una trayectoria de más de medio siglo, Industrias de la Rosa no deja de innovar a través de su departamento de I+D+i y fruto de ello son los productos, varios de ellos nuevos, que mostrará en la próxima edición de la Feria del Olivo de Montoro.



La actividad de Industrias de la Rosa se basa en la fabricación de maquinaria oleícola y calderas de biomasa.

**E**n el corazón de la producción de aceite de oliva, en la localidad cordobesa de Montoro, se ubica desde hace más de 50 años la empresa Industrias de la Rosa, S.L.

Su actividad se basa en la fabricación de maquinaria oleícola y calderas de biomasa, siendo el sector del aceite de oliva donde centra la mayoría de los recursos. La fabricación, instalación y mantenimiento de equipamiento para almazaras, microalmazaras, almazaras móviles, refinerías y envasadores, son sus principales clientes.

Ante una campaña esperanzadora, Industrias de la Rosa presentará en la XXII Feria del Olivo de Montoro el amplio catálogo de productos.

Entre ellos, mostrará el nuevo modelo molino triturador de alta capacidad de 75CV, con un diseño robusto, versátil y concebido para molturar hasta 16.000kg de aceituna con una alta eficiencia energética.

Reconocida es la fabricación de termobatidoras y bombas mecánicas de pistón, de las cuales se

presentan los últimos avances en morfología y producciones. Las termobatidoras son fabricadas para producción en continuo, producción por lotes o producción mixta, capacidades que van desde 1Tm hasta 35Tm de capacidad. El último avance en cuanto a bombas mecánicas es la puesta en el mercado de bomba de doble efecto con producción de 1.200Tm/día.

Otro de los objetivos de la empresa es conseguir que sus equipos sean rentables para el trabajo que realizan pero a la misma vez eficientes y respetuosos con el medio ambiente. Por ello, el departamento de I+D+i ha desarrollado un sistema de control de combustión en las Calderas de Biomasa que la empresa fabrica, maximizando el rendimiento del equipo, ahorrando en combustible y minimizando al máximo las emisiones al exterior producidas en el proceso.

Este desarrollo se aplica a calderas de nueva fabricación, así como a las calderas existentes, permitiendo que las calderas trabajen dentro de los rangos que la normativa exige.

Ante una campaña esperanzadora, **Industrias de la Rosa** presentará en la XXII Feria del Olivo de Montoro su amplio catálogo de productos



# INDUSTRIAS DE LA ROSA

MICROALMAZARA BÉTICA  
BOMBA MECÁNICA  
MOLINO TRITURADOR  
CALDERA DE BIOMASA  
TERMOBATIDORAS  
DE CONTINUO Y MAQUILA



[www.industriasdelarosa.com](http://www.industriasdelarosa.com)

Ctra. Madrid-Cádiz Km. 358 · Apartado de Correos, 17  
14600 MONTORO (Córdoba)  
Tlf. 957 160 034 - Fax 957 160 450  
[industriasdelarosa@industriasdelarosa.com](mailto:industriasdelarosa@industriasdelarosa.com)



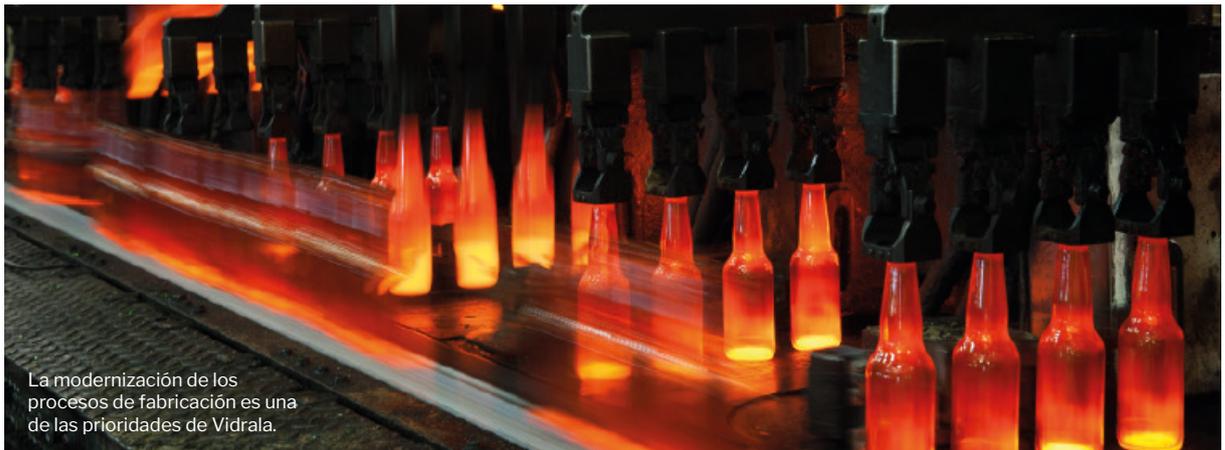
SOMOS FABRICANTES MARCA ESPAÑA



CON LA PUESTA EN MARCHA DE INICIATIVAS DE GRAN VALOR PARA LA EMPRESA

# Vidrala: un año de innovación sostenible y expansión internacional

En el ejercicio pasado, marcado por desafíos globales y un contexto económico complejo, Grupo Vidrala, fabricante de envases de vidrio líder en el mercado europeo, ha sabido destacar por su compromiso con la sostenibilidad y su estrategia de crecimiento internacional. En 2023, la compañía ha demostrado su compromiso con la innovación, la protección del medio ambiente y el crecimiento sostenible con la puesta en marcha de iniciativas de gran valor. Los diferentes hitos que acontecieron en el transcurso del pasado año han asentado los cimientos para afrontar este 2024 con confianza y determinación para seguir creciendo de forma sostenible.



La modernización de los procesos de fabricación es una de las prioridades de Vidrala.

**E**n Vidrala, la convicción en la integración de un modelo de negocio sostenible que influya positivamente en la sociedad, el medio ambiente y la economía es innegable. Durante años, la sostenibilidad ha sido un eje central en todas las actividades de la empresa, desde el proceso de fabricación de los envases hasta la elección de los métodos de transporte.

Los principios de las 4Ps (Prosperidad, Personas, Planeta y Poblaciones), han sido adoptados como la esencia de la estrategia de responsabilidad empresarial de la compañía, impulsada por la búsqueda de un equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social, la conservación del medio ambiente y el desarrollo sostenible de las comunidades donde opera.

Ya de por sí, el vidrio como material sostenible, destaca por su ciclo de vida continuo y su facilidad para ser reciclado y convertido en nuevos productos. Desde su producción en la fábrica hasta su destino final como

contenedor de alimentos y bebidas, este material atraviesa un proceso eficiente y respetuoso con el medio ambiente. Este hecho, sumado a las diferentes acciones puestas en marcha, sitúa a Vidrala como uno de los referentes del sector del packaging.

## Avances en sostenibilidad e innovación

Un ejemplo de estas buenas prácticas a lo largo de 2023 es la construcción y la puesta en marcha de la instalación fotovoltaica en la planta de Castellar Vidrio. Situada en Castellar del Vallès, Barcelona, esta fábrica es un testimonio del esfuerzo de la compañía por reducir su huella de carbono y adoptar fuentes de energía renovable. Equipada con más de 1.900 módulos fotovoltaicos y una capacidad de producción de aproximadamente 8.000 MWh anuales, esta instalación no solo generará una cantidad significativa de energía limpia, sino que también contribuirá a la reducción de más de 2.000 toneladas de emisiones de CO2 anuales. Este proyecto,



Vidrala ha demostrado una vez más su capacidad para generar valor durante el año 2023.

Entre los planes de Vidrala está la ampliación de la flota de transporte.

parte integral del plan de descarbonización y eficiencia energética de Vidrala, refleja su compromiso con la innovación y el liderazgo en sostenibilidad a nivel global.

Esta última instalación se suma a la implementada en 2022 en la planta de Crisnova Vidrio, ubicada en Caudete, Albacete, que, con una capacidad de 12 MW, ya ha permitido a la compañía reducir las emisiones de aproximadamente 12.000 toneladas de CO2 al año.

La modernización de los procesos de fabricación es otra de las prioridades de Vidrala, tal y como se puede observar con la renovación y puesta en marcha del horno localizado en la planta de Gallo Vidrio, en Marinha Grande, Portugal. El nuevo horno, equipado con las últimas tecnologías del mercado y un alto nivel de electrificación, ha ayudado a reducir significativamente las emisiones de CO2 y aumentar la capacidad de producción de la fábrica en más de un 50%. Además de mejorar la eficiencia energética, esta inversión también ha ayudado a ofrecer un nivel más alto de calidad en los productos finales.

La digitalización y automatización de los procesos, junto con el diseño ergonómico y centrado en el bienestar de los trabajadores, refuerzan el compromiso de Vidrala con la excelencia operativa y el desarrollo sostenible. Esta inversión forma parte de un extenso plan estratégico plurianual para el desarrollo industrial en Portugal. Este plan incluye la expansión de la infraestructura logística a través de la construcción de almacenes de tecnología avanzada, la ampliación de la flota de transporte, la inversión en instalaciones de generación eléctrica renovable y la modernización significativa de las dos plantas de vidrio situadas en Marinha Grande.

En el marco de su compromiso con la innovación y el diseño, Vidrala ha destacado especialmente este 2023 con la exposición del 'Vidrala Master Glass Design Contest', en el Museo Nacional de Artes Decorativas de Madrid. Este concurso busca fomentar la creatividad y la innovación en el diseño de envases de vidrio, al tiempo que promueve prácticas sostenibles y responsables con el medio ambiente. La competición brinda una plataforma para que diseñadores emergentes exploren nuevas ideas y enfoques en el diseño de envases, con un énfasis particular en sectores como el del aceite de oliva, donde la estética y la funcionalidad juegan un papel crucial en la percepción del producto por parte del consumidor.

### Entrada al mercado brasileño

El año 2023 también marcó un hito significativo en la ex-

pansión internacional y la diversificación geográfica del negocio de Vidrala con la adquisición de Vidroporto S.A., un destacado productor brasileño de envases de vidrio. Esta operación, valorada en 384 millones de euros, representa un paso importante en la estrategia de diversificación del negocio hacia el mercado brasileño y fortalece la presencia global de la compañía. Con dos plantas de alta tecnología en Porto Ferreira y Estância, Vidroporto es reconocido por su sólido legado industrial y relaciones comerciales estratégicas. Esta adquisición posiciona a Vidrala como un actor clave en América Latina y abre nuevas oportunidades de crecimiento en una región con un potencial significativo.

### Adaptación y crecimiento

A pesar de los desafíos del mercado, Vidrala ha demostrado una vez más su capacidad para generar valor durante el año 2023. Con un beneficio neto de 233,4 millones de euros y un EBITDA de 393,7 millones de euros, la compañía registró un incremento del 53,5% y 45,6%, respectivamente, en comparación con el año anterior. Estos resultados positivos son un testimonio del enfoque estratégico de Vidrala en la diversificación geográfica, la eficiencia operativa y la excelencia en el servicio al cliente. A pesar de la reducción de la demanda de envases en ciertos segmentos, entre los que se incluye el aceite de oliva, la compañía ha logrado mantener márgenes positivos y una sólida posición financiera.

### Compromiso con la innovación y la sostenibilidad

Por todo ello, 2023 ha sido un período de logros significativos y crecimiento sostenible para Vidrala y 2024 se plantea como un año en el que la compañía seguirá impulsando su liderazgo en el sector en los ámbitos de sostenibilidad e innovación. Parte de una base reforzada, gracias a iniciativas como la planta fotovoltaica en Castellar Vidrio, la renovación del horno de Gallo Vidrio o la adquisición de Vidroporto.

Con todo ello la compañía ha empezado 2024 reafirmando su compromiso con la sostenibilidad, la innovación y la expansión hacia mercados prometedores. Con una visión centrada en el futuro y un enfoque donde el cliente, el coste y el capital seguirán constituyendo la base de sus principios estratégicos y de gestión, Vidrala se posiciona como un líder indiscutible en la industria del vidrio.



# La biotecnología: un pilar clave en la evolución de la agricultura sostenible

Desde las primeras civilizaciones, los agricultores han manipulado selectivamente plantas y animales para mejorar sus características. Este proceso evolutivo dio origen a nuevas variedades y especies con atributos deseables. El siglo XX marcó el comienzo de la biotecnología agrícola moderna, que utiliza organismos vivos y técnicas biológicas para mejorar los productos agrícolas.



Laboratorio Herogra.



Planta de investigación.

La biotecnología ha sido un componente esencial de la ciencia a lo largo de los siglos. Desde la fermentación natural utilizada para producir cervezas y vinos, hasta la compleja manipulación de levaduras para hornear pan, la biotecnología ha moldeado de muchas formas la producción alimentaria. En el ámbito de la agricultura, esta ciencia ha jugado un papel crucial, transformando métodos tradicionales hacia prácticas más sostenibles y eficientes.

## Transición hacia una agricultura más ecológica

La creciente conciencia sobre el impacto ambiental de la agricultura tradicional ha empujado a buscar alternativas menos dañinas. La fertilización excesiva, por ejemplo, no solo agota los suelos, sino que también contamina acuíferos esenciales. En respuesta, la década de 1960 vio el surgimiento de la agricultura ecológica, que maximiza el uso de recursos naturales y evita productos químicos sintéticos y organismos genéticamente modificados.

## La biotecnología como solución sostenible

La biotecnología ha permitido avances significativos en la agricultura, desde mejorar la absorción de nutrientes mediante microorganismos hasta controlar plagas con extractos naturales. Un ejemplo destacado es el uso de microorganismos promotores del crecimiento vegetal (PGPR), que optimizan la nutrición de las plantas y for-

talescen su desarrollo radicular y resistencia a enfermedades.

### Beneficios Concretos de la Biotecnología Agrícola

- Resistencia a la sequía: Permite cultivar en regiones áridas.
- Menor uso de pesticidas: Fortalece la resistencia de las plantas contra plagas y enfermedades.
- Tolerancia a herbicidas: Facilita el manejo de malas hierbas en grandes extensiones de terreno.
- Mejora nutricional: Incrementa los niveles de vitaminas y otros nutrientes esenciales en los cultivos.

## Innovaciones Actuales: el caso de Herogra Especiales

Herogra Especiales, con su laboratorio y planta de fermentación biotecnológica, lidera la creación de productos ecológicos como TOTEM, un enraizante basado en la tecnología Orygin 2.0. Derivado de organismos extremófilos, TOTEM potencia el crecimiento radicular, mejorando la absorción de nutrientes y la resistencia de las plantas a condiciones adversas como sequías y vientos.

La integración de la biotecnología en la agricultura no solo es fundamental para la sostenibilidad ambiental, sino también para la seguridad alimentaria global. Al adoptar estas tecnologías, los agricultores pueden producir más con menos, garantizando un futuro donde el cultivo de alimentos sea tanto sostenible como eficiente. Invitamos a los lectores a explorar cómo pueden participar en la adopción de estas prácticas transformadoras.

# La GAMA de FERTILIZANTES más COMPLETA para Tu OLIVO



**HEROGR<sup>®</sup>**  
FERTILIZANTES  
POWERED BY **HEROGR<sup>®</sup> GROUP**

# Expectación ante el comportamiento a corto plazo del precio del aceite



Por **Ana Cabrera**  
Plataforma Tierra – Grupo Cajamar

**E**l Servicio de Estudios Agroalimentarios de Cajamar ha publicado un nuevo análisis sobre la evolución del mercado del aceite de oliva en la campaña 2023/24 con los datos disponibles más recientes, que puede consultarse en abierto en Plataforma Tierra ([plataformatierra.es](http://plataformatierra.es)), la comunidad digital de conocimiento de la entidad financiera.

La evolución de las condiciones meteorológicas y la sequía prolongada han influido negativamente en la oferta nacional y mundial de aceite de oliva, que derivó en un aumento significativo de los precios en origen en verano de 2023.

Los precios marcaron un hito a principios de 2024 al registrar su máximo histórico, y a pesar del descenso experimentado en las últimas semanas, se mantienen en niveles elevados al inicio de la primavera. Dicho descenso relativo comenzó a notarse a partir de la segunda quincena de marzo, con precios a inicios de abril casi un 20% menores que dos meses atrás, entre otros factores por la influencia de las lluvias en España.

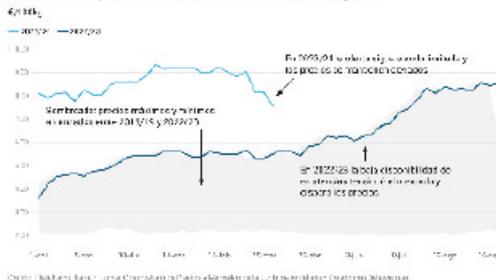
A pesar de esta bajada de la cotización en origen y la mejora de la previsión de la cosecha, el mercado continúa tensionado y ha generado una contracción en el consumo y en el volumen exportado en los últimos meses.

## Evolución de las existencias en España

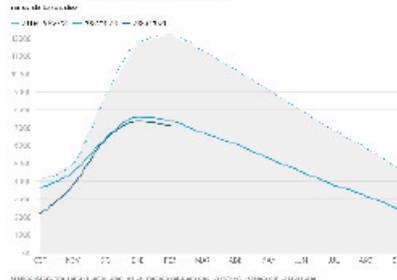
La producción estimada para 2023/24 es de 765.300 toneladas. Este volumen es superior al alcanzado en la campaña anterior, pero inferior a la media de la última década y a su potencial productivo. El bajo rendimiento se ha debido una vez más a los efectos de la sequía y las elevadas temperaturas sobre la floración, cuajado y engorde de frutos.

Por comunidades autónomas, el crecimiento productivo ha sido generalizado, destacando el aumento experimentado en Extremadura (+83,2%), debido a una climatología más suave y a una situación hídrica mejor que otras zonas productivas como Andalucía, principal zona productora.

Evolución del precio medio semanal de AOVE en España



Evolución de las existencias en España



La oferta total española en 2023/24, incluyendo producción y existencias, ha disminuido un -9,4% respecto a 2022/23, con un total de 1.013.300 toneladas, frente a las 1.118.600 de la campaña anterior. Este descenso se ha debido a la menor cantidad de existencias iniciales, un total de 248.000 toneladas, que han supuesto un -45,4% menos que en el periodo anterior.

Por su parte, la producción mundial ha experimentado una disminución del -6,2%, alcanzando un total de 2.396.000 toneladas.

## La oferta fuera de nuestras fronteras

En cuanto a la producción europea, se ha mantenido estable en comparación con la campaña anterior, con un ligero aumento del +0,1%, alcanzando las 1.394.000 toneladas. Sin embargo, sigue estando por debajo del promedio de los últimos 5 años, con una caída del -29,6%. La oferta europea ha sido limitada debido al impacto negativo de las condiciones meteorológicas en España, Portugal y Grecia, lo que ha afectado su capacidad productiva.

En el caso de los países extracomunitarios, estos han disminuido su aportación a la cosecha mundial en un -13,8%, con un total de 1.002.000 toneladas.

## Los precios se mantienen elevados

Las lluvias de las últimas semanas han provocado una reacción coyuntural en el mercado, a partir de una previsión más optimista para la cosecha, pero que en todo caso aún debe refrendarse. Por el momento, y a pesar del descenso de casi un 20% en los precios desde enero de este año, siguen rondando los 7,5 euros/litro en aceite de oliva virgen extra.





CELEBRADO EN SEVILLA

# FOSS lidera un hito en el Mundo Oleico con el OliveForum

El OliveForum, auspiciado por FOSS celebrado el pasado día 11 de abril en el Instituto de la Grasa del CSIC en Sevilla, ha marcado un hito en el mundo oleícola, atrayendo la atención del sector con su enfoque innovador y su contenido de alta calidad.

La participación fue uno de los aspectos más destacados del OliveForum. Desde productos hasta consumidores, todos los actores relevantes del sector estuvieron representados, creando un ambiente de intercambio vibrante y enriquecedor. La diversidad de perspectivas y experiencias contribuyó significativamente a la riqueza de las discusiones y al alcance de las conclusiones.



El contenido del evento se caracterizó por su calidad excepcional, centrándose en temas relevantes y actuales para la industria oleícola. La sostenibilidad, por ejemplo, emergió como un tema central. Esta atención a la sostenibilidad refleja el compromiso del sector con la preservación del medio ambiente y el desarrollo sostenible.

Los ponentes, expertos altamente reconocidos en sus respectivos campos, desempeñaron un papel fundamental en la excelencia del evento. Comenzando con la evolución climática y su impacto en la producción de aceite de oliva, presentado por Emilio Camacho Poyato, Catedrático de Hidráulica y Riegos en la ETSIAM de la Universidad de Córdoba, seguido por Alfonso Montaña, Responsable de Proyectos Elaio-técnicos en CTAEX, y Juan Vilar, Consultor Estratégico Internacional, quienes exploraron los modos de paliar los efectos del clima en los aceites.

Luego, se llevó a cabo una mesa redonda sobre la sostenibilidad de la olivicultura y los retos sobre competitividad futura, moderada por Juan Vilar e integrada por José Eugenio Gutiérrez, CEO de Olivares Vivos; Cristóbal Sánchez Ramírez, Delegado Zona Sur Agromillora; Manuel López, Director España de AGR Grupo De Prado; Gabriel Beltrán, Científico titular del IFAPA; y Javier Hidalgo, Científico titular del IFAPA.

La agenda continuó con el análisis de la campaña 2023/2024, donde Antonio Roldán y Luis Manuel Barrera, Responsables de Negocio en FOSS Iberia, presentaron un resumen detallado de la evolución de la campaña por zonas, basado en datos obtenidos de más de 17 millones de análisis y 2,2 millones de muestras.

Posteriormente, se abordó el tema de los aceites verdes, con una interesantísima presentación sobre el perfil

de cata y la importancia y el poder de los Biofenoles sobre la salud de las personas a cargo de Fernando Martínez, Especialista en I+D+I en el Instituto de la Grasa y Aránzazu García, Científica Titular del CSIC Instituto de la Grasa.

Finalmente, se llevó a cabo una mesa redonda sobre el impacto de las cotizaciones en el consumo futuro, tanto interno como externo, de aceites de oliva. Esta mesa fue moderada por Juan Vilar e integrada por Pedro Barato, Presidente de la Interprofesional Aceite de Oliva; Gabriel Estévez, Director BU Aceites Sovena; Álvaro Olavarría, Director Gerente de Oleoestepa; Cristóbal Gallego, Presidente de JaenCoop; Vicens Serrano, Procurement Manager Oils División de Borges, Gonzalo Guillen; CEO de ACESUR, Antonio Gallego Director Gerente de MIGASA, y Antonio Luque; Presidente del Grupo DCOOP.

La participación activa del público en todas las sesiones enriqueció aún más las discusiones y contribuyó al ambiente dinámico y colaborativo del OliveForum. El intercambio de ideas y la interacción entre los asistentes y los ponentes fueron aspectos clave que hicieron del evento una experiencia verdaderamente enriquecedora para todos los involucrados.

En conclusión, el OliveForum organizado y patrocinado por FOSS fue un éxito rotundo, recibiendo una respuesta extremadamente positiva por parte de los asistentes. Este feedback alentador motiva a continuar organizando eventos de este calibre y a seguir promoviendo el intercambio de conocimientos y la colaboración dentro de la comunidad oleícola. Agradecemos sinceramente a todos los asistentes y ponentes por su contribución a este evento memorable. Esperamos con entusiasmo el próximo OliveForum.



# ¿PREOCUPADO CON LA PÉRDIDA DE FRUTADO ELABORANDO ACEITES PREMIUM?

El nuevo **decanter SPI 56.2** le permite procesar la misma cantidad de aceituna un 25 % más rápido, ocupando el mismo espacio que su instalación existente\*.



Permite mantener refrigerada la salida de líquidos



Diseñado para facilitar la limpieza



Mayor capacidad de producción



Permite trabajar en 2 o 3 fases a su conveniencia



**PIERALISI**  
CIRCULAR THINKING

[www.pieralisi.com](http://www.pieralisi.com)

\*supuesto que sustituya un SPI 7 o un SPI 333

# Los laboratorios somos una pieza clave en la comercialización del aceite de oliva



**O**limerca.- **Las mejoras del cultivo y la apuesta por la calidad ¿cómo se está viendo reflejado en las analíticas que se llevan a cabo en las muestras de aceituna y aceite de oliva?**

Juan Antonio Tello.- Sin duda que ambos factores están originando una mayor necesidad de analíticas que, en definitiva, garanticen no sólo la calidad, sino también todo lo relativo a su autenticidad, seguridad alimentaria, beneficios saludables y controles medioambientales. El consumidor es cada vez más exigente, y exige que se le demuestren todas las excelencias que de nuestros aceites de oliva le contamos.

**Olimerca.- ¿Qué problemas tiene todavía el sector productor en materia de residuos en la aceituna y el aceite de oliva?**

Juan Antonio Tello.- La mejora ha sido muy notable en los últimos años, y cuando nos encontramos con algún problema analítico relacionado con residuos, casi siempre es alguna contaminación cruzada por la cercanía de algún cultivo diferente, o por desconocimiento sobre alguna restricción en el uso de alguna materia activa. Es bien cierto, no obstante, que la normativa, cada vez aproximándose más a los niveles

mínimos de cuantificación, y cambiante en la autorización o no de alguno de uso frecuente, origina estos, vamos a llamarlos, “despistes”. Cosa diferente son los AOs procedentes de algunos terceros países.

**Olimerca.- ¿Considera que la normativa actual en materia de calidad y seguridad alimentaria es suficiente en España?**

Juan Antonio Tello.- Lo peor de esa “norma” es justo lo que indicas, “de España”, es decir, acentúa la rigidez de algunos controles; pero, al ser sólo eso de España, nos crea alguna desventaja en relación con las prácticas en países vecinos comunitarios, en los que esos controles no llegan a ser tan severos.

Supone un avance en el aumento de eficacia para asegurar un producto trazable y seguro, pero en algunos aspectos polemiza quizás de una forma innecesaria. Me duele cuando escucho de algún importante operador internacional decir que parece mentira que España, primer país productor, y, por tanto, con las mayores necesidades de comercialización, sea el que más chinitas se pone en ese camino

**Olimerca.- ¿Qué problemas pueden llegar en un futuro si no se unifican las normativas en materia de fijación de límites y criterios de calidad?**



Juan Antonio Tello.- Acabo de citarlo anteriormente, demasiadas piedras en un camino que debe de estar regulado sí, pero también muy despejado y claro, y para que esto se logre, la armonización de las normas es absolutamente necesaria, no sólo ya en los países productores, sino también en los grandes consumidores que tiene que importar casi todo. Discrepancias como las que actualmente nos encontramos, mercados COI, mercados Codex, terceros países con sus propias normativas sanitarias, etc., originan no pocos problemas en los que deciden introducirse en esos mercados emergentes, generalmente consumidores.

**Olimerca.- ¿Cuáles son las últimas apuestas tecnológicas que ha hecho su laboratorio para ofrecer el mejor servicio a sus clientes?**

Juan Antonio Tello.- A este nivel, nuestro más importante objetivo es ofertar la mayor gama analítica posible bajo el amparo de la acreditación, y en la que el capítulo de posibles contaminantes cada vez es más amplio y complejo, valgan como ejemplo los MCPDs, los Plastificantes y Ftalatos, los MOHS y MOHA, los HPAs, etc. En esta familia de posibles contaminantes susceptibles de estar presentes en determinadas circunstancias en nuestros AOVs, la complejidad de las técnicas analíticas para su detección y cuantificación hace imprescindible nuestra ayuda para establecer, en nuestros clientes, políticas de prevención que minimicen el riesgo de su presencia, porque una vez están, el perjuicio económico que originan es muy cuantioso.

**Olimerca.- Pensando en las próximas cosechas que se avecinan que pueden alcanzar los 2 millones de toneladas de aceite ¿Cuenta nuestro país con una suficiente estructura de laboratorios para poder dar el servicio necesario al conjunto del sector del aceite de oliva?**

Juan Antonio Tello.- Sin lugar a duda que sí, porque, como he dicho, son técnicas complejas, pero a su vez con una alta capacidad de trabajo. La excepción, el Panel Test, cuya normativa sí limita esa capacidad de trabajo, y que, sin duda, originará, porque ya lo está haciendo en campaña reducidas, un tremendo cuello de

botella en el mercado. O se reforma, o se complementa con alguna técnica analítica, algunas de ellas en estudio, o tendremos con esta determinación un gravísimo problema que lastrará el comercio.

Es posible también, que nos encontremos importantes colapsos, por alguna normativa que se anuncia, en concreto la de MOHS y MOHA, con una importante falta de reproducibilidad entre laboratorios, e incluso repetibilidad analítica, y que el bajar mucho los niveles máximos permitidos, como se anuncia, nos hará reírnos de las dificultades e inseguridad que en la actualidad el panel test nos ocasiona.

**Olimerca.- ¿Qué les solicitaría a las distintas administraciones para mejorar el funcionamiento actual de los laboratorios de análisis y control?**

Juan Antonio Tello.- En general, a las diferentes administraciones nacionales e internacionales, les pediría más diálogo con todos los eslabones de la cadena de valor, e insisto en lo de “todos”, antes de proponer y/o publicar normativas, porque esa falta de diálogo al final origina lo que antes hemos dicho: piedras en un camino que debe estar muy despejado y claro para todos los operadores; entre los que, sin duda, nos encontramos los laboratorios. La proximidad de esas macro campañas, no van a permitir ambigüedades en ninguna de las actuaciones, y menos en las que pretenden regular o normalizar.

Los laboratorios somos el eslabón más cercano al productor/envasador/distribuidor en todo lo relacionado con la calidad/autenticidad y seguridad alimentaria de sus productos, y a igual que nos exigen la máxima competencia técnica en los ensayos que les ofrecemos, también esperan de nosotros claridad y contundencia en nuestra importante labor de asesoramiento y prevención, y no siempre es fácil este logro con el maremágnum de normativas nacionales, internacionales y propias de algunos países, a lo que añadimos esa inseguridad ya citada de algunas determinaciones. Un diálogo más cercano e intenso con la administración, y una gran armonización de estas normas, seguro que agilizaría estas relaciones.



ALBERTO BUENO GALÁN, SALES DIRECTOR

# La última tecnología de Haus ofrece soluciones personalizadas, eficientes y versátiles

**O**limerca.- ¿Cuáles son las características más destacadas de la maquinaria de Haus?

Alberto Bueno.- En HAUS cumplimos 70 años como fabricantes de maquinaria de centrifugación y otros elementos accesorios necesarios para la industria a la que nos enfocamos. Ofrecemos soluciones personalizadas, eficientes y versátiles basadas en la última tecnología existente en el mercado y utilizando materiales de alta calidad con elevada resistencia al desgaste.

Disponemos de líneas completas de molturación con un amplio rango de producciones, lo que nos permite ofrecer a cada cliente la opción que más se adecúa a sus necesidades, desde producciones "Boutique" con nuestras líneas Phenol 3.0 y 4.0, con la aplicación de los últimos avances tecnológicos que controlan la temperatura de la masa y la oxidación del producto hasta nuestras líneas de alta producción Olive Plus 74 con un decánter de 660 mm de diámetro con tecnología Dual Drive.

Nuestras centrífugas automáticas presurizadas de la serie VBA están equipadas con tecnología de limpieza in situ (CIP), con descargas parciales y totales programables, que permiten un uso continuo y fiable durante toda la campaña de molturación.

Con nuestro servicio de monitorización remota de la instalación podemos chequear el correcto funcionamiento de la línea, realizar mantenimiento preventivo e intervenciones a distancia y anticipar posibles soluciones antes de que surja un problema. Toda la instalación se controla desde un panel de control ergonómico (HMI), intuitivo y de fácil manejo.

**Olimerca .- Qué destacaría de su servicio técnico?**

Alberto Bueno.- Nuestro servicio técnico está compuesto de grandes profesionales que nos permi-



Alberto Bueno Galán.

ten ofrecer un servicio ininterrumpido 24/7 localizados en toda la Península. De esta manera conseguimos dar un servicio urgente y eficiente en caso de avería en plena producción. En el sector del aceite de oliva, disponemos de técnicos mecánicos y eléctricos que, además, son maestros de almazara reconocidos con más de 20 años de experiencia que conocen perfectamente el sector y la realidad del trabajo en una almazara.

**Olimerca.- ¿Pueden hablarnos de la supervisión remota? ¿Cómo la realizan?**

Alberto Bueno .- Como sabemos, la tecnología avanza muy rápido y las empresas que son capaces de aprovecharla adquieren ventaja competitiva con respecto a las demás. Nuestro centro de I+D homologado está en continua búsqueda de soluciones tecnológicas para aplicar en nuestro proceso de fabricación y en las instalaciones de nuestros clientes.

Mediante nuestro servicio RS, a través de la instalación de un cliente remoto en nuestro cuadro de control, podemos monitorizar los parámetros de funcionamien-

to de nuestras instalaciones, el consumo eléctrico y el rango de trabajo de cada uno de los elementos. De esta forma podemos anticiparnos a posibles incidencias, realizar mantenimiento preventivo e informar al cliente de cualquier incidencia que ocurra en el proceso, independientemente del lugar en el que se encuentre. En caso de ser necesario, podemos realizar mantenimiento y ajuste remoto de la línea de producción, siempre de acuerdo con el cliente, para conseguir óptimos resultados en cualquier momento de la campaña.

Consiste en unas gafas virtuales de realidad aumentada que, una vez que el cliente las utiliza, permite a nuestro técnico visualizar lo que está ocurriendo en la instalación en tiempo real, pudiendo dar las instrucciones necesarias al cliente para una puesta a punto o una resolución de avería. Además, en caso de que el técnico tuviera que desplazarse al lugar, ya conocería el problema y llevaría las herramientas y piezas necesarias para la resolución, ahorrando tiempo y costes innecesarios.

**Olimerca.- ¿Cuáles han sido los cambios más significativos en el diseño y fabricación de su maquinaria?**

Alberto Bueno.- Los cambios han sido muchos. Hemos ido incorporando todos los avances en tecnología de centrifugación a nuestros productos. Desde incorporación de la tecnología CIP en nuestros equipos, al Dual Drive en nuestros decánters a nuestro servicio MS y RS en las instalaciones de nuestros clientes. Siempre estamos atentos a las innovaciones del mercado y los logros conseguidos por nuestro Centro de I+D para ofrecer las mejores soluciones con la mejor tecnología existente.

**Olimerca.- Por otro lado, Haus apuesta por la formación, ¿qué tipo de carencias de conocimiento hay entre los maestros de almazara?**

Alberto Bueno.- La formación continua de nuestros clientes y del sector en general es una apuesta firme de HAUS como compañía. La transferencia de conocimiento es un pilar fundamental que redundará en una mayor profesionalidad y competitividad en cualquier sector, lo que hace que el sector avance hacia un mejor futuro. Los maestros de almazara son indispensables en el proceso de extracción de aceite de oliva, y son el enlace directo del cliente con nuestra empresa. De esta forma, hemos detectado que es necesaria una formación básica a maestros y operarios de almazara en electricidad básica orientada a su profesión. No es necesario que sepan programar un autómatas, pero sí sería conveniente que supieran comprobar los diferentes elementos de una instalación para poder determinar el origen de la incidencia. Esto redundaría en una mejor comunicación con el Servicio Técnico de la marca, e incluso en la resolución de problemas simples, sin necesidad de desplazamiento del técnico.



**Olimerca.- De la mano de AEMODA, colaborarán en una formación el próximo mes de mayo. ¿Pueden explicarnos en qué consistirá la formación que ofrecerán?**

Alberto Bueno.- Consecuentemente con lo hablado anteriormente, en colaboración con la Asociación Española de Maestros y Operarios de Almazara (AEMODA), hemos preparado el curso “Principios Básicos de Electricidad en Almazaras”. La I Edición de este curso se celebrará entre los días 6 y 24 de mayo, en modalidad semi-presencial con clases teóricas de dos horas, tres días a la semana, en directo en aula virtual y una jornada práctica que realizaremos el 24 de mayo.

El curso está dirigido a todo el sector, está totalmente financiado por HAUS Iberia y lo impartirá el técnico, Cristobal Balboa, que a su profesionalidad como técnico une una experiencia de más de 20 años como maestro de almazara.



# Pasado, presente y futuro del comercio del aceite de oliva

Por **María Juárez**

Jefa de la Unidad de Economía y Promoción, Consejo Oleícola Internacional

El aceite de oliva ha sido un pilar fundamental la economía y cultura de la península ibérica desde la antigüedad. En las próximas líneas se explorará el pasado, el panorama actual y las perspectivas futuras del comercio oleícola, destacando los desafíos y oportunidades a los que se enfrenta la industria en cada etapa.

Antes de centrarse en el comercio, tenemos que dar una visión global de la producción y el consumo.

**E**l peso de la producción española era y sigue siendo considerable: en la campaña 1990/91, España representaba alrededor del 44% de la producción mundial de aceite de oliva con 639.400 toneladas; en la campaña 2021/22 se situaba también alrededor del 44%, si bien la producción ese año aumentó un 133% comparada con la campaña 1990/91, con una producción de 1.491.500 toneladas. Sin embargo, la campaña 2022/23 marcó un punto de inflexión, con una caída significativa en la producción española, situándola en niveles similares a los de la campaña 1990/91, con solo 665.800 toneladas, un 55% menos que la campaña anterior. Este descenso se atribuye principalmente a una ola de calor que afectó a la parte occidental de la cuenca mediterránea durante el verano del 2022. Por su parte, se estima que la producción española para la campaña 2023/24 será superior a la anterior campaña, siendo no obstante una campaña reducida, incluso quizás inferior a las 800.000 toneladas. En este contexto, además del importante reto del cambio climático en los cultivos agrícolas y sus consecuencias, tales como la floración temprana y la sequía, los productores se enfrentan a otros grandes desafíos, como enfermedades tales que la *Xylella fastidiosa*, la coyuntura económica, especialmente en lo que respecta a la inversión en tecnología y prácticas sostenibles, la necesidad de estar preparados para hacer frente a posibles aumentos en los precios de los insumos agrícolas, o la competencia de otros países que están expandiendo su producción de aceite de oliva.



España se posiciona como el principal socio comercial de aceite de oliva para Australia, Canadá, China, Japón y EEUU.

## Consumo de aceite de oliva y su evolución

En cuanto al consumo, podemos observar que en la campaña 1990/91 se registró un consumo de 1.666.500 toneladas a nivel mundial, mientras que en la campaña 2021/22 se elevó a 3.239.000 toneladas, lo que supone un incremento del 94%. No obstante, para la campaña 2022/23 se ha producido un ligero descenso, quedándose el consumo por encima de los tres millones de toneladas.

En España, la subida del consumo ha sido más moderada, pasando de 394.100 toneladas en la campaña 1990/91 a 587.000 toneladas en la campaña 2021/22, previéndose también una bajada en las últimas campañas, en las que el consumo se encuentra por debajo de las 400.000 toneladas.

Entre las posibles razones del descenso están el aumento de los precios, la bajada de la producción y el cambio de hábitos de los consumidores. Este último punto tiene una parte más negativa, ya que la comida

rápida está sustituyendo a la tradicional dieta mediterránea, y otra más positiva, porque cada vez más consumidores buscan productos de calidad, ecológicos y sostenibles. La variedad, el origen, la salud y la forma de elaboración cada vez se tienen más en cuenta a la hora de elegir un aceite de oliva.

### Visión global del comercio de aceite de oliva

En los últimos 30 años, el comercio de aceite de oliva en España ha visto un crecimiento significativo, consolidando al país como uno de los principales actores en el mercado mundial. Durante este período, las exportaciones extracomunitarias han aumentado notablemente, pasando de 65,800 toneladas en la campaña 1990/91 a más de 400,000 toneladas en la campaña 2021/22. España ha logrado incrementar su participación en las exportaciones mundiales de aceite de oliva, afianzándose como el principal exportador con una cuota que ha pasado del 20% al 40% del total.

Sin embargo, en la campaña 2022/23 se observó una disminución significativa en las exportaciones extracomunitarias, lo que sugiere un posible cambio de tendencia en el corto plazo debido a la escasez de oferta y sus impactos en los precios y volúmenes comerciales. A pesar de esto, la demanda a largo plazo sigue siendo positiva, especialmente desde los principales países importadores como

Estados Unidos, Brasil y Japón, donde se están llevando a cabo campañas de promoción para incrementar el consumo de aceite de oliva.

En cuanto a las importaciones desde los principales mercados, durante el período entre las campañas 2016/17-2022/23, estas han experimentado un aumento constante, alcanzando un máximo de 961,493 toneladas en la campaña 2019/2020. Aunque hubo una caída del 7.6% en la campaña 2022/23, las importaciones se mantuvieron al mismo nivel que el promedio de las siete últimas campañas agrícolas.

España se posiciona como el principal socio comercial de aceite de oliva para países como Australia, Canadá, China, Japón y Estados Unidos, destacando especialmente las importaciones desde este último país, que representan el 33% del total.

A largo plazo, se espera que las importaciones mundiales continúen creciendo, especialmente en países no miembros de la Unión Europea, lo que sugiere un escenario optimista para el comercio de aceite de oliva. España también ha experimentado un aumento en las importaciones, siendo Túnez su principal socio comercial. Aunque el volumen importado ha aumentado significativamente desde la campaña 1990/91, se ha mantenido estable en las últimas tres campañas, en torno a las 100,000 toneladas.

## La solución

# SISTEMAS ALMAZARA INVIA para procesar aceitunas

[Tamaño y producción según necesidades]

¡Descubre nuestra gama completa de equipos para producir aceite de oliva de primera calidad! **Sistemas OLIOmio para pequeñas y grandes almazaras.** Ofrecemos soluciones para producciones entre 80 y más de 1.000kg/h

Los equipos Oliomio son ideales para productores que quieren **procesar sus aceitunas inmediatamente** después de la recolección; obteniendo un ACEITE de OLIVA EXTRA VIRGEN.

Permite supervisar los procesos de producción y ajustar según la necesidad desde el panel central; con procesos sencillos y resultados automatizados.

Transforme lo artesanal en profesional y con mejores resultados, en INVIA le podemos acompañar en el proceso de instalación y puesta en marcha.

**¡ENTREGA INMEDIATA!**

Escríbenos a [info@invia1912.com](mailto:info@invia1912.com)

661 886 047  
938 902 418



\*Entrega inmediata en referencias Kit equipo pequeño, GOLD80 y PROFY200



En resumen, a pesar de los desafíos y fluctuaciones en el comercio internacional de aceite de oliva, España continúa desempeñando un papel fundamental en el sector oleícola, tanto como exportador como importador. La evolución del comercio en las últimas décadas sugiere que el país está bien posicionado para seguir siendo un actor clave en el mercado global del aceite de oliva en el futuro.

### Retos del comercio del aceite de oliva en España

Además de los desafíos relacionados con la producción y los cambios del consumo, el comercio del aceite de oliva en España se enfrenta a una serie de retos que impactan en su competitividad y sostenibilidad en el mercado global. Estos desafíos incluyen aspectos comerciales, regulatorios, logísticos y de promoción, entre los que podemos destacar los siguientes:

- La competencia internacional: el comercio del aceite de oliva es altamente competitivo a nivel mundial, con la presencia de múltiples productores y exportadores. España compite con países de la cuenca mediterránea, así como con productores emergentes en otros continentes. La competencia se intensifica en los principales mercados importadores, donde la calidad, el precio y la marca son factores determinantes para ganar cuota de mercado.
- Barreras comerciales y regulatorias: las barreras comerciales y regulatorias pueden obstaculizar el acceso a ciertos mercados internacionales. Los aranceles, las normativas fitosanitarias, los requisitos de etiquetado y las restricciones comerciales pueden dificultar la exportación del aceite de oliva a ciertos países. La armonización de normativas que ayuden a regular la calidad y el comercio internacional es una de los retos en los que trabaja intensamente el Consejo Oleícola Internacional (COI).
- Logística y distribución: la infraestructura de transporte, los costos logísticos y los plazos de entrega pueden influir en la competitividad del producto en otros mercados. Mejorar la eficiencia logística y garantizar una cadena de suministro robusta y fiable son importantes para mantener la competitividad en el comercio global.
- Promoción y marketing: la promoción y el marketing son fundamentales para aumentar la visibilidad y el reconocimiento del aceite de oliva español en los mercados internacionales. Estrategias de promoción efectivas, campañas de marketing innovadoras y participación en ferias y eventos internacionales pueden ayudar a posicionar el aceite de oliva como un producto de calidad, destacando



España ha experimentado un aumento en las importaciones, siendo Túnez su principal socio comercial.

su valor añadido en el mercado global. Además, la educación del consumidor sobre las características y beneficios del aceite de oliva puede contribuir a aumentar la demanda y la preferencia por estos productos.

- Evolución de las tendencias del consumidor: las tendencias y preferencias del consumidor están en constante evolución. Los cambios en los hábitos alimentarios, la demanda de productos saludables y sostenibles, así como la influencia de las redes sociales pueden tener un impacto en la demanda y la percepción del aceite de oliva español en los mercados internacionales. Adaptarse a estas tendencias y satisfacer las necesidades del consumidor son clave para mantener la relevancia y competitividad en el mercado global.

### Resumen

En resumen, los retos del comercio del aceite de oliva en España abarcan una amplia gama de aspectos, desde la competencia internacional hasta las barreras comerciales, la logística, la promoción y las tendencias del consumidor. Superar estos retos requiere un enfoque integral que involucre a los productores, exportadores, autoridades gubernamentales y otros actores relevantes, con el objetivo de promover el comercio de un aceite de oliva más sostenible y competitivo.

**El comercio del aceite de oliva en España se enfrenta a una serie de retos que impactan en su competitividad y sostenibilidad en el mercado global**

PARA EVITAR PRESIONES SOBRE LOS PRECIOS

# El aumento de la demanda a largo plazo confirma la necesidad de una mayor producción

Por Juan Luis Vicente Calvo

Departamento de Investigación Económica y Estadística del COI

La producción y el consumo de aceite de oliva se ha triplicado en los últimos 60 años, alcanzando máximos de 3.422.500 tn y 3.329.000 tn, respectivamente, en la campaña 2021/22. Durante este periodo el consumo se está adaptando a la situación de bajos niveles de producción, y ésta tiene que hacer frente a los principales retos del sector del aceite de oliva.



Los datos disponibles indican que la producción disminuirá un 6% en todo el mundo (-162.000 t) en 2023/24 en comparación con la campaña anterior.

**E**l impacto del cambio climático en los cultivos agrícolas; la falta de seguridad de un suministro suficiente de agua para riego; enfermedades como *Xylella fastidiosa*; la situación económica, o la anticipación a in-

crementos de precios son algunos de los retos a los que se enfrenta el sector del aceite de oliva.

La producción y el consumo de aceite de oliva se ha triplicado en los últimos 60 años, alcanzando máximos de 3.422.500 tn y 3.329.000 tn, respectivamente, en la



El sector está afrontando estos desafíos instalando nuevas plantaciones y restaurando las existentes.

campaña 2021/22. Durante este periodo el consumo se está adaptando a la situación de bajos niveles de producción, y ésta tiene que hacer frente a los principales retos del sector del aceite de oliva, entre los que destacamos los siguientes:

El aumento de la demanda a largo plazo confirma la necesidad de una mayor producción, buscando al mismo tiempo un equilibrio para evitar presiones sobre los precios. Este equilibrio debe alcanzarse tanto a corto como a largo plazo. Los planes de expansión nacional permiten que la capacidad productiva del sector siga creciendo, a pesar de la dependencia climática y enfermedades como Xylella fastidiosa. No se ha producido ningún escenario de falta de oferta de aceite de oliva en el mercado.

En cuanto a los datos de balance de las últimas campañas agrícolas (2021/22, 2022/23 y 2023/24) podemos apuntar que las cifras provisionales para 2022/23 muestran que la producción mundial será aproximadamente un 25% menor (-854.000 t) que en la campaña anterior y que el consumo disminuirá un 15% (-495.000 t) en

Consumption (x1000tn)	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023(p.)	Average	2023/2024(e.)	%variation rates
<b>EU, of which:</b>	<b>1 491</b>	<b>1 520</b>	<b>1 475</b>	<b>1 547</b>	<b>1 232</b>	<b>1 453</b>	<b>1 170</b>	<b>↓ -5%</b>
SPAIN	526	519	541	587	360	505	350	↓ -3%
ITALY	417	460	419	454	473	435	415	↓ -13%
FRANCE	137	130	140	142	104	131	96	↓ -9%
GREECE	120	114	110	106	98	110	80	↓ -18%
PORTUGAL	54	72	60	59	48	55	50	↑ 5%
Non-producers	221	261	199	184	129	197	163	↑ 27%
Deficit producers	17	17	16	16	10	15	17	↑ 62%
<b>Other IDC countries, of which:</b>	<b>654</b>	<b>660</b>	<b>590</b>	<b>690</b>	<b>634</b>	<b>653</b>	<b>570</b>	<b>↓ -9%</b>
MOROCCO	150	140	140	170	130	140	120	↓ -9%
TURKIYE	163	170	150	170	170	168	121	↓ -32%
ALGERIA	92	115	80	95	75	91	92	↑ 22%
EGYPT	45	43	42	45	45	44	41	↓ -9%
SAUDI ARABIA	38	42	33	36	36	37	36	↑ 1%
TUNISIA	40	38	30	30	30	34	30	↑ 0%
ISRAEL	25	28	26	24	28	28	28	↓ -3%
JORDAN	21	34	20	20	23	23	24	↑ 4%
<b>Non-IDC producers, of which:</b>	<b>610</b>	<b>627</b>	<b>649</b>	<b>622</b>	<b>566</b>	<b>614</b>	<b>564</b>	<b>↑ 1%</b>
USA	351	462	389	412	367	384	368	↑ 0%
SYRIA	136	104	124	82	80	105	74	↓ -6%
CHINA	52	58	53	56	42	52	46	↑ 8%
AUSTRALIA	50	42	56	50	49	50	53	↑ 5%
<b>Non producers, of which:</b>	<b>358</b>	<b>434</b>	<b>462</b>	<b>471</b>	<b>406</b>	<b>429</b>	<b>387</b>	<b>↓ -8%</b>
BRAZIL	86	164	136	104	91	98	85	↓ -7%
JAPAN	69	70	59	62	52	62	54	↑ 4%
CANADA	46	58	58	54	48	53	51	↑ 6%
RUSSIA	24	27	32	20	10	24	16	↑ 7%
<b>TOTAL</b>	<b>3 003</b>	<b>3 269</b>	<b>3 174</b>	<b>3 329</b>	<b>2 834</b>	<b>3 140</b>	<b>2 699</b>	<b>↓ -5%</b>

Evolución del consumo de aceite de oliva por países entre 2018/19 y 2023/24. Fuente: COI.

comparación con 2021/22. Se espera que las existencias disminuyan un 28%. Se prevé que las cifras de exportación para 2022/23 alcancen las 1.053.000 t, mientras que las cifras de importación superarán los 1.063.000 t.

**La Xylella fastidiosa, así como la sequía están golpeando al sector olivarero. Ambos están asociados al cambio climático**

Los datos disponibles para la previsión de la campaña agrícola 2023/24 parecen mostrar que la producción será un 6% inferior a la de la campaña anterior. A finales de junio de 2024 estarán disponibles datos más precisos sobre este año agrícola; las cifras actualizadas se publicarán en la página web del COI en diciembre.

Las enfermedades como la *Xylella fastidiosa* (una bacteria que actualmente no tiene cura y que afecta a diferentes plantas económicamente útiles, entre ellas el olivo) así como la sequía están golpeando al sector olivarero. Todos ellos pueden estar asociados al cambio climático.

En consecuencia, existen variaciones significativas en la producción entre cultivos a partir de la campaña 2011/2012. Evidentemente, esta situación afecta negativamente al comercio y a los precios.

El sector está afrontando estos desafíos instalando nuevas plantaciones y restaurando las existentes, Además, el uso de nuevas plantaciones semi-intensivas y extensivas con altas densidades de árboles por hectárea aumenta la producción. El sector también está trabajando en injertos, procedimientos de agua más eficientes, así como en mejorar la mecanización y el dinamismo del sector.

La ola de calor del verano de 2022 afectó a los principales países productores de la región mediterránea como España (-55%), Marruecos (-44%), Portugal (-39%), Italia (-27%), Túnez (-25%), o Argelia (-19%). La disminución más intensa de la producción se estimó en España, alrededor de un 55% menos que la campaña anterior.

Por otro lado, no hubo ninguna ola de calor que afectara a países del área del Mediterráneo oriental como Grecia (+49%) o Turquía (+62%) donde la producción fue mayor. En general, la caída estimada de la producción para la campaña agrícola 2022/2023 fue de alrededor del 25%. Curiosamente, la máxima producción jamás alcanzada se registró en la anterior campaña 2021/2022 con 3.423.000 toneladas (+854.000).

Estamos ante una situación compleja como consecuencia del cambio climático de la que el COI es muy consciente y con la que está muy comprometido en cuanto a la búsqueda de soluciones.

En cuanto a las cifras de producción de aceite de oliva durante las últimas seis campañas (2018/19 a 2023/24), la producción en 2023/24 (2.407.000 t) se redujo un 27% (-897.000 t) en comparación con 2018/19 (3.304.000 t).

Como ya se indicó, los datos provisionales de la campaña 2022/23 apuntan a una disminución del 25% en la producción mundial (-854.000 t) respecto a la campaña anterior, lo que significaría una disminución del 18% en comparación con el promedio de las últimas campañas agrícolas. En la UE, la producción disminuirá un 39,0% (-880.000 t). La disminución en España será de un 55% (hasta 666.000 t), y en Italia 27% en Italia, (con 240.900 t), mientras que en Grecia aumentará un 49%, (con 345.000 t).



**“El laboratorio más acreditado en aceite de España”**





En los demás países miembros del COI, la producción se mantendrá al mismo nivel que la campaña anterior. La producción aumentará un 62% en Turquía, con 380.000 t., mientras que la producción disminuirá un 25% en Túnez con 180.000 t.; el 44% en Marruecos, con 107.000 t; el 19% en Argelia, con 76.000 t; y en Egipto un 16% con 40.000 t.

En cuanto a la campaña agrícola 2023/24, los datos disponibles indican que la producción disminuirá un 6% en todo el mundo (-162.000 t) en comparación con la campaña anterior.

En la UE, la producción en España con datos de marzo de 2024 se sitúa en 846.178 t; en Italia un 20%, con 289.000 t; y en Portugal un 19,0%, con 150.000 t. La producción disminuirá un 43% en Grecia con 195.000 t.

En los demás países miembros del COI la producción parece disminuir un 16% (-151.000 t) en comparación con la campaña anterior: en Turquía disminuirá un 45%, con 210.000 t, y en Marruecos, un 1% con 106.000 t. Se espera que aumente en Túnez, un 11% con 220.000 t, Argentina, un 13% con 35.000 t, y en Jordania, un 6% con 27.000 t.

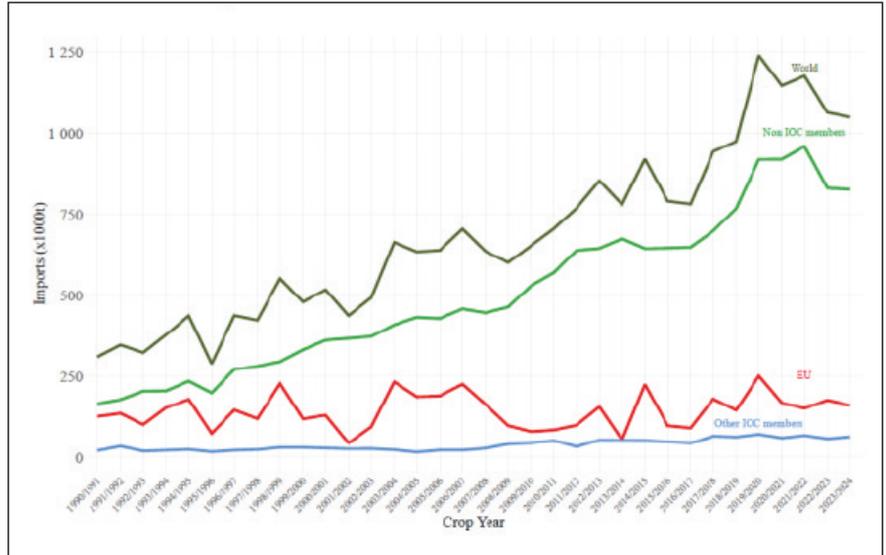
**Precios**

En cuanto a los precios, en cualquier mercado, una disminución de la oferta genera una presión al alza en los precios. El COI sigue de cerca los principales mercados de origen y observa un aumento de los precios que están alcanzando niveles más altos que nunca.

Desde 2012, se observan algunos repuntes significativos como los de las campañas 2014/15 y 2016/17, pero no comparables al extraordinario aumento en la 2022/23 debido a los bajos recursos mundiales disponibles de aceite de oliva. En la temporada 2014/15 una fuerte sequía afectó a la producción española, además de que la producción italiana se vio afectada por la enfermedad Xylella fastidiosa. La ola de calor del verano de 2022 afectó a los principales países productores de la región mediterránea.

Estas situaciones provocan un aumento generalizado de los precios y, en consecuencia, una disminución del consumo.

Los últimos datos mensuales, para el Aceite de Oliva Virgen Extra en la semana del 5 al 11 de febrero 2024, los precios en origen en España se sitúan en 8,73€/kg, lo que supone un aumento del 68,4% respecto al mismo periodo del año anterior. En Italia se sitúan en 9,68€/kg, con un aumento del 58,7%. En Grecia, en 8,3€/kg, por lo que aumentan un 80,4% y en Túnez en 8,45€/kg.



Evolución de las importaciones de aceite de oliva entre 1990 y 2024. Fuente: COI.

Production (x1000tn)	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023(p.)	Average	2023/2024(e.)	%variation rates
<b>EU, of which:</b>	<b>2 264</b>	<b>1 920</b>	<b>2 051</b>	<b>2 272</b>	<b>1 392</b>	<b>1 980</b>	<b>1 413</b>	<b>↑ 2%</b>
SPAIN	1 790	1 125	1 389	1 492	666	1 292	766	↑ 15%
ITALY	174	366	274	329	241	277	289	↑ 20%
GREECE	185	275	275	232	345	262	195	↓ -43%
PORTUGAL	100	140	100	206	126	135	150	↑ 19%
<b>Other IOC countries, of which:</b>	<b>811</b>	<b>1 162</b>	<b>738</b>	<b>966</b>	<b>967</b>	<b>929</b>	<b>816</b>	<b>↓ -16%</b>
TUNISIA	140	440	140	240	190	228	200	↑ 51%
TÜRKIYE	194	230	194	235	380	246	210	↓ -45%
MOROCCO	200	145	160	190	107	160	106	↓ -1%
ALGERIA	97	126	70	94	76	93	93	↑ 23%
EGYPT	41	40	38	48	40	42	40	↑ 0%
ARGENTINA	28	30	30	33	31	30	35	↑ 13%
JORDAN	21	34	24	24	26	26	27	↑ 8%
<b>Non-IOC producers, of which:</b>	<b>236</b>	<b>188</b>	<b>230</b>	<b>184</b>	<b>210</b>	<b>208</b>	<b>178</b>	<b>↓ -15%</b>
SYRIA	154	118	143	105	125	129	95	↓ -24%
CHILE	18	22	26	21	22	22	24	↑ 9%
AUSTRALIA	20	8	23	20	24	19	20	↓ -17%
<b>TOTAL</b>	<b>3 364</b>	<b>3 269</b>	<b>3 020</b>	<b>3 423</b>	<b>2 589</b>	<b>3 117</b>	<b>2 487</b>	<b>↓ -6%</b>

Evolución de la producción por países entre 2018 y 2024. Fuente: COI.

El COI tiene que tener en mente la **necesidad mundial de alimentar a una población en crecimiento, y de alimentarla mejor**



An Agricultural Sciences Company



Arc™

farm intelligence

# Exirel® Cebo

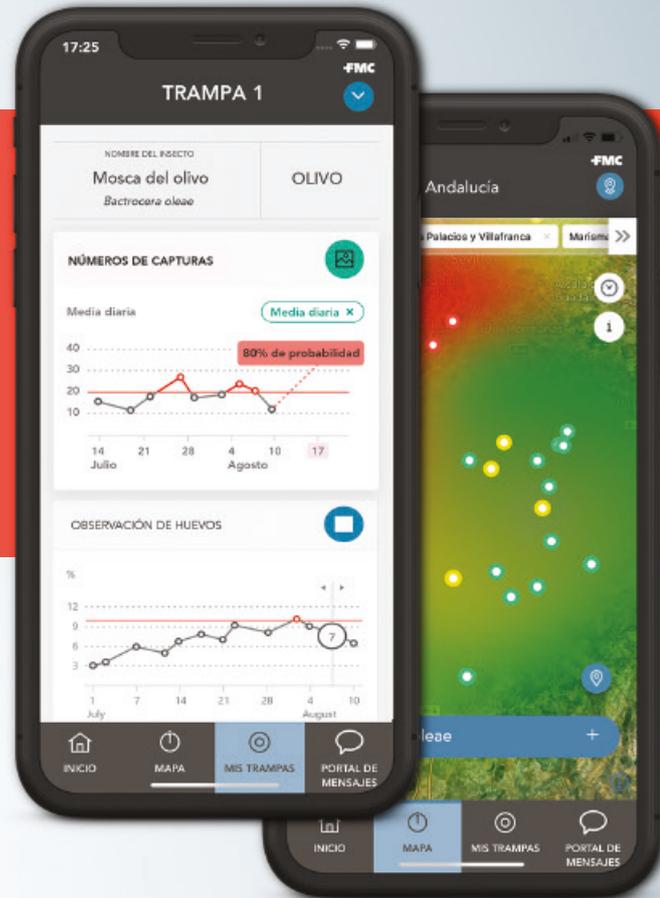
Insecticida

Con la potencia de

**CYAZYPYR®**  
ingrediente activo



## TUS MEJORES ALIADOS PARA EL CONTROL DE MOSCA DEL OLIVO



FMC Agro España @fmagroes FMC Spain

Con el fin de evitar riesgos para las personas y el medio ambiente, antes de aplicar un producto de FMC, las atentamente la etiqueta y siga estrictamente las instrucciones de uso Exirel® Cebo. Es una marca registrada de FMC Corporation o de sus empresas afiliadas.

Pº de la Castellana, 257 - 5º  
28046 MADRID  
+34-91 553 01 04





## Consumo

En cuanto al consumo, casi se ha duplicado desde 1990/91 (de 1990/91 a 2021/22). La característica principal de esta evolución es el crecimiento del consumo en los países que no pertenecen a la COI, que ha aumentado constantemente durante las décadas anteriores desde alrededor del 14% a alrededor del 30% del consumo mundial.

Sin embargo, en la UE ha seguido una tendencia a la baja desde la campaña agrícola 2004/05, pasando de alrededor del 70 por ciento del total mundial en 2004/05 a alrededor del 45 por ciento en la actualidad. Cuando el consumo empezó a caer en la UE, aumentó en el resto del mundo.

Por otra parte, las cifras provisionales para la campaña agrícola 2022/23 muestran una caída del 15% con respecto a la campaña anterior, con un consumo de poco más de 2,8 millones de toneladas, y las estimaciones para la campaña agrícola 2023/24 lo sitúan por debajo de los 2,7 millones de toneladas.

Según los datos disponibles en el COI, una comparación de las campañas 2018/19 y 2023/24 indica que el consumo global disminuirá un 13%, pasando de 3.093.000 t en 2018/19 a 2.699.000 t en 2023/24. Como se ha señalado, el consumo en 2023/24 podría ser inferior a 2,7 millones de toneladas.

En cuanto al consumo por habitante y año, Albania (6,5), Marruecos (4,5) y Palestina (3,4) se destacaron entre los países miembros del COI en 2021/2022 con un consumo per cápita de más de 3 kg de aceite de oliva, mientras que el promedio general en este grupo de países miembros fue de más de 2 kg.

En cuanto al consumo por habitante y año, Albania (6,5), Marruecos (4,5) y Palestina (3,4) se destacaron entre los países miembros del COI en 2021/2022 con un consumo per cápita de más de 3 kg de aceite de oliva, mientras que el promedio general en este grupo de países miembros fue de más de 2 kg.

Entre los países miembros europeos destacan España (12,3), Grecia (10,0), Italia (7,7), Chipre (6,8) y Portugal (5,7), con un consumo per cápita superior a los 5 kg, mientras que la media general supera los 3 kg.

Conviene mencionar a Siria entre los países no miembros con un consumo per cápita de 3,7 kg. Por otra parte, destaca el bajo consumo per cápita en algunos de los principales mercados importadores, como Japón y Brasil con 0,5kg cada uno, Estados Unidos con 1,2kg, y Canadá con 1,4kg, lo que sugiere el crecimiento potencial de estos mercados. La población de estos cuatro países representa más de 710 millones de personas. Otro mercado potencial es China, con una población estimada de más



Las importaciones mundiales se han triplicado en las últimas décadas, poniendo de relieve la tendencia positiva de los países no miembros.

de 1.400 millones de personas y un consumo per cápita cercano a cero.

## Importaciones

A largo plazo, las importaciones mundiales se han triplicado en las últimas décadas, poniendo de relieve la tendencia positiva de los países no miembros. Por otro lado, las importaciones procedentes de la UE y otros países miembros se mantienen estables con cierta tendencia positiva en las procedentes de la UE.

Si nos centramos en las importaciones, siete mercados representan aproximadamente el 60% de las importaciones de aceite de oliva en el mundo: Estados Unidos con el 33% (1,2 kg de consumo per cápita), Brasil con el 9% (0,5 kg), Japón con el 5% (0,5 kg), Canadá con un 4% (1,4 kg), China con un 4% (0,0 kg), Australia con un 3% (1,9 kg) y Rusia con un 2% (0,1 kg), con una población total de alrededor de 2.200 millones de personas.

China y Japón son los países asiáticos más prometedores; Brasil y Estados Unidos en América; y Australia en Oceanía. El COI está llevando a cabo campañas de promoción en los países objetivo, principal factor para incrementar el consumo de aceite de oliva.

**Estamos ante una situación compleja como consecuencia del cambio climático** de la que el COI es muy consciente y con la que está muy comprometido en cuanto a la búsqueda de soluciones

## La producción y el consumo de aceite de oliva se ha triplicado en los últimos 60 años, alcanzando máximos de 3.422.500 tn y 3.329.000 tn, respectivamente, en la campaña 2021/22

En el ejercicio 2022/2023 las importaciones en algunos de los principales mercados (Australia, Brasil, Canadá, China, Japón, USA y extra-UE) cayeron un 7,6%. A pesar de la caída, las importaciones se mantuvieron al mismo nivel que el promedio de las siete últimas campañas agrícolas

Durante el período entre la campaña 2016/17-2022/23, las Importaciones han ido aumentando, alcanzando un nivel máximo de 961.493 toneladas en la campaña 2019/2020.

España es el principal país del COI con una cuota de mercado del 28,8%, seguida de Túnez con un 20,2%, Italia con un 19,7% y Turquía con un 10,3%.

Los principales países socios son:

- Australia ← España (72%).
- Brasil ← Portugal (60%)
- Canadá ← España (35%) e Italia (33%)

- China ← España (90%)
- Japón ← España (56%) Italia (33%) y Turquía (10%)
- Estados Unidos ← España (33%), Italia (30%), Turquía (13%) y Túnez (10%)
- Extra-U ← Túnez (63%) y Turquía (16%)

El COI tiene que tener en mente la necesidad mundial de alimentar a una población en crecimiento, y de alimentarla mejor. Está científicamente reconocido que el aceite de oliva es la grasa más saludable para la salud humana, por lo que nuestro reto es lograr que la sociedad consuma más aceite de oliva como parte de su dieta, ya que es bueno para la salud. Por otra parte, el olivar actúa como un sumidero de carbono, lo que implica que los cultivos de olivos ayudan a frenar el impacto del cambio climático. Por ello, estamos trabajando para adaptar la producción a los nuevos retos, incluido el cambio climático.



MÁS DE 40 AÑOS DE EXPERIENCIA EN LA FABRICACIÓN DE LÍNEAS DE EMBOTELLADO DE LÍQUIDOS EN ESPAÑA, Y HASTA EN 38 PAÍSES, CON LAS ÚLTIMAS TECNOLOGÍAS



**Especialistas en la fabricación de llenadoras - tapadoras, tanto lineales como rotativas, así como semi-automáticas, para el envasado de líquidos con un gran rango de viscosidades**

**20 años de experiencia fabricando llenadoras con sistema de caudalímetros volumétricos y másicos**

C/ Constitución, 26 - 50410 CUARTE DE HUERVA (Zaragoza) - Tlf.: 976 504 340 - FAX 976 504 731

e-mail: [ausere@ausere.es](mailto:ausere@ausere.es) - [www.ausere.es](http://www.ausere.es)



Y LOS PRECIOS SUBIERON UN 14% ENTRE OCTUBRE 2023 Y ENERO 2024

# Las exportaciones de aceite de oliva caen un 11%

El mercado exportador de aceite de oliva sigue manifestando una cara y una cruz en los últimos meses. Aunque los resultados en valor aumentan de manera importante, según el último informe publicado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en volumen las cifras siguen siendo muy bajas.



Los mayores volúmenes de aceites de oliva exportado han tenido como destino Italia.

**C**oncretamente, en el primer cuatrimestre (octubre 2023 – enero 2024) se han exportado un total de 234.653 ton por valor de más de 1,7 millones de euros, lo que se traduce en un incremento de la factu-

ración de un 49% más que en el mismo periodo del año anterior, debido sobre todo al incremento de precios en origen.

La prueba está en que si en octubre de 2023 el precio se situaba en los 698€/100Kg la cotización pasó en enero

**Principales Destinos en Valor de las Exportaciones de Aceite de Oliva.  
TOP 20**

Posición Ránking	Ránking países Campaña 23/24 Top 20	Valor Exportaciones (Millones €)	Variación Valor vs. 2022/23	Variación Ránking vs. 2022/23	Valor Unitario (VU) (€/t)	VU: Variación (%) vs. Promedio	Variación Valor Unitario vs. 2022/23
1	Italia	458,00	67,8%	0	7.783,474	4,7%	75,4%
2	Estados Unidos	301,05	60,1%	0	7.753,225	4,3%	65,1%
3	Portugal	191,39	32,2%	0	7.308,370	-1,7%	74,5%
4	Francia	157,21	53,4%	0	6.403,891	-13,9%	55,7%
5	Reino Unido	102,59	122,4%	0	6.746,896	-9,3%	62,2%
6	México	48,13	99,9%	6	8.523,748	14,6%	70,1%
7	Brasil	47,64	69,0%	3	8.818,180	18,6%	69,5%
8	Alemania	44,56	53,1%	1	6.502,683	-12,6%	59,8%
9	Países Bajos	37,63	59,4%	4	6.272,105	-15,7%	51,9%
10	Japón	35,64	-20,6%	-4	7.871,100	5,8%	66,1%
11	Australia	26,32	-21,8%	-3	7.501,452	0,9%	58,8%
12	China	23,63	-44,5%	-5	7.745,204	4,2%	77,3%
13	Corea del Sur (Rep. de C)	21,19	-12,4%	-2	9.413,619	26,6%	99,0%
14	Colombia	20,06	53,3%	1	8.951,637	20,4%	89,7%
15	Bélgica	19,97	74,2%	2	5.257,252	-29,3%	72,1%
16	Canadá	17,20	6,6%	-2	7.984,708	7,4%	65,9%
17	India	16,04	62,0%	1	7.930,735	6,6%	52,5%
18	Suiza	10,02	47,4%	5	7.088,228	-4,7%	58,6%
19	Rusia	10,00	-14,4%	-3	8.081,654	8,7%	59,1%
20	Ecuador	9,12	56,9%	7	8.376,358	12,6%	64,3%
<b>Promedio ponderado Valor Unitario Top 20</b>					<b>7.436</b>		

de 2024 a los 796€/100kg lo que supone un aumento del 14%.

Si la comparativa la hacemos en relación con los meses del año anterior se observa que en octubre de 2022 la cotización era de 421€/100kg, frente a los 698€/100 kg en la campaña actual, y en enero de 2023 el precio era de 492€/100kg, frente a los 796€/100 kg de enero de 2024.

Si el análisis se hace con relación al volumen de aceite de oliva exportado, las cifras reflejan una caída del 11% respecto al mismo periodo de la campaña anterior, en la que se exportaron 264.008 toneladas; aunque respecto a la media de las cuatro últimas campañas el descenso llega al 28%. Si es importante reseñar que el 67% del volumen de aceite de oliva exportado correspondió a las categorías de aceite virgen y virgen extra.

**Las salidas mes a mes**

Respecto a la evolución de las salidas de aceite de oliva mes a mes, el informe del MAPA recoge que la media entre octubre de 2023 y enero de 2024 se ha situado en el entorno de las 58.600 toneladas, siendo el mes de enero el de mejor comportamiento, con un volumen de 68.339 toneladas, dado que en estos inicios de año se cierran las operaciones de entregas con los principales importadores.

Por países, los mayores volúmenes de aceites de oliva exportado han tenido como destino Italia, donde han llegado 58.634 toneladas lo que supone un aumento del 2%, le sigue Portugal con 25.909 ton, Estados Unidos con 38.762 ton y Francia con 23.996 ton.

Uno de los países que presenta mayores incrementos es el Reino Unido (+37%), mientras que los mercados

Si en octubre de 2023 el precio del aceite de oliva se situaba en los 698€/100Kg la cotización pasó en enero de 2024 a los 796€/100kg lo que supone un aumento del 14%



En los cuatro primeros meses de campaña 2023/24 se ha exportado aceite de oliva a un total de 131 países.

## El grueso de las importaciones proceden de Portugal con más de 47000 toneladas

con mayor retroceso son países asiáticos y Oceanía: Japón (-52%), China(-69%), Corea del Sur (-56%) y Australia (-51%).

En los cuatro primeros meses de campaña 2023/24 se ha exportado a un total de 131 países. El 91% del valor de las exportaciones totales de aceite de oliva se dirigen a los 20 principales destinos, mientras que a los 10 primeros se dirige el 81%.

### Balance de las importaciones

En el periodo analizado de lo que va de campaña (oct 2023-enero 2024) las importaciones han alcanzado las

86.906 toneladas, frente a las 80.592 ton en el mismo periodo de la campaña anterior. Al mismo tiempo, se observa que las importaciones mensuales han sido superiores a las de la campaña anterior en todos los meses, destacando el mes de noviembre y diciembre cuando se superaron las 28.000 y 26.000 ton respectivamente. El volumen promedio ha sido de 21.727 toneladas, levemente superiores a la pasada campaña.

Los países de origen del grueso de las importaciones han procedido de Portugal (+47.000 ton) y Túnez (+10.000 ton), siendo el 69% de estos aceites de la categoría aceite de oliva virgen extra.

**AENOR**  
GESTIÓN DE LA CALIDAD  
ISO 9001  
ER-0354/2014

**IQNET**  
RECOGNIZED CERTIFICATION

EUROCAJA RURAL ENTIDAD FINANCIERA  
CON EL SELLO DE CALIDAD  
EN LA TRAMITACIÓN DE LA PAC

# PAC

# 2024

## La PAC no es un juego

Tramítala con profesionales especializados





AL PASAR DE LOS 5,03/LITRO EN FEBRERO DE 2023 A LOS 8,88€/L EN FEB 2024

# En un año el PVP del aceite de oliva sube un 76,7%

Un año de locura en la evolución de los precios del aceite de oliva. Según los datos elaborados por la consultora NIQ (Nielsen) la trayectoria del Precio Venta al Público de los aceites de oliva en el periodo febrero 2023 a febrero de 2024 ha sido alcista en todas las categorías, siendo especialmente determinante en el aceite de oliva y en el aceite de oliva virgen.



**S**egún se puede apreciar en la tabla adjunta, podemos observar que el precio de la categoría de mayor demanda (suave e intenso) pasó de los 4,05€/litro en febrero de 2023 a los 8,88€/litro en febrero de 2024, lo que significa un aumento del precio del 76,7%. Este incremento se ha traducido en una bajada del volumen de aceite comercializado del 25,4% al pasar de los 9.836.411 litros en febrero de 2023 a los 7.335.991 litros en 2024.

Es curioso destacar el mejor comportamiento de la categoría de aceite de oliva virgen que a pesar de que el precio se ha incrementado casi un 76%, la demanda en volumen se ha mantenido prácticamente estabilizada, al

pasar de los 2.055.891 litros comercializados en febrero de 2023 a 2.011.037 litros en febrero de 2024, lo que se traduce en una caída de tan sólo el 2,2%

## Girasol y Orujo se dan la mano

En el lado opuesto de la balanza, según datos de NIQ Nielsen, el aceite de girasol sigue ganando cuota de mercado, reforzado sobre todo por la rebaja de su precio del 31% hasta posicionarse en los 1,50€/litro. Así en febrero de 2023 se dieron salida en los lineales a 13.866.940 litros y en febrero de 2024 salieron 16.633.450 litros, lo que significa un aumento del 20,0%.

Y si hablamos del mercado del aceite de orujo las noticias no pueden ser mejores para este sector. A pesar de

**En el aceite de orujo, a pesar de que su precio se ha visto incrementado en un año en torno al 29% la demanda de esta categoría se ha incrementado en un 84,2%**

**Evolución de los PVP en el lineal de los aceites (Feb 2023/24)**

AÑOS	Ventas Volumen (LITROS)			Ventas Valor (€)			Precio medio (€/l)		
	feb-23	feb-24	% Evol	feb-23	feb-24	% Evol	feb-23	feb-24	% Evol
<b>TOTAL ACEITE</b>									
OLIVA	33.438.053	33.342.928	-0,3	135.579.262	176.357.319	30,1	4,05	5,29	30,4
OLIVA VIRGEN EXTRA	9.836.411	7.335.991	-25,4	49.459.289	65.177.197	31,8	5,03	8,88	76,7
OLIVA VIRGEN	6.792.933	6.074.133	-10,6	41.751.362	62.052.380	48,6	6,15	10,22	66,2
ORUJO	2.055.891	2.011.037	-2,2	10.738.514	18.470.483	72,0	5,22	9,18	75,8
GIRASOL	477.618	879.826	84,2	1.769.525	4.202.082	137,5	3,70	4,78	28,9
SEMILLAS	13.866.940	16.633.450	20,0	30.146.599	24.749.223	-17,9	2,17	1,49	-31,6
RESTO	338.948	336.417	-0,7	948.502	894.822	-5,7	2,80	2,66	-4,9
OLIVA VIRGEN EXTRA	69.313	72.074	4,0	765.470	811.133	6,0	11,04	11,25	1,9

que su precio se ha visto incrementado en un año en torno al 29% la demanda de esta categoría se ha incrementado en un 84,2% al haber pasado de los 477.618 litros a los 879.826 litros en febrero de 2024.

Se observa que la presencia de los aceites de orujo en los lineales de hipermercados y supermercados es cada día más relevante, con la excepción de Mercadona, donde esta categoría todavía no tiene hueco en el lineal.



**domicilia+anticipac24**

**PAC**

Indicador del riesgo asociado a la Cuenta Corriente:

**1/6**

Este número es indicativo del riesgo del producto, siendo 1/6 indicativo de menor riesgo y 6/6 de mayor riesgo.

Entidad autorizada al Fondo de Garantía de Depósitos Español de entidades de crédito. La cantidad máxima garantizada actualmente por el mencionado Fondo es de 100.000 euros por depositante.

**Domicilia y solicita tu anticipo de Ayudas PAC en nuestras oficinas.**

**Llevamos gestionándola contigo desde 1995... porque está en nuestro ADN.**

**CXTIERRA**

**Consigue tu suscripción a nuestro Cuaderno de Campo CXTIERRA al domiciliar tu Ayuda PAC con nosotros. Importe mínimo 5.000€.**

OFERTA VÁLIDA HASTA EL 31/12/2024. UNA SUSCRIPCIÓN POR CADA NIF/CIF. SUSCRIPCIÓN VÁLIDA HASTA 30/05/2025. LA PROMOCIÓN NO INCLUYE RETRIBUCIÓN EN EFECTIVO. RETRIBUCIÓN EN ESPECIE A EFECTOS FISCALES Y SUJETA A INGRESO A CUENTA SEGÚN NORMATIVA FISCAL VIGENTE.

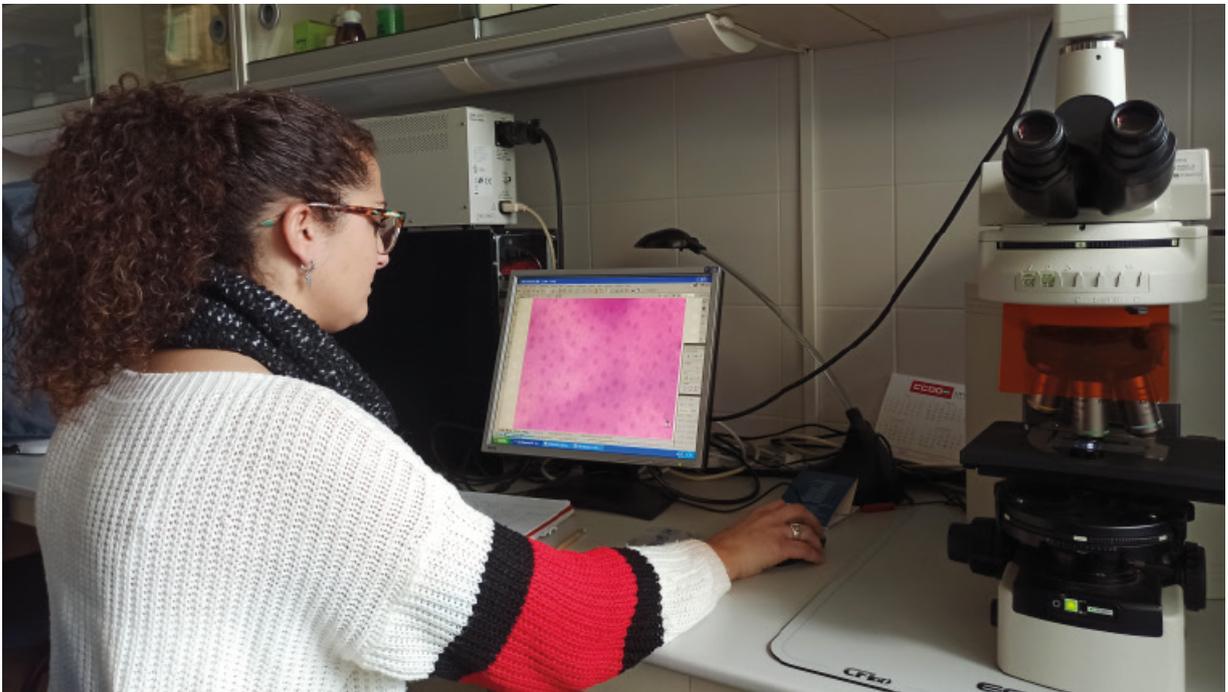




Según una investigación de DAUCO

# El silicio es un aliado potencial para el crecimiento del olivo

Un equipo de DAUCO ha constatado que el silicio es un aliado potencial para el crecimiento de la planta, probablemente por favorecer la absorción de nutrientes como el potasio. Los resultados del ensayo suponen un paso más en la investigación sobre los beneficios de elementos naturales como el silicio y en su potencial uso agrícola como bioestimulante.



La conclusión del ensayo fue que la ausencia de silicio no limitó el crecimiento de las plantas, pero su aplicación sí lo estimuló.

Las restricciones en el uso de determinados productos agroquímicos, como fertilizantes o pesticidas, en el ámbito de la agroindustria han potenciado el interés por buscar alternativas para proteger y fortalecer cultivos como el olivar. En este contexto, un equipo de la Unidad de Excelencia María de Maetzu - Departamento de Agronomía de la Universidad de Córdoba (DAUCO), ha constatado cómo un elemento que está presente en el suelo de manera natural, como es el silicio, puede ser un aliado para el crecimiento de las plantas al favorecer la absorción de potasio.

La investigación, cuyos resultados han sido publicados en la revista científica *Scientia Horticulturae*, se

ha basado en un ensayo con plantas de olivo cultivadas con y sin silicio, con el objetivo de analizar qué efecto tiene sobre su desarrollo la presencia o ausencia de este elemento. La conclusión del ensayo fue que la ausencia de silicio no limitó el crecimiento de las plantas, pero su aplicación sí lo estimuló.

Las plantas que recibieron aplicaciones foliares de silicio mostraron tallos más largos y un mayor número de ramificaciones. De este modo, el equipo ha probado que el silicio no es un elemento esencial para el crecimiento de las plantas, ya que pueden sobrevivir y desarrollarse sin él, pero sí un elemento beneficioso para su crecimiento al estimular la absorción de nutrientes, particularmente el potasio.

# Todolivo I-15<sup>P</sup>



*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?*





Equipo de la Unidad de Excelencia María de Maetzu - Departamento de Agronomía de la Universidad de Córdoba.



Los investigadores han comprobado que con una aplicación foliar de silicio de entre 10 y 20 miligramos por litro, las plantas aumentaron en tamaño y número de brotes.

Tal y como explican María Benlloch González, Inmaculada Martos García y Ricardo Fernández Escobar, investigadores del grupo Arboricultura del Departamento de Agronomía, los resultados del ensayo suponen un paso más en la investigación sobre los beneficios de elementos naturales como el silicio y en su potencial uso agrícola como bioestimulante.

Además, se ha probado que el silicio activa mecanismos implicados en la tolerancia de las plantas a determinados estreses. Para el equipo investigador, “los resultados obtenidos nos acercan a un manejo más sostenible, con un menor uso de agroquímicos, como fertilizantes y pesticidas”.

### El ensayo

Para esta investigación pionera en el ámbito del olivar, el equipo de DAUCO ha realizado experimentos con

plantas de ‘Arbequina’ procedentes de semilla, garantizando así que estuvieran libres de silicio.

Las plántulas se cultivaron en un sistema hidropónico para el que se emplearon materiales como contenedores de PVC o tubos de plástico, evitando el vidrio, y así asegurar un medio libre de silicio. Posteriormente, las plántulas se clasificaron en grupos homogéneos, que recibieron semanalmente diferentes dosis de silicio mediante aplicación foliar.

Los resultados mostraron cómo una aplicación foliar de silicio de entre 10 y 20 miligramos por litro favorecía el crecimiento, las plantas aumentaron en tamaño y número de brotes, así como en la densidad de los estomas en la hoja. Tal y como indica el equipo investigador, estos efectos beneficiosos pueden estar asociados con un incremento en la absorción de nutrientes como el potasio, un elemento que la planta necesita para crecer.



# AUTELEC®

ENVASADORAS POR PESO  
FILLING MACHINES

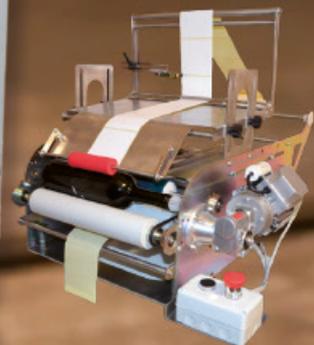
TAPONADORA  
CAPPER



MOLINO  
MILL



ETIQUETADORA  
LABELER



**NUEVA DL-295**  
**Con Funcion ECO**

MEDIDOR DE GRASA  
FAT METER



+34 963 751 471  
comercial@autelec.es

+34 628 632 992  
www.autelec.es



Desarrollada para calcular las necesidades de hasta 150 cultivos

# FertiliCalc, la app para gestión de fertilizantes

Calcular las necesidades de nutrientes y de fertilizantes con datos para 150 cultivos, este es el objetivo de la aplicación FertiliCalc, desarrollada por el investigador Francisco Villalobos, que permite elegir fertilizantes orgánicos e inorgánicos y evalúa la acidificación y las pérdidas de nitrógeno.

**F**ertiliCalc es una aplicación desarrollada por el investigador Francisco Villalobos, del Departamento de Agronomía de la Universidad de Córdoba y del Instituto de Agricultura Sostenible (IAS) del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) de Córdoba, para calcular las necesidades de nutrientes y de fertilizantes con datos para 150 cultivos.

El programa permite elegir fertilizantes orgánicos e inorgánicos y evalúa la acidificación y las pérdidas de nitrógeno.

Esta herramienta inicialmente se creó para la docencia en materia de fertilización e incluye las metodologías propuestas por Antonio Delgado (Universidad de Sevilla), Miguel Quemada (Universidad Politécnica de Madrid) y el propio Villalobos en el libro "Fitotecnia: Principios de agronomía para una agricultura sostenible".

Más tarde, el software se perfeccionó y se tradujo a numerosos idiomas. Actualmente, se encuentra disponible una versión para Windows, traducida a 91 idiomas y completamente gratuita, en la web de la UCO, así como versiones móviles para iOS y Android, también gratuita y traducida a 38 idiomas, que puede descargarse en la web oficial de la app (<https://www.fertilcalc.com>).

Los algoritmos de FertiliCalc fueron adoptados como base de los sistemas de cálculo de nutrientes en el proyecto FaST, financiado por la UE.

Francisco Villalobos señala que "la sociedad demanda a las administraciones públicas políticas que permitan disminuir el impacto ambiental de los fertilizantes y otros nutrientes y al mismo tiempo hay que mantener



El investigador Francisco Villalobos haciendo uso de FertiliCalc.

el nivel de producción agrícola y de ahí la necesidad de calcular las necesidades y los tipos de nutrientes y fertilizantes para cada cultivo".

### Acuerdo FEAGA- ITACyL

El uso de esta aplicación es ya una realidad gracias al convenio firmado entre el Fondo Español de Garantía Agraria (FEAGA), dependiente del Ministerio de Agricultura, y el Instituto Tecnológico Agrario de Castilla y León (ITACyL) para mejorar la información de suelos a nivel nacional y poner a disposición interfaces de programación de aplicaciones para recomendaciones de fertilización y elección de fertilizantes para uso público.

Este convenio de 4 años de duración prevé extender el sistema basado en FertiliCalc a todas las comunidades autónomas, por lo que se va a convertir en la referencia para el cálculo de fertilizantes en todos los sistemas agrícolas de España.



# Confíe su cultivo a la experiencia de la marca líder en olivar

## HERBICIDAS



**Tastivel®** **NUEVO**

Tu solución de postemergencia para el control de hoja ancha



**Terafit®**

Eficacia y seguridad



**TouchdownPremium®**

El herbicida cargado de tecnología



**Zetrola®**

Acaba con las malas hierbas de hoja estrecha

## FUNGICIDAS



**Aquicine®** **NUEVO**

Precisión y eficacia frente al repilo



**CuprantolDuo** 

Protección combinada de cobres



**Cuprocol®** 

Lo máximo en cobre, generación tras generación



**Oliva® Top**

Protección de Oro frente al repilo

## NUTRIENTES Y BIOESTIMULANTES



**Abofol® L**

Nutriente-estimulante foliar de rápida absorción

**BREXIL COMBI**

Microelementos complejados con LS.



**Isabión®** 

La energía más eficiente para su olivar

**MC SET**

Estimula la floración y la formación de la aceituna



**Sequestrene® 138 Fe**   
G100

La salud de hierro para tu olivar

**VITASÈVE** 

Estimula la actividad del cambium y la circulación de la savia



**Zetaminol®**

La fertilización foliar más completa

## INSECTICIDAS



**Karate Trap® B** 

Tecnología integrada para el control de la mosca del olivo



**KarateZeon®**



**KarateZeon+®**  
1.5 CS

Alta eficacia contra las plagas del olivar

**Cubiertas Vegetales**

Mezcla de gramíneas y leguminosas específica para cultivos leñosos



**syngenta®**



© 2024 Syngenta. Todos los derechos reservados. <sup>TM</sup> y <sup>®</sup> 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.

®



La superficie inscrita en todas las denominaciones de origen asciende a 754.866 hectáreas.

EN 2022 GENERARON UN VALOR DE 157,51 MILLONES DE EUROS

## Las DOP de aceite de oliva español en datos

Nuestro país posee un amplio catálogo de aceites de oliva virgen extra certificados por Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) o por Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP), sellos que amparan y certifican su calidad. En 2022 comercializaron más de 32 millones de toneladas con un valor superior a los 157 millones de euros.

La Denominación de Origen Protegida (DOP) identifica a aquellos aceites de oliva virgen extra en los que todas las fases de la producción se realizan en una zona geográfica determinada (cultivo, extracción del aceite y envasado), mientras que la Indicación Geográfica Protegida (IGP) requiere que una parte de ese ciclo tenga lugar en el territorio, en concreto el cultivo y la elaboración de los aceites, no así el envasado.

Como líder mundial en calidad y producción, España cuenta con un extenso catálogo de aceites de oliva virgen extra dotados de estos sellos de calidad.

En la actualidad hay un total de 30 DOP (tras la disolución de la DOP Aceite de la Comunitat Valenciana) y dos IGP de aceites de oliva virgen extra repartidas por

todo el país. Además, hay otras dos DOP y una IGP en proyecto de registro (Aceites de la Sierra de Espadán y Calderona y Aceite del Somontano, en el caso de DOP y Aceite de Menorca en el caso de IGP). Un testimonio de la excelente calidad de los zumos de aceituna producidos en nuestro país.

Según el último informe publicado por el Ministerio de Agricultura con datos correspondientes a 2022 de las Denominaciones de Origen Protegidas, la superficie inscrita en todas ellas asciende a 754.866 hectáreas, que cultivan un total de 135.519 agricultores. Las DOP de nuestro país cuentan con 372 almazaras y 371 comercializadoras.

En 2022, la cantidad total de aceite de oliva virgen y virgen extra elaborado de conformidad con el pliego de





## BALANCE DE LAS CUATRO ÚLTIMAS CAMPAÑAS

# Sierra Mágina avanza con éxito en su estrategia de marca de calidad



La primera parte de este periodo estuvo totalmente condicionado por la pandemia COVID 19 y las grandes limitaciones que conllevó sobre la movilidad, el cierre de la hostelería, y que se extendieron hasta el año 2022.



Los principales efectos de la pandemia dentro del funcionamiento del Consejo Regulador de la DOP Sierra Mágina se notaron principalmente sobre la actividad de promoción y la de difusión/formación del Aula de Mágina, quedando estas actividades reducidas al modo on line y telemático.

### Renovación de la imagen corporativa

No obstante, ante la dificultad de realizar las actividades habituales de promoción, el Consejo Regulador acordó acometer una renovación del logotipo, imagen corporativa, envase de promoción y página web. Tras las ofertas recibidas se acordó contratar al estudio CabelloxMure, que presentó el nuevo logotipo e imagen en junio de 2021. La renovada botella genérica y la página web estuvieron listas a mediados de 2022.

### Tienda on line

Dada la importancia que adquirió el comercio on line en la pandemia, y como un primer paso para potenciar la venta de aceite envasado, se acuerda la creación de una tienda on line para los formatos de cristal y lata de las diferentes

marcas, desarrollando un estuche para su envío. Este portal de venta permite combinar distintos envases y marcas en un mismo pedido, cuya gestión se realiza por el personal del Consejo Regulador, y actualmente tiene una facturación anual de unos 3.000 €.

### Certificación a través de la Fundación Certiúleo

Durante el año 2020 se realizó el desarrollo del Manual de Calidad y la campaña 20-21 es la primera en la que la certificación de las Denominaciones de Origen de la provincia se realiza a través de esta Fundación, que consigue la acreditación de ENAC en diciembre de 2021.

El Consejo Regulador de la IGP Aceite de Jaén se incorpora en 2022 a la Fundación, siendo el propio personal de las Denominaciones de Origen el encargado de realizar el control y auditorías a las almazaras y cooperativas de la IGP, consiguiendo por esto ingresos adicionales para el Consejo Regulador por la prestación de estos servicios. La propia actividad de la Fundación ha ido ampliándose con acciones de formación y promoción. Desde enero de 2023 nuestro Consejo Regulador ostenta su presidencia.

Uno de los proyectos más destacados ha sido la **creación de la tienda on-line, la nueva imagen de su botella y su web en 2022**



**HERPASUR**  
CALDERERÍA INOX

La calidad,  
**nuestra razón de ser líder.**

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](mailto:info@herpasur.com) / [www.herpasur.com](http://www.herpasur.com)

 **SECOVISA**  
GRUPO



# Aceite La Alcarria, una DOP única

**O**limerca.- ¿Qué diferencia tiene esta DOP respecto a otras a nivel nacional?

Miguel Angel Ibañez.- Sin duda que la variedad Castellana es nuestra seña de identidad y diferenciación de nuestra Denominación de Origen. Se trata de la variedad autóctona y exclusiva de la comarca natural de La Alcarria. Esta variedad es prácticamente la única utilizada en la elaboración de los aceites para los que se solicita la Denominación de Origen y es prácticamente la única zona (Alcarria de Cuenca y Guadalajara) en la que se cultiva.

Así conseguimos AOVEs con intensa presencia de frutados y aromas, rotundos en su olor a hoja, en los que se entremezclan sabores a hierba, avellana o plátano y ligera presencia de amargos y picantes. El color predominante es verde limón, más o menos intenso dependiendo del momento de la recolección y del grado de madurez.

**Olimerca.- ¿Qué papel juega la innovación y la tecnología para que sus asociados obtengan AOVE de mayor calidad?**

Miguel Angel Ibañez.- Los controles y la certificación del producto final son el elemento fundamental que avala el origen del producto y transmite al consumidor las garantías de un producto acorde con unas calidades establecidas. La Denominación de Origen de "Aceite de La Alcarria", vela por el total y absoluto cumplimiento de todos los extremos descritos en el Pliego de Condiciones.

Al mismo tiempo, desde el Consejo Regulador se está trabajando en los últimos años en concienciar a sus agricultores por apostar por la recolección temprana de la aceituna y la instalación de nuevas tecno-



logías tanto en maquinaria, bodegas como en patios de aceituna.

**Olimerca.- ¿Cómo ha ido la campaña actual?**

Miguel Angel Ibañez.- La campaña 2023-2024 ha sido muy superior tanto en cantidad de aceituna como en calidad de los aceites, ya que la anterior en la zona fue muy baja de producción.

Este aumento en la producción nos ha permitido mejorar la comercialización tanto a nivel nacional como centro y norte de Europa.

**Olimerca.- ¿Qué tipo de acciones ponen en marcha para impulsar el conocimiento de su AOVE?**

Miguel Angel Ibañez.- Gracias al apoyo de las dos Diputaciones Provinciales de Cuenca y Guadalajara, y en ocasiones en la Consejería de Agricultura de CLM, podemos realizar cuñas de radio y anuncios en prensa especializada sobre todo a nivel regional y también nacional.

# BALAM

| AGRICULTURE |

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



BALAM.ES

# SULTANA

BALAM AGRICULTURE

La evolución del origen.



sultana.balam.es

-  Mayor productividad
-  Maduración temprana
-  Envero de larga duración y sin caída
-  Amplio periodo de recolección
-  Alto rendimiento graso
-  Fruto de mayor tamaño
-  Reducido vigor
-  Menores costes de poda
-  Resistente al frío
-  Excelente aceite

*¿Quieres aumentar  
la rentabilidad de  
tu explotación?*

 CULTIVA  
CARBONO

cultivacarbono.es



DENOMINACIÓ D'ORIGEN  
protegida  
**LES GARRIGUES**

## ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA 100% ARBEQUINA

*Desde 1975*

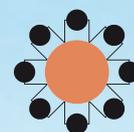
*La primera Denominación de Origen  
alimentaria reconocida en España*



*garantía certificada  
de origen y calidad*

T. 973 280 470 | [olidoplesgarrigues.com](http://olidoplesgarrigues.com)

@doplesgarrigues |    



**PROCISA**  
PROYECTOS, CONTROL E INVESTIGACIÓN



# INGENIERÍA, AUTOMATIZACIÓN, CONTROL Y GESTIÓN DE PROCESOS PARA ALMAZARAS

42 AÑOS OFRECIENDO SOLUCIONES

## ▶ 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.procisa.es](http://www.procisa.es)



EN TODAS LAS ALMAZARAS DE LA DOP PONIENTE DE GRANADA

# La evolución tecnológica en paralelo a la calidad de los AOVEs

Todas las almazaras asociadas a la Denominación de Origen Protegida Poniente de Granada cuentan con tecnología puntera para el procesado de la aceituna, que ha facilitado que se consigan vírgenes extras cada vez mejores y más valorados tanto en el mercado nacional como en el internacional.



La evolución tecnológica ha ido paralela a la mejora en la calidad de los aceites de oliva vírgenes extra obtenidos, a lo largo de los últimos años, por las almazaras pertenecientes a la DOP Protegida Poniente de Granda. Y es que según explican sus responsables, todas sus almazaras “están a la última en lo que a tecnología de procesado de la aceituna se refiere, lo cual ha facilitado que se consigan vírgenes extras cada vez mejores. Reduciendo los tiempos de procesado, posibilitando una mejor clasificación del fruto y una trazabilidad del mismo mucho más completa y automatizada”.

Esto ha contribuido a que esta campaña, a pesar de los estragos de la sequía, la calidad ha sido mucho mejor que la anterior, gracias también a que las escasas lluvias otoñales posibilitaron una maduración mejor de la aceituna que la campaña precedente, logrando así unos aceites mucho más aromáticos.

En cantidad también ha sido algo mejor, explican, y a pesar de estar “muy lejos de las producciones medias de una campaña normal, que ha oscilado entre un 50-60 % de esas cifras, dependiendo por donde nos novamos dentro de la DOP. En ello ha jugado un papel decisivo la distribución varietal del olivar de la DO, concentrando la cosecha en aquellas variedades más tempranas, como lucio, y las más tardías como picudo y hojiblanco, siendo la más castigada por la sequía, con diferencia, la variedad picual”.

## Promoción

Con el objetivo de informar y formar al consumidor acerca de las calidades que pueden encontrar en el mercado, desde el Consejo Regulador de esta DOP ponen en marcha, de forma anual, un plan de promoción que abarca diferentes actuaciones, desde las inserciones en medios de prensa,

pasando por la edición de material promocional, celebración de jornadas y asistencia a ferias de ámbito nacional.

Dentro de estas acciones tienen especial relevancia las presentaciones y catas de producto, para que el consumidor sepa diferenciar las calidades mediante el empleo del olfato y el gusto. “Es una labor que desde las Denominaciones de Origen venimos realizando desde hace años, ya que en muchos ámbitos de la sociedad hay un profundo desconocimiento e incluso confusión sobre las denominaciones de venta que se ponen en el mercado”, explican. Añaden que “también ponemos en valor el trabajo de las DOPs de aceite y el esfuerzo que los productores realizan para obtener aceites de la máxima calidad, que sigue siendo un gran desconocido para la mayor parte de los consumidores”.

En el ámbito internacional, suelen hacer misiones comerciales directas e inversa, tratando de que los compradores internacionales conozcan los aceites que existen en sus países y que cuentan con la certificación de calidad y origen de la DO, y que puedan apreciar la singularidad del entorno en el que se producen estos aceites, mediante su visita directa al territorio.

A nivel exterior, el principal mercado para sus AOVEs es Europa central y en los últimos años EEUU. “Nuestras empresas demandan intensificar las acciones en EEUU, dado que es un mercado con un gran potencial para nuestros aceites y en ello estamos trabajando. Esperamos tener buenos resultados en el medio plazo”, aseguran. En España también cuentan con muchas zonas donde comercializan, como Madrid, Baleares y la zona norte del país.

Asimismo, desde 2020 esta DOP está desarrollando un proyecto turístico en torno a su AOVE, bajo el nombre Ruta del Aceite Poniente de Granada, donde se reúnen el importante patrimonio monumental, paisajístico y gastronómico en torno al aceite de oliva virgen extra.

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](http://www.jaencoop.com)





# DOP Siurana, apuesta por la calidad, la innovación y la promoción

Obtener la máxima calidad en sus AOVEs a través de la mejora en los procesos de extracción, dar a conocerlo y fomentar su cultura para que se valore su calidad y sus propiedades son algunos de los objetivos de la DOP Siurana, que tiene en marcha varias iniciativas para llevarlos a buen término.



Desde la DOP Siurana llevan a cabo showcookings en distintos puntos del territorio.

**T**odas las entidades de la DOP Siurana están trabajando para obtener la máxima calidad, un aspecto avalado por los numerosos premios que ganan las entidades año tras año. La apuesta por la calidad también hace que las entidades participen en diferentes proyectos de mejora de molinos y de investigación tecnológica. En este sentido, destaca el nuevo molino de Coselva, en la Selva del Camp, que extrae el aceite al vacío mediante un sistema pionero, el cual ha ganado el primer galardón de los Premios a la Innovación Tecnológica Agroalimentaria (PITA) 2024, que convoca la Generalitat de Catalunya.

Por otro lado, esta DOP convoca desde hace seis años la Beca DOP Siurana, que nació con el objetivo de dar a conocer e impulsar el uso del AOVE DOP Siurana en el ámbito de la formación en cocina y restauración. Por este motivo, la Beca se dirige a los estudiantes de las escuelas profesionales de cocina de Grado Medio, Grado Superior y Grado Universitario, públicas y privadas con el objetivo que conozcan y valoren el aceite de oliva virgen extra, pilar de la Dieta Mediterránea y la grasa saludable que articula la cocina catalana.

Asimismo, para impulsar el conocimiento de su AOVE, el consejo Regulador actúa de paraguas promocionando el sello DOP Siurana, y visibilizando a todas las entidades inscritas, promocionando el valor añadido de las marcas con el sello DOP. “Nuestra estrategia pasa por ganar visibilidad, reconocimiento y prestigio. Las acciones externas que se basan en fomentar la cultura del aceite para poner en valor la calidad y el origen. Nuestro objetivo es que nuestros productores, vecinos, restauradores y visitantes sean los principales embajadores de nuestros aceites, que los conozcan y valoren su calidad y propiedades en la gastronomía, y también y especial-

mente sobre la salud, su contribución a la sostenibilidad y como parte de nuestra tradición, el valor de la dieta mediterránea”, señalan desde el Consejo Regulador.

## Campaña 2023/24

La campaña actual ha registrado un descenso del 45% de la media de la producción de la DOP Siurana. Se trata del segundo año consecutivo que la producción de aove DOP Siurana se encuentra por debajo de las producciones esperadas, debido mayormente a la sequía persistente y a las condiciones climáticas en momentos clave del ciclo. Esta rebaja de la producción impacta negativamente en los costes y pone en peligro la continuidad de algunas explotaciones

En cuanto comercialización, el principal mercado de sus AOVEs es el interior, pero los aceites de la DOP Siurana son cada vez más reconocidos internacionalmente y hay un crecimiento de las exportaciones; el mercado asiático con Corea a la cabeza, también Japón, USA, México y en Europa, sobre todo los países nórdicos.

Para alcanzar nuevos mercados reconocen que realizan muchas acciones que van más allá de la participación a las principales ferias del sector, “impulsamos el conocimiento a través de la divulgación en escuelas profesionales y ordinarias, llevamos a cabo showcookings en distintos puntos del territorio y efectuamos actividades donde la cultura gastronómica nos permite trabajar en la apertura de nuevos mercados”.

En cuanto a oleoturismo, desde hace años la mayoría de entidades de la DOP Siurana organizan actividades para promocionar la divulgación de la oferta turística al entorno del AOVE en el momento de la cosecha. Y “a pesar que la actividad es todavía incipiente estamos en buen camino”, concluyen.

Padrazo de día,  
experto en alinear sonrisas  
de noche



Tan extraordinario como *Tú*



5 veces mejor AOVE por los consumidores (OCU).

Acidez menor y frutado superior al que marca la reglamentación comunitaria.



UNIÓN EUROPEA  
Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural



UNO EN UNO  
gesto Sur



SECRETARÍA DE ESTADO  
DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

Aceite D.O.P.  
**Estepa**

Algo extraordinario todos los días



BLANCA TORRENT, DIRECTORA GENERAL DE ACEITUNAS TORRENT

# “Nadie gana a una mujer convencida de que no hay huecos que ocupar”

**O**limerca.- El gran reto de ser mujer y trabajadora siempre ha sido la conciliación laboral y familiar ¿Cómo ha sido para usted este reto?

Blanca Torrent.- La familia, para mí, es un pilar fundamental. Y a la hora de equilibrar nuestra vocación familiar y profesional, sólo hay una palabra clave: equipo. En casa, mi marido y yo formamos equipo y compartimos las tareas familiares; y, laboralmente, no existiría Blanca Torrent si detrás no estuvieran los mejores profesionales. Los retos, necesarios para avanzar, se transforman en oportunidades cuando las personas formamos equipo: ese es el pilar del éxito empresarial, profesional y familiar.

**Olimerca.- ¿Qué destacaría de las enseñanzas recibidas por parte de su padre y familia y que le han servido para hacerse con este importante hueco en la compañía?**

Blanca Torrent.- Mi padre (el empresario Francisco Torrent, fallecido en 2020) me dio alas para volar, fue quien decidió que llevara la dirección de la empresa y me regaló una fe que siempre llevo por bandera y que, junto a ingredientes clave como la esperanza y humildad, me ayudan a crecer como persona y profesional. Me enseñó a disfrutar del éxito y a superar la derrota y se convirtió en mi primer gran fan. También comparto mi vida con otro gran admirador, que es mi marido. Espero que cuando se publique esta entrevista, la lea y siga diciéndome que se siente orgulloso de mi trabajo (se ríe).

**Olimerca.- Con el paso de los años, ¿qué aspectos positivos y no tan positivos destacaría de esta larga trayectoria profesional**

Blanca Torrent.- Forma parte de nuestro enriquecimiento personal y nos ayuda a madurar como personas al servicio de nuestra tierra. Es indiscutible que las empresas somos el motor de cambio, y que no existiría una economía social sin la empresarial. Esto implica noches en vela, claro que sí; también tener que tomar decisio-



Para Blanca Torrent, “una empresaria debe aprovechar todas y cada una de las habilidades, valores y virtudes que sabe posee”.



Blanca Torrent Cruz, directora general Aceitunas Torrent.

nes muy duras... Pero, como he dicho, todo tiene un fin. Y, como empresarios, tirar la toalla no está en nuestro ADN.

**Olimerca.- ¿Qué modelos femeninos empresariales tuvo como referencia en sus inicios para afrontar sus retos en la empresa.**

Blanca Torrent.- Siempre he estado en un mundo de hombres. Pienso en mujeres de mi sector y que sean empresarias y, la verdad, de mi adolescencia no tengo recuerdos. Pero de una etapa más madura puedo nombrar a varias, como a Rocío Medina, Socorro De Larrea o Inmaculada Fernández, aunque no me llevo tanto con ellas. Existen referentes femeninos y muy potentes. Pero es el momento para que esta pregunta la respondan las más jóvenes.

**Olimerca.- Y a estas alturas de su vida ¿qué consejos daría a aquellas mujeres que están haciéndose un hueco en sus respectivos puestos de trabajo?**

Blanca Torrent.- Lo más importante es que no hay que pensar en qué dejas en el camino. No hay por qué dejar nada. Una empresaria debe aprovechar todas y cada una de las habilidades, valores y virtudes que sabe posee. Y esto no es falta de sencillez o humildad; es saber que esos atributos están al servicio empresarial generando confianza, algo clave para ganar terrenos por conquistar.

No lo tenemos todo hecho. Pero nadie gana a una mujer convencida de que no hay huecos que ocupar, sino empresas que valoran nuestro potencial sin más. Esas empresas triunfan, son empresas que crecen en equipos de valores, de trabajo en equipo y, en mi caso, en un lugar donde lo social ha formado un pilar fundamental.

LAS NUEVAS GENERACIONES ESTÁN LIDERANDO GRANDES PROYECTOS

# Acora, modelo de asociación profesional, sin importar el género

La provincia de Córdoba es todo un modelo de referencia en cuanto a diversidad olivarera y elaboración de aceite de oliva de la máxima calidad; de hecho, hablamos de la segunda provincia en cuanto a producción de aceite de oliva se refiere. Y es en este contexto de provincia olivarera donde hay que destacar la importante labor que realiza la Asociación Empresarial de Almazaras Industriales de Córdoba (ACORA) que agrupa a 80 fabricantes industriales de aceite de oliva de la provincia.

Desde su constitución, en 1977, Acora ha sido partícipe de todos los cambios que ha experimentado el sector y en esta evolución podemos destacar la apertura de esta asociación a las nuevas generaciones que vienen pisando fuerte en las empresas aceiteras, que están siendo lideradas principalmente por mujeres.

Y en este contexto nos encontramos con Belén Luque que dirige la empresa familiar Luque Ecológico, almazara con sede en Castro del Río (Córdoba) y que desde 2018 ocupa el cargo de presidenta de Acora.

Para Belén Luque “mi experiencia en estos 5 años es muy positiva, a pesar de los numerosos frentes abiertos. Mi cargo me ha permitido no sólo acercarme a conocer en profundidad los muchos problemas que tiene este sector, sino que también he conocido a muchos profesionales muy valiosos, que son piezas muy valiosas en la estrategia de defensa de las almazaras industriales”.

En palabras de Belén Luque, “gracias a las anteriores juntas directivas, lideradas entre otros por Susi Cano y Manuel Heredia, el tema de género en la asociación no ha sido un freno para desarrollar nuestra actividad. Hemos eliminado los términos de complejo y me gusta pensar que me eligieron por ser una buena profesional, más que si soy o no mujer”.

Pero Belén no está sola como presidenta de Acora. Las otras dos piezas claves en llevar las riendas son Macarena Sánchez (gerente) y Carmen Cano /CEO de Oloecano.

Macarena, ingeniero agrónomo, es una profesional con una larga trayectoria profesional de 22 años en Acora con



De izda. a dcha.: Macarena Sánchez, Belén Luque y Carmen Cano.

lo que su experiencia y sus conocimientos dentro de la asociación han sido claves. En palabras de Macarena “mi gran satisfacción es que en estos años me he ganado el reconocimiento y la confianza de todos los asociados”. La trayectoria profesional de todas las mujeres como empresarias ha sido un paso natural para llegar a donde estamos”.

Carmen Cano, que ocupa la vicepresidencia de Acora, entra en la asociación con una larga historia olivarera y aceitera familiar. Para Carmen, “esta tradición me ha abierto muchas puertas a nivel profesional. De hecho, mi tía Susi, fue la anterior presidenta de la asociación, con lo que en mi familia se ha vivido muy de cerca los problemas de las almazaras industriales”. Hoy, las nuevas generaciones, donde brillan grandes mujeres profesionales, hay que destacar la importante labor que han desarrollado los abuelos y los padres para dar entrada a mujeres con grandes miras de futuro.



REDAFEX NACE PARA AYUDAR AL AGRICULTOR A FERTILIZAR DE FORMA RACIONAL

# Nueva Red de Asesoramiento a la Fertilización en Extremadura

Por **Elena Ordiales<sup>1</sup>** y **Guillermo González Galán<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Responsable del Área de Agricultura de CTAEX,

<sup>2</sup> Consultor I+D. Especialista en nutrición y fertilización de cultivos.

REDAFEX (Red de Asesoramiento a la Fertilización) es una herramienta informática de la Junta de Extremadura de uso libre, que nace con el objetivo de generar consejos de abonado para multitud de cultivos, ayudando al agricultor a fertilizar de forma racional.

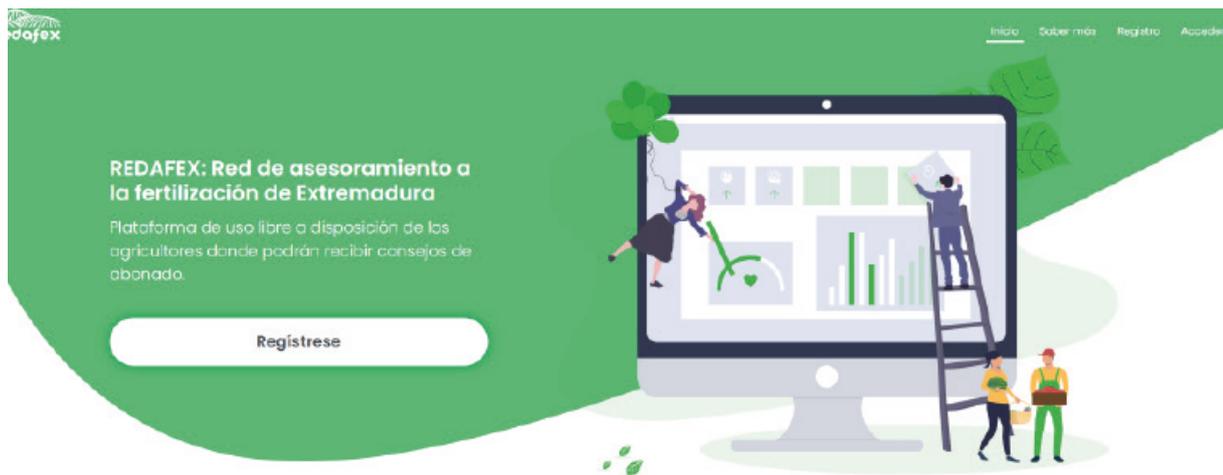


Redafex tiene en cuenta la legislación vigente en materia de Zonas Vulnerables a la contaminación por nitratos.

La Red de Asesoramiento a la Fertilización, REDAFEX es una herramienta que consta de dos módulos para generar consejos de abonado. Por un lado, el agricultor puede obtener el consejo de abonado a

partir de un análisis de suelo de su parcela, o bien de un análisis de suelo de la base de datos de la propia herramienta. Por otra parte, se puede obtener una recomendación de abonado a partir de un análisis foliar, de una muestra tomada en el momento oportuno para

**REDAFEX cuenta con una Calculadora de Abonos**, de forma que, una vez obtenido el consejo de abonado, se puede generar un plan, especificando fertilizantes concretos y dosis de aplicación



Pantalla de inicio de Redafex.

cada cultivo. En ambos módulos además del consejo de abonado se proporciona una interpretación del análisis de suelo y foliar. En este último caso se ha aplica la metodología DRIS, que ha sido desarrollada para los siguientes cultivos almendro, olivar, viña, ceceo, ciruelo, melocotón, nectarina, albaricoque, arroz, tomate de industria y maíz.

REDAFEX permite introducir un análisis del agua de riego de forma que se tiene en cuenta en el consejo de abonado la cantidad de nitratos que se aportan con el agua, reduciendo así el aporte excesivo de Nitrógeno. En esta misma línea, una de las fortalezas de esta herramienta es que considera la legislación vigente en materia de Zonas Vulnerables a la conta-

## LABORATORIO CENTRO ASESORAMIENTO TÉCNICO AGRARIO



MENGÍBAR (JAÉN)  
953 30 32 63  
olivarum@olivarum.es

## ANÁLISIS ACEITUNA

Único laboratorio  
acreditado por ENAC para  
la técnica NIR en pasta  
aceituna, aceituna entera  
y por Soxhlet

## ANÁLISIS ACEITE DE OLIVA

Acreditación  
ENAC

olivarum.es

## ANÁLISIS AGRONÓMICOS

Suelos  
Hojas  
Aguas



Los beneficiarios principales de REDAFEX son los agricultores extremeños o cualquier profesional de la agricultura en Extremadura.

minación por nitratos, a partir de la ubicación de la parcela para la que se solicita el consejo de abonado.

Cuenta con una Calculadora de Abonos, de forma que, una vez obtenido el consejo de abonado, se puede generar un plan de abonado, especificando fertilizantes concretos y dosis de aplicación. REDAFEX cuenta con una base de datos de los fertilizantes que se pueden encontrar en el mercado, pero también se pueden introducir nuevos fertilizantes. Está disponible en [www.redafex.es](http://www.redafex.es)

### Idea y desarrollo

La idea de su creación surge en 2013 a partir de la iniciativa de la Junta de Extremadura para poder dar respuesta a los requerimientos de Europa en materia medioambiental de la actividad agraria. La herramienta informática es desarrollada por CTAEX desde entonces y hasta la actualidad, ya que se siguen implementando mejoras a día de hoy.

En estos días estamos con una nueva toma de muestras de suelo para alimentar la base de datos de la aplicación. REDAFEX representa un nuevo paso en una agricultura del futuro más sostenible y un ejemplo de cómo la tecnología y la investigación pueden converger para crear soluciones prácticas y a su vez más respetuosas con el medio ambiente.

### Beneficiados

Los beneficiarios principales de REDAFEX son los agricultores extremeños o cualquier profesional de la

agricultura en Extremadura. No obstante colectivos como investigadores, entusiastas de la agricultura sostenible y sectores en general ligados a la agricultura también está invitados a descubrir y ser potenciales usuarios de esta herramienta.

Está en marcha desde 2015, pero se han ido introduciendo mejoras y desde 2020 presenta una nueva imagen, y su interfaz es compatible con el teléfono móvil.

REDAFEX está alineado con el RD 1051/2022 de nutrición sostenible de los suelos agrarios, por el que el titular de la explotación será responsable de la elaboración y aplicación de un plan de abonado en cada unidad de producción integrante de la explotación. Tras su elaboración, el plan de fertilización generado podrá ser exportado para su integración en el apartado de fertilización del cuaderno de explotación. Hay que tener en cuenta que a partir del 1 de septiembre de 2024 el cuaderno digital de explotación será obligatorio para las explotaciones agrícolas de mayor tamaño y se espera que el número de usuarios aumente considerablemente.

Destacar que a lo largo de 2024 se organizarán varias jornadas de difusión en diferentes puntos de la región extremeña para dar a conocer las nuevas funcionalidades de REDAFEX a los potenciales usuarios. También se ha contactado con la Universidad de Extremadura para que dichos cálculos puedan impartirse en la docencia de materias relacionadas con la fertilización de cultivos y gestión racional del suelo agrícola.

**A lo largo de 2024 se organizarán varias jornadas de difusión en diferentes puntos de la región extremeña para dar a conocer las nuevas funcionalidades de REDAFEX**



# IFAMENSA

INDUSTRIAS DE FABRICACION DE MAQUINAS ENVASADORAS, S.L.

**EN ENVASADORAS NO ARRIESGUE,  
IFAMENSA APUESTA SEGURA**

En Ifamensa llevamos más de 50 años  
fabricando máquinas envasadoras de aceite.

**CALIDAD DE PRINCIPIO A FIN**

Su producto y usted se merecen lo mejor



**IFAMENSA - Industrias de Fabricación de Máquinas Envasadoras, S. L.**

Pol. Ind. San Miguel, Sector 4-A - c/ Galileo Galilei, 23 - 50830 Villanueva de Gállego (Zaragoza)

Teléf.: +34 976 186 311 - Fax: 34 976 185 846

ifamensa@ifamensa.com - [www.ifamensa.com](http://www.ifamensa.com)



En un mercado tan dinámico, complejo y competitivo, es necesario implementar soluciones

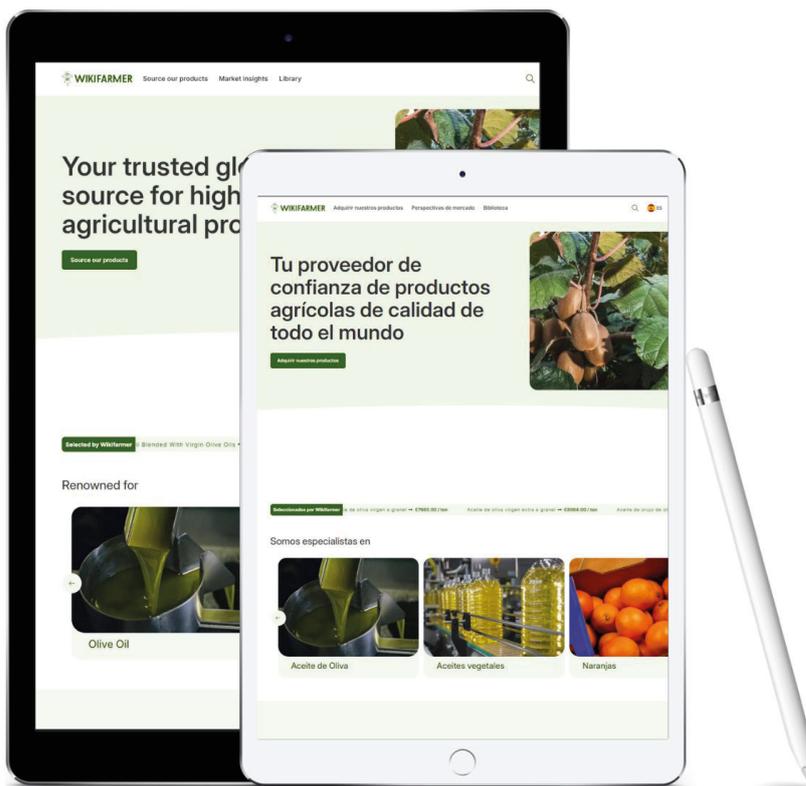
# De lo tradicional a lo digital: el futuro del comercio del aceite de oliva está on-line

Las cosas no han sido nada fáciles para el sector del aceite de oliva estos dos últimos años. Los precios han experimentado un incremento histórico, las condiciones climáticas extremas han afectado negativamente a las cosechas en España, Grecia, Italia y Portugal, y la próxima campaña, aun presenta muchas incógnitas.. En un entorno tan indefinido, el sector parece demandar alternativas innovadoras y orientadas a lo digital, no solo en lo que a la agricultura se refiere sino también a su propia comercialización.

**E**n el panorama actual, los canales de comercio tradicionales de la industria parecen insuficientes para optimizar los objetivos de los operadores. En un mercado tan dinámico, complejo y competitivo, es necesario implementar soluciones y propuestas innovadoras que permitan a los entornos agrícolas aumentar las perspectivas de acceso a los mercados tanto nacionales como internacionales.

### El poder de la tecnología y la innovación

La digitalización de los procesos parece ser una tendencia imparable que afecta a casi todos los ámbitos de la actividad económica mundial. La agricultura sin embargo, parece estar en el vagón de cola de dicha transición al tratarse de un entorno hiper-tradicional. Mientras los consumidores de todo el mundo buscan productos sostenibles y de alta calidad, las cadenas de suministro tradicionales afrontan nuevas complicaciones cada año; un número significativo de agricultores todavía carece de acceso a las mejores prácticas agrícolas modernas y sigue siendo uno de los sectores menos digitalizados. Wikifarmer aspira a aportar un producto digital que pueda contribuir a mejorar la eficiencia, minorar el consumo de recursos y optimizar las



operaciones. Esto significa reducir los tiempos invertidos en negociaciones, comparaciones de precios, documentación, logística en línea, análisis en tiempo real y gestión optimizada de inventario, lo que en última instancia conduce a un sistema alimentario más sostenible y resiliente.

Wikifarmer, opera con un novedoso marketplace B2B que conecta a proveedores y compradores profesionales en un ecosistema digital fluido, aspira a estar a la vanguar-



Miguel Colmenero, Director de Wikifarmer España.

dia de esta transformación, facilitando el comercio en línea de productos agroalimentarios, la negociación de precios, los servicios logísticos y garantizando disponibilidad constante de existencias, todo con solo hacer clic en un botón. Este marketplace también ofrece condiciones de crédito a los compradores, al tiempo que garantiza el pago inmediato al proveedor lo cual proporciona a los compradores la flexibilidad que necesitan para navegar por las complejidades del mercado, mejorando sus capacidades de compra y, en última instancia, impulsando el crecimiento y la sostenibilidad en toda la cadena de suministro. Además, la plataforma de Wikifarmer aprovecha la automatización y la digitalización para minimizar las ineficiencias, lo que permite a los proveedores centrarse en producir un aceite de oliva excepcional mientras los compradores acceden a una amplia gama de productos a precios competitivos. “Hoy en día, los productores de aceite de oliva se encuentran con mucha frecuencia con retos cada vez más difíciles de superar, ya que tienen que lidiar constantemente con desafíos tales como las malas condiciones climáticas, fraude en la cadena agroalimentaria o una competencia interna y externa, feroz.

La mecánica operativa de la comercialización del aceite de oliva sigue siendo muy tradicional desde hace siglos. Quizás estas crisis actuales nos ayuden a entender que es el momento de impulsar la transición a un mundo digital que nos permita adaptarnos con rapidez y eficacia a las necesidades de un mercado cada vez más complejo y exigente”, afirma Miguel Colmenero, director de Wikifarmer España. “Los últimos años han sido desafiantes

para el sector agroalimentario con una mayor demanda de seguridad alimentaria y soluciones sostenibles”

### La raíz del problema y la esperanza de adaptabilidad

Las prácticas sostenibles de intercambio de conocimientos y las técnicas de cultivo respetuosas con el medio ambiente son componentes cruciales de la transformación digital del comercio del aceite de oliva. La Biblioteca Wikifarmer, considerada la “Wikipedia de la agricultura” por la FAO de las Naciones Unidas, es un ecosistema único de contenido que divulga las mejores prácticas y guías agrícolas de libre acceso y traducidas a 17 idiomas. En la plataforma, los agricultores pueden utilizar la biblioteca para mejorar la calidad de sus cultivos, aumentar su eficiencia y luego ofertar sus stocks en el Marketplace de Wikifarmer lo cual les permite tener acceso directamente a compradores de todo el mundo. Esta plataforma pretende atender las necesidades de envasadores, industria y HORECA a través de su Marketplace digital donde se producen cada semana compraventas de graneles de la cuenca mediterránea a industrias de todo el mundo. Wikifarmer es una propuesta de digitalización de la comercialización del aceite de oliva entre agricultores, cooperativas, envasadores, refinadores y operadores del sector en general, y de compradores de empresas que utilizan esta materia prima para sus procesos industriales y manufactureros, dentro y fuera del canal alimentación. La plataforma paga por adelantado al productor y aporta crédito al comprador, se encarga de todos los procesos de curación de calidad y entrega el producto en casa cliente, siendo responsable del producto y su calidad durante todo el proceso. Además de su Marketplace en su plataforma, esta a punto de lanzar una app que permitirá a los operadores realizar sus compraventas profesionales desde su móvil o Tablet con todas las garantías de seguridad necesarias.

La Academia Wikifarmer ofrece cursos dirigidos por expertos sobre producción sostenible de aceite de oliva y otros productos agrícolas.

### El compromiso de Wikifarmer

En una industria donde la sostenibilidad es primordial, Wikifarmer se compromete a promover prácticas ecológicas y cadenas de suministro transparentes. Al fomentar la colaboración entre productores y compradores, Wikifarmer cataliza la transición hacia una industria del aceite de oliva más sostenible, donde la calidad y la responsabilidad van de la mano.

Para más información:

**Miguel Colmenero**, +34 619424223

[mcolmenero@wikifarmer.com](mailto:mcolmenero@wikifarmer.com)

**Anastasia Terzidou**, +30 6906094503

[anastasia@wikifarmer.com](mailto:anastasia@wikifarmer.com)

[www.wikifarmer.com](http://www.wikifarmer.com)

<https://wikifarmer.com/market/es/>



El AOVE Rincón de la Subbética, de Almazaras de la Subbética, ha obtenido la mayor puntuación

## Los XI Premios Mezquita ya tienen ganadores

El Concurso Ibérico a la Calidad de los Aceites de Oliva Virgen Extra-Premios Mezquita tiene como objetivo recompensar el trabajo de los olivareros y elaboradores de España y Portugal e incentivar el interés de los productores y envasadores en la mejora de sus productos.

Organizados por la Academia del Vino de Córdoba, la XI edición del Concurso Ibérico Premios Mezquita AOVE ya tiene ganadores.

El objetivo de estos reconocimientos anuales es premiar la calidad, el esfuerzo del agricultor y del almazarero, divulgar la excelencia de su

producto y promocionar el consumo de los AOVes elaborados en la península ibérica.

Aunque el año ha sido muy difícil por factores climáticos, fundamentalmente, se han presentado un buen número de muestras con unos resultados de calidad, extraordinarios, señalan desde la organización.

A continuación, mostramos los ganadores de este año:

## RELACIÓN DE AOVES PREMIADOS XI Premios Mezquita

### PREMIOS MEZQUITA TOP AOVES

MARCA	EMPRESA	PAIS	COMUNIDAD	PUNTUACION
RINCÓN DE LA SUBBETICA	ALMAZARAS DE LA SUBBETICA S.L.	ESPAÑA	ANDALUCÍA	99
ANGÉLICA	ROSA DA SILVA, LDA	PORTUGAL	LISBOA	98
PAGO FRANCISCO GOMEZ PICUAL	HACIENDA LA SERRATA, S. L.	ESPAÑA	C. VALENCIANA	98
MONTE OLIVA ORO COUPAGE	COOP. OLIVARERA VIRGEN DE LA SIERRA DE CABRA SCA	ESPAÑA	ANDALUCIA	97
ORO DE SIERRA NEVADA - AOVE PREMIUM	ALMAZARA ORO DE SIERRA NEVADA	ESPAÑA	ANDALUCIA	97
HADRIANUS ECOLÓGICO VERDE	TRUJILLO CASTELLÓN E.S.P.J.	ESPAÑA	ANDALUCIA	97
CASTILLO DE SALVATIERRA PICUAL	CANUTO LARGO, S.L.	ESPAÑA	ANDALUCIA	97
MOLINO JUANITO ORTIZ	OLIAlMENDRA, S.L.	ESPAÑA	ANDALUCIA	97
ACEITES RENACER	ADRIAN CASTRO GIRALDO	ESPAÑA	ANDALUCIA	97
TIERRAS DE CANENA PREMIUM	S.C.A. SAN MARCOS	ESPAÑA	ANDALUCIA	97
GOMEOLIVA	GOMEOLIVA S.A.	ESPAÑA	ANDALUCIA	97
SOBERBIO ECOLÓGICO	OLEAND MANZANILLA OLIVE S. COOP. AND.	ESPAÑA	ANDALUCIA	97
ACEITES AYOZAR	FROIÁN ALBACETE S.L.	ESPAÑA	ANDALUCIA	96
MAQUILA	OLIVOS DEL AGUILA SL	ESPAÑA	ANDALUCIA	96
MOLINO DE LA MERCED	S.C.A. AGROPECUARIA INDUSTRIAL	ESPAÑA	ANDALUCIA	96
ALMAGRE	ACEITES ALMAGRE - PETRA VILLAESCUSA ARREAZA	ESPAÑA	CASTILLA LA MANCHA	96
VEIRU ECOLÓGICO DOP GATA-HURDES	ALMAZARA AS PONTIS – AGROPECUARIA CARRASCO, S.L.	ESPAÑA	EXTREMADURA	96



## MEJORES ACEITES DEL CONCURSO

MARCA	EMPRESA	PAIS	GALARDON
RINCÓN DE LA SUBBTETICA	ALMAZARAS DE LA SUBBTETICA S.L.	ESPAÑA	AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA AL MEJOR AOVE DEL CONCURSO
ANGÉLICA	ROSA DA SILVA, LDA	PORTUGAL	PREMIO DIPUTACIÓN DE CÓRDOBA
	D.O.P. BAENA	ESPAÑA	PREMIO AULA DEL OLIVO. D.O.P. MAS PREMIADA
SOBERBIO ECOLÓGICO	OLEAND MANZANILLA OLIVE S. COOP. AND.	ESPAÑA	SUMILLERES DE CÓRDOBA. AOVE ECOLÓGICO MAS PUNTUADO
ORO DE SIERRA NEVADA - AOVE PREMIUM	ALMAZARA ORO DE SIERRA NEVADA	ESPAÑA	PREMIO MAESTRO DE ALMAZARA
EOLOE	FAMILIA MATILLA RUBIO-CHAVARRI, S.L.	ESPAÑA	ELIO BERHANYER - AL MEJOR DISEÑO
PAGO FRANCISCO GOMEZ PICUAL	HACIENDA LA SERRATA, S. L.	ESPAÑA	PREMIO AYUNTAMIENTO MEJOR KOSHER

## MENCIONES ESPECIALES

MARCA	EMPRESA	PAIS	MENCIÓN
MONTE OLIVA ORO PAJARERO	COOP. OLIVARERA VIRGEN DE LA SIERRA DE CABRA SCA	ESPAÑA	MENCIÓN ESPECIAL FRUTADO VERDE MONOVARIETAL
TIERRAS DE CANENA PREMIUM	S.C.A. SAN MARCOS	ESPAÑA	MENCIÓN ESPECIAL FRUTADO VERDE NO AMARGO
ANGÉLICA	ROSA DA SILVA, LDA	PORTUGAL	MENCIÓN ESPECIAL FRUTADO MADURO
EOLOE	FAMILIA MATILLA RUBIO-CHAVARRI, S.L.	ESPAÑA	MENCIÓN ESPECIAL AL EMPREDIMIENTO



## MEJOR FRUTADO VERDE DOP

MARCA	EMPRESA	PAÍS	COMUNIDAD	PUNTUACIÓN
PARQUEOLIVA SERIE ORO	ALMAZARAS DE LA SUBBETICA S.L.	ESPAÑA	ANDALUCÍA	90

## MEJOR FRUTADO VERDE NO AMARGO DOP

TIERRAS DE CANENA PREMIUM	S.C.A. SAN MARCOS	ESPAÑA	ANDALUCÍA	97
---------------------------	-------------------	--------	-----------	----

## MEJOR FRUTADO MADURO

MONTE OLIVA ORO COUPAGE	COOP. OLIVARERA VIRGEN DE LA SIERRA DE CABRA SCA	ESPAÑA	ANDALUCÍA	97
-------------------------	--	--------	-----------	----

## MEJOR FRUTADO VERDE

ORO DE SIERRA NEVADA - AOVE PREMIUM	ALMAZARA ORO DE SIERRA NEVADA	ESPAÑA	ANDALUCÍA	97
-------------------------------------	-------------------------------	--------	-----------	----

## MEJOR FRUTADO VERDE NO AMARGO

GOMEOLIVA	GOMEOLIVA S.A.	ESPAÑA	ANDALUCÍA	97
-----------	----------------	--------	-----------	----

## MEJOR FRUTADO MADURO

ANGÉLICA	ROSA DA SILVA, LDA	PORTUGAL	LISBOA	98
----------	--------------------	----------	--------	----

## FRUTADO VERDE ECOLÓGICO

RINCÓN DE LA SUBBETICA	ALMAZARAS DE LA SUBBETICA S.L.	ESPAÑA	ANDALUCÍA	99
------------------------	--------------------------------	--------	-----------	----

## FRUTADO VERDE NO AMARGO ECO

SOBERBIO ECOLÓGICO	OLEAND MANZANILLA OLIVE S. COOP. AND.	ESPAÑA	ANDALUCÍA	97
--------------------	---------------------------------------	--------	-----------	----

## FRUTADO VERDE KOSHER

PAGO FRANCISCO GOMEZ PICUAL	HACIENDA LA SERRATA, S. L.	ESPAÑA	C. VALENCIANA	98
-----------------------------	----------------------------	--------	---------------	----

WOOE, Alimentaria y Salón Gourmets

## La Diputación de Córdoba lleva el AOVE a las principales ferias del sector

Bajo la marca “Córdoba virgenextra” la Diputación cordobesa, a través de Iprodeco, apuesta por llevar el aceite de oliva virgen extra producido en la provincia a las principales ferias del sector agroalimentario, como son la WOOE, Alimentaria y Salón Gourmet.



**E**l aceite de oliva virgen extra cordobés ha estado presente este año en las principales ferias del sector agroalimentario de nuestro país. Así, al amparo de la marca “Córdoba virgenextra”, la Diputación, a través de Iprodeco, ha mostrado su oro líquido ante los miles de visitantes que han pasado por salones como la World Olive Oil Exhibition, Alimentaria y Salón Gourmets.

### WOOE

La World Olive Oil Exhibition (WOOE) se celebró en Madrid los días 26 y 27 de febrero y es una de las mayores ferias internacionales dedicadas en exclusiva al sector del aceite de oliva. En este caso, Iprodeco ha participado con stand propio con las Denominaciones de Origen Protegidas de AOVE Baena, Aceite de Lucena y Priego de Córdoba.

Los objetivos de su participación han sido: dinamizar el comercio internacional de los aceites de oliva y su rentabilidad, agregar valor, incrementando el conocimiento de las características diferenciales y de los atributos saludables de los distintos tipos y variedades de aceite de oliva, abrir nuevos mercados para este producto y promocionar las cualidades saludables del aceite de oliva y su versatilidad en las cocinas de todo el mundo.

### Alimentaria

Alimentaria Barcelona se celebró del 18 al 21 de marzo e Iprodeco asistió con “Córdoba virgenextra” en el espacio de la Junta de Andalucía, en un amplio stand institucional que se ubicó en el Pabellón “Land of Spain”. En este espacio estuvo representada la mejor oferta de la mayoría de las comunidades autónomas y territorios españoles, con la oportunidad de promover sus especialidades entre profesionales de todo el mundo.

En el stand institucional de la Diputación de Córdoba estuvieron tanto las Denominaciones de Origen de AOVE, Baena, Lucena, y Priego de Córdoba y sus empresas, con una asociación de AOVE que abarca empresas aceiteras del Medio Guadalquivir, junto a otras empresas de la provincia.

### Salón Gourmets

Salón Gourmets es la Feria de Alimentación y Bebidas de calidad más grande de Europa, celebrada del 22 al 25 de abril. En este caso, la participación de la Diputación de Córdoba a través de Iprodeco ha sido en el stand de la Junta de Andalucía con 267 metros cuadrados en los que “Córdoba virgenextra” ha estado presente con las Denominaciones de Origen de AOVE, Baena, Lucena y Priego de Córdoba, la asociación de AOVE del medio Guadalquivir y siete empresas más de AOVE.

**Al amparo de la marca “Córdoba virgenextra”, la Diputación, a través de Iprodeco, ha mostrado su oro líquido ante miles de visitantes de estos salones**



En el 17º Symposium de Sanidad Vegetal

# La sanidad vegetal reivindica su papel clave para el futuro de la agricultura europea

Sevilla acogió el pasado mes de marzo el 17º Symposium de Sanidad Vegetal, con el foco puesto en la digitalización y en revalidar la figura del asesor técnico como el médico de las plantas. Esta edición ha superado todas sus previsiones, con un aforo que ha llegado a superar las 1.200 personas.



En este evento se reflexionó sobre lo que puede ser la nueva reglamentación en sanidad vegetal.

**T**ras tres jornadas de trabajo, 17º Symposium de Sanidad Vegetal culminaba el pasado 15 de marzo superando todas sus previsiones, con un aforo superior a las 1.200 personas atraídas no solo por las ponencias y mesas redondas, sino también por las presentaciones comerciales, en donde se han lanzado soluciones innovadoras en materia de sanidad vegetal para nuestros cultivos.

El acto inaugural comenzaba con la bienvenida de Carlos León Garrido, presidente del COITAND, Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos y Graduados en Ingeniería Agrícola de Andalucía Occidental, quien remarcaba la oportunidad de este Symposium como “un evento donde reflexionar, proponer y debatir sobre lo que puede ser la nueva reglamentación en sanidad vegetal después del rechazo del Parlamento Europeo y posterior retirada por parte de la Comisión Europea a la propuesta de Reglamento”.

Tras el acto inaugural, Tomás García Azcárate, doctor ingeniero agrónomo y economista agrario especializado en la PAC, presentó el concepto de One health (Una Sola Salud) y

cómo la salud humana y la sanidad animal y vegetal deben ser interdependientes, remarcando la necesidad de acuñar términos como las “medicinas de las plantas” para referirse a los productos fitosanitarios.

García Azcárate reflexionaba sobre el diálogo estructurado que se abre en Europa para definir el futuro de la agricultura. “No hay agricultura verde en números rojos, la sostenibilidad tiene que ser económica, social y medioambiental”, remarcaba en alusión a los objetivos del Pacto Verde Europeo.

Seguidamente, Ricard Ramon I Sumoy, jefe adjunto de la Dirección General de Agricultura de la Comisión Europea, tomaba la palabra para analizar la actual PAC, anunciando “la implementación de forma inmediata de medidas para agilizar y suavizar la carga administrativa de la PAC, ya para este ejercicio de 2024, además de ligeros ajustes medioambientales para que se puedan cumplir de un modo adecuado las buenas prácticas de obligado cumplimiento”. Además, recordaba el proceso anunciado el pasado junio por la presidenta de la Comisión Europea, Ursula Von der Leyen, “para favorecer el

diálogo con todos los actores de la cadena agroalimentaria, para frenar la polarización y que nos permita construir un futuro de consenso en la agricultura en el próximo periodo legislativo de la CE”.

El 17º Symposium de Sanidad Vegetal continuó abordando cuestiones vinculadas a los nuevos marcos regulatorios y técnicas genómicas vegetales, además de las principales amenazas fitosanitarias y las soluciones actuales en cultivos como el olivar, entre otros, con especial protagonismo a la digitalización y la inteligencia artificial como instrumentos para avanzar en estos campos, el Cuaderno Digital de Explotación Agrícola (CUE) y la figura del Ingeniero Asesor.

### Clausura

La clausura contó con la presencia de Luis Planas Puchades, ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, quien estuvo acompañado por Juan de Benito Dorrego, miembro del Comité Permanente del Symposium y Carlos León Garrido, presidente del COITAND.

Durante su intervención, Planas se refirió a la retirada del Reglamento de Uso Sostenible por parte de la Comisión Europea, un hecho casi sin precedente “pero del que hay que sacar algunas conclusiones: por un lado, que hay que pensar en la sostenibilidad de una forma global, y que



El ministro de Agricultura, Luis Planas, fue el encargado de clausurar el Symposium.

la necesaria transición ecológica se tiene que abordar junto al sector, con criterio y teniendo en cuenta sus particularidades”. Estos cambios, señalaba el ministro, “hay que afrontarlos al lado de los agricultores. Y me satisface que esta retirada haya sido el punto de partida para un nuevo diálogo con una presencia más activa de todos los actores implicados”.

Otro de los aspectos defendidos por Planas fue la legislación europea de nuevas técnicas genómica, “que nos permitirán avanzar hacia la sostenibilidad, con producciones más resistentes y productivas y de alto valor añadido”.

# FUTUROOLIVA

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



del 23 al 25 de mayo de 2024

B A E Z A

RECINTO FERIAL DE BAEZA

[www.futurooliva.com](http://www.futurooliva.com)



ORGANIZA:

**Pópulo**  
Servicios Turísticos y Culturales

PATROCINAN:

Ayuntamiento de BAEZA



AgroBank

COLABORAN:





A través del espacio The Olive Oil Bar

# Más de 100 AOVEs han participado en **Alimentaria & Hostelco**

The Olive Oil Bar es un espacio que Alimentaria & Hostelco reserva para la degustación autoguiada con la ayuda de fichas descriptivas para descubrir algunos de los mejores aceites de oliva virgen extra. En la última edición han sido más de un centenar los zumos de aceituna que han podido catar los asistentes a este salón por el que han pasado 107.900 profesionales.

**M**ás de 3.200 empresas expositoras procedentes de 68 países han participado en la última edición de Alimentaria & Hostelco, celebrada en Barcelona el pasado mes de marzo, lo que ha contribuido a incentivar el negocio, la internacionalización y la competitividad de sectores estratégicos de la economía española.

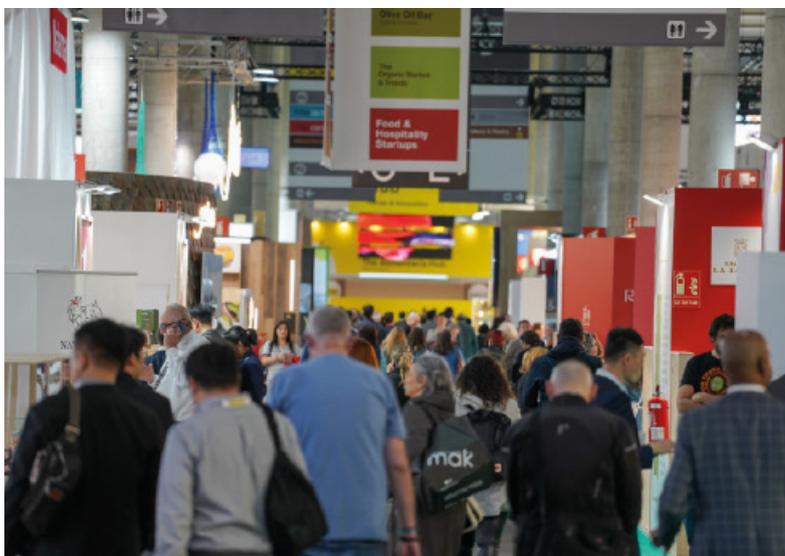
Cerca de 107.900 profesionales han visitado el salón, un 25% internacionales, de 120 países. Con un impacto económico estimado de 180 millones de euros, las cifras de Alimentaria & Hostelco reflejan la fortaleza del certamen, que ha ocupado cerca de 100.000 m<sup>2</sup> de superficie neta de exposición, la práctica totalidad del recinto Gran Vía de Fira de Barcelona.

En este salón el AOVE tiene un lugar destacado a través de The Olive Oil Bar, un espacio para la degustación autoguiada con la ayuda de fichas descriptivas para descubrir algunos de los mejores aceites de oliva virgen extra.

Los asistentes a este encuentro han tenido la oportunidad de catar individual y pausadamente más de 100 referencias en este espacio que concentra la continua innovación y las últimas tendencias del segmento de los aceites de oliva gourmet.

Se trata de un espacio con sabor y variedad, muy apreciado por compradores nacionales e internacionales, representantes de la distribución especializada, el retail, la gastronomía o el canal Horeca, entre otros muchos profesionales de la alimentación interesados en el mundo del AOVE.

Con variedades desde las más conocidas como la Picual, la Cornicabra o la Arbequina, hasta otras menos fre-



Cerca de 107.900 profesionales han visitado el salón, un 25% internacionales, de 120 países.

cuentas como la Changlot Real, Royal o Arróniz, el espacio de cata, ubicado en la zona Mediterranean Foods, refleja la buena forma del aceite de oliva nacional, con una creciente oferta en el segmento Premium, que busca exportar más y conectar con la mejor gastronomía.

Para el director general de Alimentaria Exhibitions, J. Antonio Valls, "esta edición ha sido un rotundo éxito de internacionalización y muestra el gran poder de convocatoria de Alimentaria & Hostelco, que ha reunido a los principales agentes del sector y a compradores de países estratégicos para la exportación de la industria alimentaria. El salón se consolida así como uno de los principales encuentros de negocios internacionales del sector".

La próxima edición de la plataforma ferial organizada por Fira de Barcelona se celebrará del 23 al 26 de marzo de 2026 en el recinto de Gran Vía.

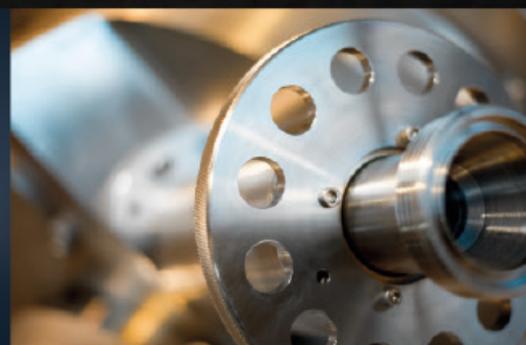
**The Olive Oil Bar es un espacio para la degustación autoguiada** con la ayuda de fichas descriptivas para descubrir algunos de los mejores aceites de oliva virgen extra

# 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.

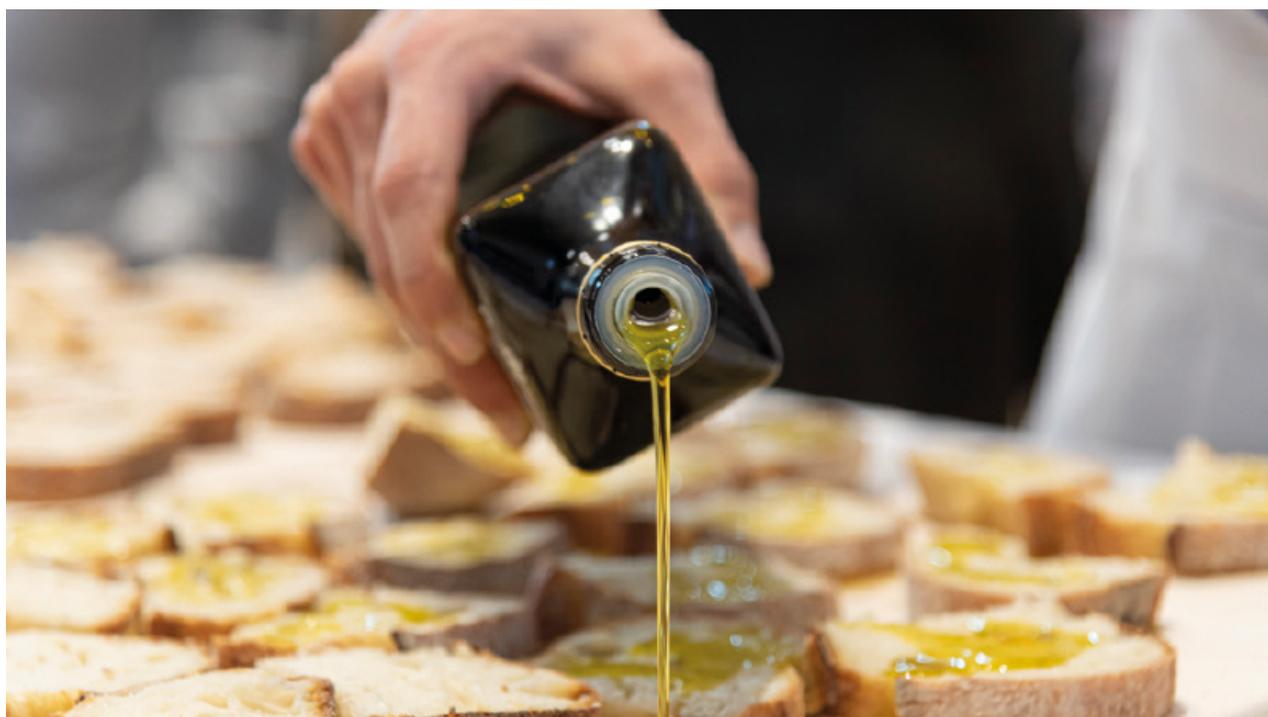
Los decantadores F-type están diseñados específicamente para la industria alimentaria y en especial para el sector oleícola, cumpliendo con los requisitos más exigentes.

PALACÍN incorpora en su línea de extracción continua esta gran marca y se convierte en distribuidor exclusivo de ANDRITZ SEPARATION para España y Portugal.



**ANDRITZ**





temáticas se explorará el papel de los aceites de oliva en la prevención de enfermedades del siglo XXI.

Del 8 al sábado 11 de mayo en Jaén

# Expertos, investigadores y profesionales de la salud, en el **V Congreso sobre Aceites de Oliva, Olivar y Salud**

El 'V Congreso internacional sobre Aceites de Oliva, Olivar y Salud' se celebrará en el Palacio de Ferias y Congresos de Jaén (IFEJA) del miércoles 8 al sábado 11 de mayo de 2024. Se trata de un evento científico de carácter internacional sobre los aceites de oliva vírgenes, el olivar y sus beneficios para la salud humana y el medio ambiente. En él se darán cita expertos, investigadores y profesionales de la salud, y contará con la participación de destacados científicos y divulgadores a nivel global.

**L**a dieta mediterránea se considera el principal patrón dietético y su adopción está asociada a la prevención de enfermedades degenerativas y a un aumento de la longevidad. Los destacados rasgos de la dieta mediterránea ya han sido reconocidos, y el consumo de aceite de oliva sobresale como el más característico. De hecho, el uso de aceite de oliva como grasa culinaria casi exclusiva es lo que más caracteriza a la zona mediterránea. Un gran número de estudios científicos

han probado que el consumo de aceite de oliva se asocia a un mejor estado de salud general.

La investigación científica es fundamental para cimentar y hacer avanzar ese reconocimiento general hacia el aceite de oliva virgen como un producto saludable.

Desde la primera edición del Congreso Internacional sobre Aceites de Oliva, Olivar y Salud', han sido muchos los avances científicos en el campo de la investigación sobre los beneficios del aceite de oliva en la salud.



LA **EXTRACCIÓN**  
EN PERFECTA **SINCRONÍA**

**centrifugación  
alemana** 

[www.centrifugacionalemana.com](http://www.centrifugacionalemana.com)



Juan Bautista, director del Congreso.

Según explica a Olimerca su director, Juan Bautista Barroso, “desde su origen, en este congreso se han buscado también nuevas perspectivas en este campo, abriendo la temática a una concepción mucho más global del concepto de salud y su relación con el aceite de oliva y el olivar, esto es, que no hay verdadera salud humana si nuestro entorno no es saludable, si no garantizamos la salud de la tierra. De ahí que el congreso aborde también la relación del olivar con el medio ambiente, así como las visiones más actuales como la influencia del cambio climático en la calidad y producción de los aceites de oliva”.

### Evento científico de carácter internacional

El ‘V Congreso Internacional sobre Aceites de Oliva, Olivar y Salud’, es un evento científico de carácter internacional sobre los aceites de oliva vírgenes, el olivar y sus beneficios para la salud humana y el medio ambiente.

“Esta quinta edición del Congreso Internacional sobre Aceite de Oliva, Olivar y Salud, continúa el legado de los cuatro primeros congresos internacionales sobre aceite de oliva y salud, celebrados en Jaén en los años 2004, 2008, 2018 y 2021”, explica su director.

La Diputación Provincial de Jaén, como representante de la principal región productora de aceites de oliva, se une una vez más al Instituto Universitario de Investigación en Olivar y Aceites de Oliva (INUO) de la Universidad de Jaén, líder mundial en investigación e innovación dentro del sector del olivar y del aceite de oliva, para organizar el ‘V Congreso internacional sobre Aceites de Oliva, Olivar y Salud’ que se celebrará en el Palacio de Ferias y Congresos de Jaén (IFEJA) del miércoles 8 al sábado 11 de mayo de 2024.

Este congreso tiene como objetivo reunir a expertos, investigadores y profesionales de la salud, y contará con la participación de destacados científicos y divulgadores a nivel global, abordando temas como el aceite de oliva y su impacto en la salud, la cultura nutricional y la gastronomía, así como la sostenibilidad y los desafíos relacionados con el cambio

climático. Entre las áreas temáticas se explorará el papel de los aceites de oliva en la prevención de enfermedades del siglo XXI, como eventos cardiovasculares, enfermedades neurodegenerativas y cáncer. También se tratarán aspectos de la nutrición saludable como la dieta mediterránea, la restauración y la influencia del cambio climático en la calidad y propiedades saludables de los aceites de oliva virgen extra (AOVE).

### Ponentes

El Congreso contará con la presencia de ponentes relevantes, tanto nacionales como internacionales. Entre ellos Estefanía Toledo, Catedrática de Medicina Preventiva y Salud Pública de la Universidad de Navarra y coordinadora científica del Congreso, experta en la epidemiología nutricional y el papel que la dieta y los estilos de vida pueden desempeñar en la prevención de enfermedades crónicas.

Miguel Ángel Martínez, Catedrático de Medicina Preventiva y Salud Pública de la Universidad de Navarra y Profesor Adjunto de la Escuela de Salud Pública de Harvard (EE.UU), considerado como uno de los mayores expertos en la dieta mediterránea, sobre la que ha realizado numerosos estudios relacionados con los efectos que tiene en la salud, u Óscar H. Franco, director del Centro Médico Universitario de Utrecht, Utrecht (Países Bajos) y profesor adjunto en la Universidad de Harvard y una de las figuras académicas más representativas de los últimos tiempos en epidemiología y salud pública.

En palabras de Juan Bautista Barroso, “el Congreso ofrece la oportunidad a científicos y estudiantes de presentar sus trabajos científicos en formato póster. Además, se llevarán a cabo mesas redondas, catas de aceites y actividades sociales diseñadas para fomentar la interacción entre los investigadores presentes”.

Añade que “más allá de compartir conocimientos, los participantes disfrutarán de acceso a recursos exclusivos, oportunidades de networking y la posibilidad de contribuir al establecimiento de futuras colaboraciones. Este congreso busca ser un espacio enriquecedor tanto para la comunidad científica como para profesionales, impulsando el conocimiento y la promoción de la salud a través del adecuado consumo y aplicación del aceite de oliva.

El INUO destaca por su elevada capacidad de generación y transferencia del conocimiento, posicionándose como el principal agente comunicador de la investigación al sector oleícola y a la sociedad en su conjunto. Por ello, es considerado todo un referente en investigación y formación, y como tal, debe liderar y apoyar cualquier iniciativa que redunde en el avance del sector del olivar y los aceites de oliva. Este Congreso pretende generar conclusiones sobre cuáles deben ser las estrategias más interesantes del sector desde el punto de vista de la investigación y la innovación en relación a las temáticas que aborda, y promociona al INUO y a la Universidad de Jaén como centro de referencia mundial en este tema.



# Abriendo Camino al Futuro

El Puerto de Algeciras, junto con su comunidad Portuaria, se posiciona como un enclave marítimo-portuario y logístico global, eficiente y competitivo, con crecientes perspectivas de futuro  
Un ecosistema que aúna una fuerza de trabajo en equipo de más de 30.000 profesionales y de 200 empresas a su servicio





# Directorio de la industria auxiliar en el sector del olivar y el aceite de oliva

LA REVISTA OLIMERCA PONE A DISPOSICIÓN DE LOS DISTINTOS OPERADORES DE LA CADENA DE VALOR DEL OLIVAR Y DEL ACEITE DE OLIVA UNA SECCIÓN MUY DESTACADA DONDE LAS EMPRESAS DE LA INDUSTRIA AUXILIAR PUEDEN ACERCARSE A SUS FUTUROS CLIENTES DE UNA MANERA DIRECTA Y CÓMODA, ADEMÁS DE QUE SU COSTE ES MUY ASEQUIBLE. LLEGAR A LOS POTENCIALES COMPRADORES CON OLIMERCA ES MÁS FÁCIL CADA DÍA, PORQUE HOY SOMOS EL MEDIO DE COMUNICACIÓN MÁS RELEVANTE QUE SU EMPRESA NECESITA PARA ABRIR NUEVOS MERCADOS Y NUEVOS COMPRADORES. NO LO DUDE, ESTAMOS PARA AYUDARLE A CRECER EN EL SECTOR DEL OLIVAR Y DEL ACEITE DE OLIVA.

LLÁMENOS Y HABLAMOS. MÓVIL: 686 83 72 84



## Líderes en diseño y distribución de envases



Botellas

Bag in box

Latas



Oficina Central  
Dos Hermanas (Sevilla)  
Avenida de Andalucía S/1, 41701  
Tel: +34 955 675 005  
comercial@grupojuvasa.com

León  
Madrid  
Almendralejo (Badajoz)  
Navarra-La Rioja  
Murcia  
Valencia

Barcelona  
Tenerife  
Gran Canaria  
Portugal  
Cuba

[www.juvasa.com](http://www.juvasa.com) [www.avanzapackaging.com](http://www.avanzapackaging.com)

## DUGAR

SISTEMAS DE LIMPIEZA DE ALTA PRESIÓN, S.L.



- Máquinas Lavadepósitos
- Máquinas Lavapalots
- Máquinas lavabidones

Sistemas de limpieza de Alta Presión SL  
Email: [contacto@comercialdugar.com](mailto:contacto@comercialdugar.com)  
Teléfono: +34 948 812 521

## AGRICOLA DEL CAMP SANTA BARBARA SCCL



**Actividad:**  
Almazara cooperativa,  
Envasador, Exportador.

**Director:**  
Joaquín Jaime Roe Arasa

**Contacto comercial:**  
gerencia@grusco.net  
grusco@grusco.net

**Premios:**  
Diputación Tarra-  
gona CDO,2009,  
2011,2012,2013,2014.  
Otros Premios , 2018 Primer  
premio Feria Tierras del Ebro,  
2019 i 2020 2º Premio, ante-  
riores varios Premios mas.

**Marcas:**  
Iberolei con distintivo DOP Bajo  
Iberolei Milenario de olivos Mi-  
lenarios. Ebro-Montsia, Grusco,  
Cosenia, Freginals, Olisat.

**Otra información:**  
Fundada 1957, 1350 Pequeños  
agricultores, cooperativa 2º  
grado MONTEBRE SCCL, DOP



Aceite Bajo Ebro-Montsia,  
Miembro ACOBEM, Asociación  
Territorio del Senia Olivos  
Milenarios. Federación Coope-  
rativas Agrarias de Cataluña.

**Población:**  
43570 Santa Barbara  
Tarragona

**Dirección Postal:**  
Paseo escuelas,71

**Teléfonos:**  
977 718 069

**Web:**  
grusco.cat

**Email:**  
gerencia@grusco.net  
grusco@grusco.net

## ALMAZARA LA ALQUERÍA S.L.



**Actividad:** Elaboración y  
envasado de AOVE

**Contacto comercial:**  
Gerente Juan Martínez  
+34 660 380 888

**Descripción:**  
Molturación y envasado  
de AOVE y de aceitunas  
auténticas de la montaña  
de Alicante (Blanqueta,  
Alfafarenca y Manzanilla  
Villalonga).

**Otras características:**  
Olivos ecológicos dentro del  
Parque Natural de la Sierra  
de Mariola.

**Marcas:** Paraje La Cabaña  
L'Alquería y Verdecho.

**Certificados y premios:**  
Marca Parques  
Naturales Sierra de  
Mariola - Marca SIQEV de  
QVEXTRA Internacional -  
Reconocimientos nacionales  
e internacionales de  
nuestros AOVES.



**Población:** 03830 Muro de  
Alcoy - Alicante.

**Dirección:** C/ de la Borra, 5  
03830 Muro del Alcoy  
(Alicante)

**Teléfono fijo:** 965 53 04 84

**Web:**  
www.almazaralaalqueria.com

**Emails:**  
info@almazaralaalqueria.com

## ACEITES LIS SL



**Director:** Sergio Lis  
**Contacto comercial:**  
626028342

**Descripción:** Almazara  
dedicada a la producción,  
envasado y venta de aceite de  
oliva virgen extra en todo tipo  
de envases y formatos. Espe-  
cializada en la investigación  
sobre las distintas variedades  
de aceituna y en la elabo-  
ración de aceite Premium,  
dispone de una oleoteca en  
continua ampliación con  
aceites monovarietales  
representativos del olivar

español y aragonés y otros  
extraídos de variedades muy  
locales, apenas utilizadas en  
la producción de aceite.

**Certificados:** Kosher y  
ecológico.

**Marcas:** El Fuelle, Goldlis y  
MonovarietaLis

**Población:** La Almunia de Doña  
Godina (50100) Zaragoza

**Dirección:** Ctra. de Alpartir,  
Km 1

**Tif.** 976 600 956

**Web:** www.aceiteslis.com

**Email:** comercial@aceiteslis.com

## ALMAZARA ECOLÓGICA DE ENCINASOLA S.L.



**Actividad:** Almazara  
Industrial y envasador

**Director:** Javier León Álvarez

**Contacto comercial:**  
+34 651 668 595

**Fecha de constitución:**  
Abril 2010

**Marcas:**  
Oleosierra

**Marcas:** Paraje La Cabaña  
L'Alquería y Verdecho.

**Otras características:**  
Sus olivares se encuentran

situados en el Parque Natu-  
ral Sierra de Aracena y picos  
de Aroche, Huelva, Andalu-  
cía. Reserva de la Biosfera.  
Su AOVE es un coupage  
natural (manzanilla, picual,  
galega, carrasqueña).

**Población:** 21390 Encinaso-  
la (Huelva)

**Dirección Postal:**  
Ctra. Oliva de la Frontera,  
km 0,3

**Web:** www.oleosierra.com

**Emails:** info@oleosierra.com





### Feria del Olivo de Montoro

Del 7 al 9 de mayo en Montoro (Córdoba)

La Feria del Olivo de Montoro pondrá al expositor en el centro de sus programas, que se celebrará entre el martes 7 y el jueves 9 de mayo de 2024 en el recinto del Patrimonio Comunal Olivarero de esta localidad.

En la cita, los fabricantes de maquinaria y tecnología más innovadores mostrarán las nuevas técnicas aplicadas al olivo, como drones, tratamiento de imágenes satélite, monitorización telemática de riegos y tratamientos fitosanitarios, nuevos sistemas de recolección; avances aplicados en las almazaras como la trazabilidad 4.0, patios de recepción inteligentes; o la optimización automática del proceso de extracción, evidencias de la revolución que vive la olivicultura.



### V Congreso Internacional sobre Aceite de Oliva, Olivar y Salud

Del 8 al 11 de mayo en Jaén

Ya hay fecha para la celebración del V Congreso Internacional sobre Aceite de Oliva, Olivar y Salud. Organizado por la Universidad de Jaén (UJA), a través del Instituto Universitario de Investigación en Olivar y Aceites de Oliva (INUO) y junto con la Diputación Provincial, tendrá lugar del 8 al 11 de mayo.

Las temáticas que centrarán la quinta edición de este congreso serán, por un lado, los efectos beneficiosos de consumir AOVE para la salud, su papel en la prevención de enfermedades cardiovasculares, de enfermedades neurodegenerativas, del

envejecimiento y del cáncer; y por otro, su impacto en la salud global, en su respuesta a desafíos como relacionados con la sostenibilidad y con el cambio climático.



### Futuro Oliva

Del 23 al 25 de mayo en Baeza

La Feria del Olivo que se celebra de forma bianual en Baeza, Futuro Oliva, ya tiene fecha para su celebración en 2024. Será la 13ª edición de este salón que se adelanta al mes de mayo durante los días 23, 24 y 25. Esta edición se celebrará nuevamente en el Recinto Ferial de Baeza, que cuenta con 23.000 metros cuadrados para la exposición de maquinaria, restaurante y una gran zona cubierta, mediante carpa, para la exposición de aceites, zona gastronómica, stands de empresas y sala de jornadas técnicas.



### Olivtech

Del 23 al 25 de Mayo en Izmir (Turquía)

La XII Feria de la Aceituna, el Aceite de Oliva, los Productos Lácteos, el Vino y las Tecnologías se prepara para abrir sus puertas al mundo en el último y más moderno recinto ferial de Turquía. Este salón dará la bienvenida a muchos fabricantes, importadores, distribuidores, chefs, profesionales del sector alimentario, fabricantes de botellas, fabricantes de maquinaria, comités de compras de cadenas de supermercados, agentes de compras de alimentos de hotel de cadena, comerciantes y visitantes de los medios de comunicación de Turquía y varios países del mundo en Fuarizmir.



### Organic Food & Eco Living Iberia

4 y 5 de junio en Madrid

El salón Organic Food & Eco Living Iberia tendrá lugar los días 4 y 5 de junio en el Recinto Ferial de Ifema Madrid.

La diversidad y calidad de los productos ecológicos españoles estarán representadas por pabellones regionales de Andalucía, Extremadura, Comunitat Valenciana, La Rioja, Castilla-La Mancha, Región de Murcia, Comunidad de Madrid, Navarra, Castilla y León, Galicia, Cataluña, Baleares y Canarias, que ya han abierto su convocatoria de participación.

El evento contará con la participación de más del 30% de expositores internacionales. Entre ellos Austria, Bélgica, Portugal, Grecia, Italia, Francia, Alemania, Holanda, Suecia, Reino Unido, Polonia, Estados Unidos, Lituania y países representados por la CIAO como Argentina, Ecuador, Chile, Nicaragua y Paraguay.



### Summer Fancy Food

Del 23 al 25 de Junio en Nueva York

La Summer Fancy Food Show se celebra en Nueva York del 23 al 25 de junio y es uno de los eventos más importantes de norte américa relacionados con el sector de la alimentación y las bebidas. En este salón cada año se dan a conocer una amplia variedad de productos. Además, ofrece grandes oportunidades para establecer contactos con expertos de la industria. Durante la celebración de este salón, los visitantes también podrán participar en los numerosos seminarios formativos, degustaciones y showcooking.



En 2011, dispone de áreas para el cultivo en el centro residencial Sonsoles, (Zaragoza). Asimismo, desde el inicio del obrador de conservas, en el que trabajan 19 personas, se han producido entre 150.000 y 170.000 unidades ecológicas este año (de los que 100.000 se venderán en Alcampo), una producción facilitada por su director, José María Román. Para 2020, las perspectivas apuntan a un crecimiento que su cuadruplicará en cinco años.

En materia prima, Gardeniers procesará 100.000 kilos de frutas y verduras ecológicas, de los que 50.000 se destinarán a la elaboración de productos. El resto se comercializará como producto fresco. Asimismo, también se va a iniciar la producción regional en Aragón, reduciendo un 25% de los costes de producción se prevé un ahorro de 20 años.



# CADA FORMATO TIENE SU MOMENTO



“El proyecto de Alcampo con Gardeniers es único en Europa”, afirma Román, enorgulleciéndose porque “se trata de un proyecto único en Europa, ya que la producción está totalmente controlada e integrada ecológicamente, está elaborada en Aragón y la materia prima proviene de un kilómetro cuadrado de terreno en las Alades, a 10 kilómetros de Alcazar de San Juan.”

“El proyecto de Alcampo con Gardeniers es único en Europa”  
**Sergio Román**

...nos ido dando ... Mercazaragoza.

# LA OMNISCANALIDAD ES EL FUTURO



# 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.