

Nº 48
1^{er} Trimestre
Año 2024

Olimerca

Información
Oleícola
Independiente

PRESENTE Y FUTURO DE LA OLIVICULTURA 4.0: ¿Quién liderará las nuevas plantaciones olivareras?



NUEVA SECCIÓN
La mujer, el olivar y el
aceite de oliva



ESPECIAL CASTILLA-LA MANCHA
Entrevista con Julián Martínez Lizán
Consejero de Agricultura, Ganadería
y Desarrollo Rural



EN PERSONA CON
José Miguel Herrero Velasco
Director General de Alimentación
Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación



Por ti,

*que
te
esfuerzas
como
nadie,*

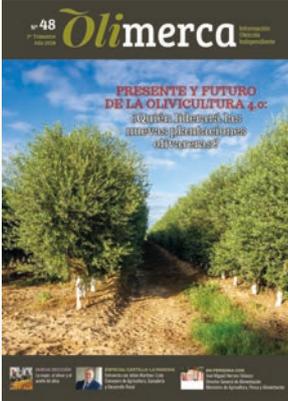
los primeros.

Anticipa tu **PAC¹**
con la ayuda
de nuestros
especialistas Agro
y llévate la suscripción al
Cuaderno de Campo Digital².

1. Operación sujeta a previa aprobación por parte del banco. Consulta condiciones en tu oficina o en [bancosantander.es](https://www.bancosantander.es)

2. Oferta válida hasta el 31/12/2024, una suscripción por cada NIF/CIF y por anticipar un mínimo de 2.500€. Suscripción válida hasta el 31/12/2024. La promoción no incluye retribución en efectivo. Retribución en especie a efectos fiscales y sujeta a ingreso a cuenta según normativa fiscal vigente.

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.

La nueva olivicultura revoluciona el mundo oleícola

Que el sector del olivar está en pleno proceso de transformación y evolución es ya una clara realidad en muchos países de todo el mundo, sobre todo en aquellos donde su orografía y su apuesta por el cultivo está generando la plantación de miles de hectáreas de olivares superintensivos o en seto, tanto en Sudamérica como en países del norte de África o Australia.

La gran inversión y los grandes avances llevados a cabo por algunas firmas de investigación e innovación ya han conseguido poner en el mercado distintas variedades de olivos y de aceitunas que no sólo son capaces de tener una mayor productividad, sino que también han sido diseñadas para poder adaptarse al cambio climático que tenemos ya encima, que además presentan una mayor precocidad en su entrada en producción, que presentan una mayor resistencia a determinadas enfermedades y sobre todo que, gracias a sus sistemas de plantación, permiten que la recogida sea totalmente mecanizada, garantizando que todo el aceite de oliva obtenido sea calidad virgen extra.

Este ascenso en los nuevos sistemas de cultivo es un proceso ya imparable porque está claro que el olivo ya ha demostrado que con muy pocos recursos ofrece importantes beneficios, tanto al medio ambiente, por lo que supone en la captura de CO2 como a los agricultores, por el buen precio que perciben por sus aceitunas.

De hecho, muchos agricultores están encontrando en los cultivos leñosos como el olivo, el almendro o el pistacho la alternativa a sus producciones de secano como el cereal u otros.

En este contexto, la olivicultura tradicional que no puede transformarse en los nuevos sistemas productivos o que tienen un alto valor social y ecológico deberían de hacer frente común a esta realidad imparable estableciendo nuevas estrategias de comunicación en común, de difusión de la cultura de este rico aceite de oliva, de fomento del oleoturismo, etc.

Está claro que la nueva olivicultura ha llegado para quedarse y crecer día a día. Ahora de lo que se trata es de convivir defendiendo sobre todo la calidad del aceite de oliva, las marcas y el valor que tiene nuestro oro líquido en los mercados exteriores.

Nieves Ortega

Directora de Olimerca

No podemos controlar el clima, pero sí los procesos..



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
> La Olivicultura 4.0



28 EN PERSONA CON...
> José Miguel Herrero, director general de Alimentación.



50 ESPECIAL CASTILLA-LA MANCHA
> Entrevista a Julián Martínez Lizán, consejero de Agricultura



62 ESPECIAL MUJER, OLIVAR Y ACEITE DE OLIVA
> Presencia e implicación de la mujer en el sector

Editorial	3
En Positivo	6
En Profundidad	
La Olivicultura 4.0	8
El Sector Opina	15
En Persona con...	
José Miguel Herrero, director general de Alimentación. Foto DG Industria Alimentaria	28
Entrevista	
Jaime Lillo, nuevo director ejecutivo del COI	32
Comercio y Consumo	
El aceite de orujo revoluciona el lineal de aceites en España	36
Cambio de hábitos en el consumo de aceites	38
Las causas del bajo consumo de AOVE entre los jóvenes adultos	40
Investigación Aplicada	
Avanzan las investigaciones para evitar los fraudes en el aceite de oliva	42
OLEAF4VALUE desarrolla productos biológicos a partir de la hoja de olivo	44
Agronomía	
Cubiwood: un proyecto para implementar cubiertas vegetales	48
Especial Castilla-La Mancha	
Entrevista a Julián Martínez Lizán, consejero de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha	50
Evolución del sector del aceite de oliva: importancia económica en Castilla-La Mancha	52
Especial Mujer, Olivar y Aceite de oliva	
Presencia e implicación de la mujer en el sector	62
El techo de cristal de la mujer en el ámbito universitario	64
La mujer es parte fundamental en la transformación que necesita el sector del olivar y el aceite de oliva	69
Laboratorio Unaproliva: garantía de rapidez al servicio del sector del olivar y el aceite de oliva	70
Actividades	74
Directorio de Empresas	80
Directorio de Almazaras	81
Agenda	82

8 EN PROFUNDIDAD

> En este artículo se analiza el olivar en seto y su evolución durante los últimos 28 años, una vez que hubiese empezado a implementarse en la Finca Valonga, en Huesca. No obstante, en la actualidad todo tipo de olivicultura, moderna y tradicional, ha de convivir de forma armónica dentro del sector.



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.



Eurocaja Rural ofrece gratis el servicio de Cuaderno de Campo Digital

La entidad Eurocaja Rural ofrecerá gratuitamente a los agricultores y ganaderos el servicio de Cuaderno de Campo Digital con motivo de la reforma de la PAC. A través de las más de 450 oficinas que componen su red comercial y de su equipo de profesionales cualificados, los clientes recibirán acompañamiento y respaldo para activar este nuevo servicio que se consolida como herramienta indispensable.

Este Cuaderno de Campo o Cuaderno de la Explotación es una herramienta que sintetiza todos los requerimientos que la legislación europea, nacional y autonómica exige a los productores agrarios en cuanto al registro de determinadas operaciones llevadas a cabo en su explotación, facilitando al agricultor y/o ganadero la posibilidad de cumplir con la legislación vigente.

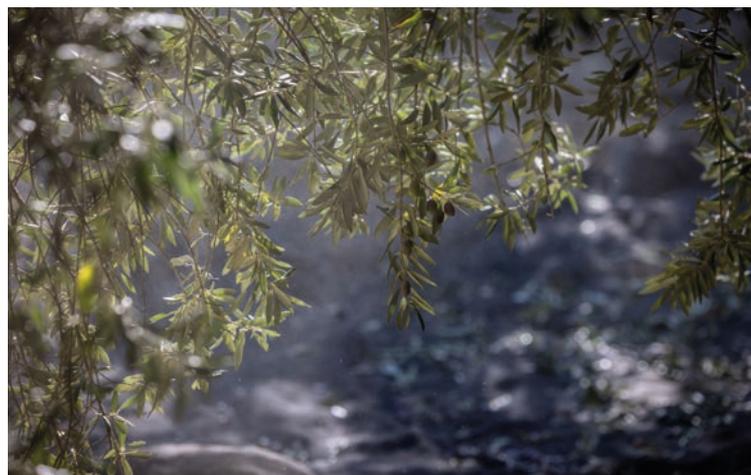
La aplicación del Cuaderno Digital de Explotación Agrícola se realizará de forma progresiva a partir del 1 de septiembre de 2024. Poseer un Cuaderno de Campo digital y rellenarlo correctamente es esencial para el cumplimiento de la normativa en materias como seguridad alimentaria, trazabilidad, aplicación de productos fitosanitarios, protección de aguas y suelos frente a la contaminación, bienestar animal, protección de hábitats naturales, salud pública, condicionalidad, etc.

Arranca un proyecto para mejorar la eficiencia del olivar en el Líbano

Reforzar el conocimiento teórico-práctico en materia de olivicultura y elaiotecnica que tienen las cooperativas agrícolas, agricultores, asesores y técnicos del sector oleícola en el sur de Líbano. Éste es el objetivo del proyecto de cooperación al desarrollo OLIB, que acaba de iniciar el CIHEAM Zaragoza.

El manejo agronómico del olivar para un mayor rendimiento o las nuevas estrategias frente al cambio climático son algunos de los temas centrales del programa, que espera tener un impacto positivo en la economía local.

Las actividades del proyecto, financiado por la Diputación Provincial de Zaragoza, se vertebrarán a través de la cooperativa de mujeres de la localidad libanesa de Deir Mimas, que se convertirá en un actor de referencia en la zona como ejemplo de buenas prácticas en aumento de la eficiencia y la mejora en la conservación del olivar. De esta forma, el proyecto ayudará a visibilizar el trabajo de las agricultoras libanesas en una zona en conflicto y su contribución a la sostenibilidad económica y ambiental de los sistemas alimentarios mediterráneos.



El aceite de oliva atenúa la duración de los síntomas del COVID

El aceite de oliva rico en polifenoles atenúa la duración de los síntomas del COVID. Así lo revela un ensayo clínico realizado por un equipo multidisciplinar de profesionales sanitarios de la Gerencia de Atención Integrada de Talavera de la Reina, dependiente del Servicio de Salud de Castilla-La Mancha, que ha sido publicado en la prestigiosa revista internacional 'Immunity, inflammation and disease'.

En este trabajo se ha estudiado el efecto atenuante sobre la duración de los síntomas en 84 participantes que tomaron por vía orofaríngea pequeñas cantidades de aceite de oliva rico en polifenoles.

Los resultados de este ensayo, desarrollado gracias al convenio de colaboración con Eurocaja Rural y el grupo Oleotoledo, demuestran una disminución de la duración de los síntomas (3 días de media) en las personas que tomaron el aceite rico en polifenoles frente a los que no lo tomaron (7 días).

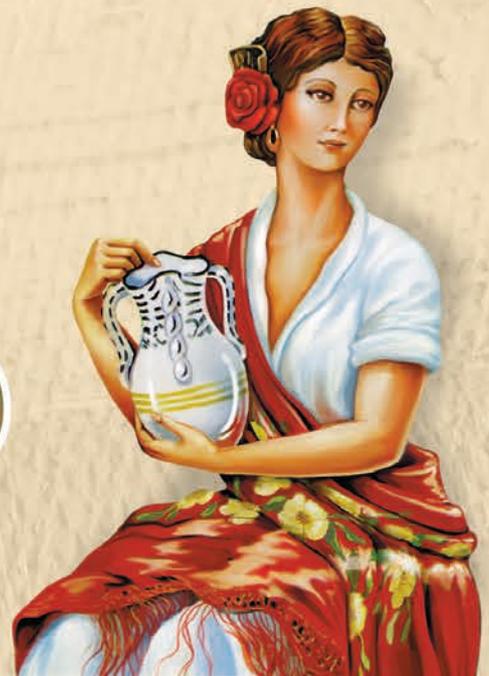
Taiwán se interesa en el AOVE de Jaén

La embajadora de Taiwán en España, Vivia Chang, ha visitado recientemente la localidad jiennense de Villacarrillo interesada en este producto y con el objetivo de afianzar y mejorar la exportación de aceite a Taiwán.

La embajadora ha sido recibida por el alcalde, Francisco Miralles, que estuvo acompañado de la delegada Territorial de Agricultura, Ganadería y Pesca, Soledad Aranda y de una parte del equipo de gobierno local.

A continuación, Vivia Chang se desplazaba hasta las instalaciones de la Cooperativa de Ntra. Sra. Del Pilar, donde ha podido conocer todo el proceso de producción de aceite de oliva, desde la recepción y molturación de la aceituna, hasta la extracción del aceite y el aprovechamiento de subproductos como el hueso de aceituna.

La embajadora se ha reunido también con empresarios comarcales y provinciales.



**EL ACEITE DE OLIVA
DE SIEMPRE**

La Española lleva formando parte de nuestras cocinas y nuestras vidas más de 180 años.



Cultivo de olivar en seto reciente plantado Finca Santa Rita, provincia de Jaén. Fuente: Elaboración propia, Vilar 2023.

Un análisis realizado durante los últimos 28 años

El olivar en seto como catalizador de transformación de la olivicultura internacional

Por **Juan Vilar, Blanca Camacho, Raquel Barón, Sergio Caño, Laura Moreno, Isabel Raya, y Alberto Alcalá-Zamora.**
Miembros del equipo Vilcon (Vilar y consultores)

En el presente artículo se analizará el olivar en seto y su evolución durante los últimos 28 años, una vez que hubiese empezado a implementarse en la Finca Valonga, en Huesca. No obstante, en la actualidad todo tipo de olivicultura, moderna y tradicional, ha de convivir de forma armónica dentro del sector.

Actualmente, hay cultivadas en el mundo más de 11,6 millones de hectáreas de olivar, de las cuales el 32% es destinado a cultivo de olivar moderno. Dicha proporción, se divide en olivar de alta densidad, en copa y en seto. El más predominante de estas tres categorías es el olivar en copa, con un 21,91% del total, seguido del olivar de alta densidad con un 6,41% y por último, el olivar en seto con un 3,3%. Este último, está siendo el cultivo más revolucionario, contando con una mecanización integral y producciones más elevadas que el resto.

El olivar en seto ha sido desarrollado en los últimos 28 años. Esta modernización del cultivo ha supuesto una transformación plena en la forma de

entender la olivicultura, siendo una revolución en el sector productor.

En cuanto a la evolución de la plantación media (sobre todo de forma reciente) del olivar en seto en todo el planeta, ha sido de unas 10.000 hectáreas por año. No obstante, en los últimos años, sería de unas 35.000 hectáreas, definido a partir de datos procedentes de los Ministerios de Agricultura de Italia, España, Portugal y Arabia Saudí, cumplimentados con la propia observación, fuentes no gubernamentales como viveros especializados y elaboración propia.

La evolución mencionada se produce teniendo en cuenta que, de forma aproximada, el 25% serían de transformaciones o modernización y el restante 75%,

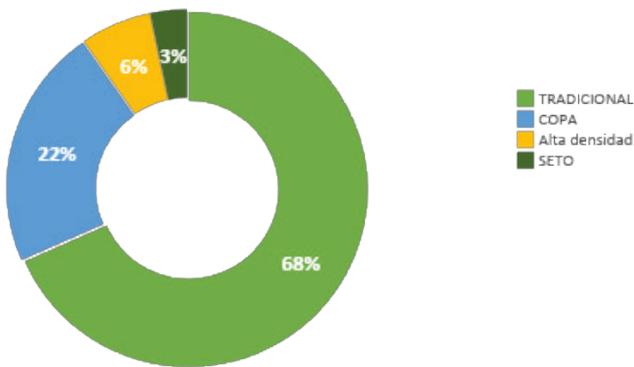


Gráfico 1. Tipología del cultivo del olivar, en porcentaje sobre el total (año 2023). Fuente: elaboración propia a partir de datos propios alineados con COI, FAO, y diversos ministerios de agricultura y proveedores de olivar, cabalgantes, y otras fuentes sectoriales no gubernamentales. Vilar 2023.

serían plantaciones propiamente dichas que han pasado de cultivo de alternancia a cultivo de olivar en seto.

Aspectos económicos

El olivar en seto se encuentra localizado en puntos de todo el planeta, y en más de una docena de países. Actualmente, tiene cerca de 400.000 hectáreas, en las que las principales variedades son la arbosana, koroneiki, arbequina, aunque empiezan a tener un mayor protagonismo gradual sikitita, oleana, corianna, sultana, lecciana, etc. y generando en las últimas campañas más de 3 millones de toneladas de aceituna, lo que se traduce en alrededor de 450.000 toneladas de aceite de oliva virgen extra.

El valor global de la producción media de las tres últimas campañas (2018/19; 2019/20 y 2020/21), fue de cerca 1.800 millones de euros. El volumen de negocio directo por campaña del olivar en seto, superaría los 2.000 millones de euros en las campañas siguientes, cifra que se acerca alrededor del 15 por ciento del total de la cifra de negocios media obtenida en esas tres últimas campañas, hablando de cifras medias sin tener en cuenta el valor anómalo, comparativamente con la media, experimentado en el precio en las campañas inmediatamente anteriores, en ese caso sería superior, por productividad comparativa con el resto en estos casos particulares, y por el efecto precio.

La implantación del olivar en seto genera un impacto directo mundial de media por campaña, en cuanto a inversión, en los siguientes sectores: Para los tractores, por cada ejercicio, requieren alrededor de 270 nuevas unidades adicionales por cada 35.000 hectáreas, suponiendo 25 millones de euros por ejercicio. Con respecto a las vendimiadoras, cada año necesitan más de 230 adicionales trabajando en el sector traduciéndose en cerca de 40 millones de

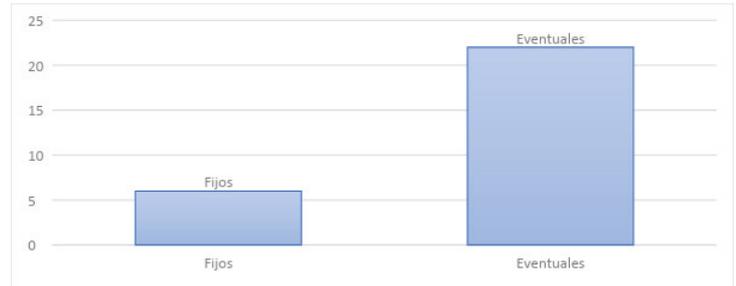


Gráfico 2. Trabajadores medios para 300 ha durante una campaña. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de operadores y la FAO, Vilar 2023.

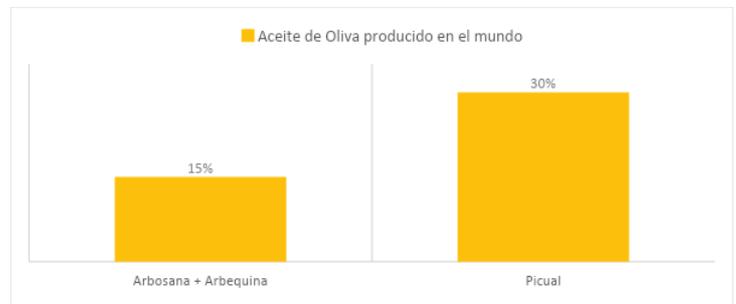


Gráfico 3. Principales variedades cultivadas en el mundo, en porcentaje. Fuente: Elaboración propia, Vilar 2023.

euros por ejercicio. Creación de nuevas almazaras, que cada campaña han de desarrollarse con objeto de molturar la aceituna procedente de este tipo de cultivo de olivar, con una inversión directa de más de 180 millones de euros por campaña.

La inversión total de acuerdo con los citados ámbitos colaterales relacionados con la plantación de olivar en seto en el planeta asciende a más de 637 millones de euros por año, con un impacto fiscal de casi 100 millones de euros.

El olivar en seto durante estos últimos 28 años, ha generado inversiones totales en 216 almazaras, más de 1.700 máquinas recolectoras cabalgantes, y unos 3.150 tractores.

Aspectos sociales

Este método de cultivo no sólo es económicamente rentable, sino que también genera beneficios sociales significativos, creando empleo estable para más de 700 personas directamente, y aproximadamente 2.300 de manera indirecta por cada campaña. El valor total de los salarios supera los 90 millones de euros, con unos 14 millones de euros en impuestos generados.

El olivar en seto ha creado más de 44 mil puestos de trabajo desde su implementación y es clave para satisfacer la creciente demanda de productos agrícolas prevista para 2050, y la falta de mano de obra en entornos rurales.



Variedad arbosana en olivar en seto, Arabia Saudí. Fuente: Elaboración propia, Vilar 2023.

Este método ha transformado la industria del aceite de oliva, exigiendo mayor eficiencia en las almazaras y generando una producción casi exclusiva de aceite de oliva virgen extra.

El Alentejo como referencia mundial de olivar moderno en seto, es un modelo destacado que fusiona éxito económico con beneficios ambientales y sociales. Este desarrollo agrícola no solo aporta valor al sector y la región, sino que también tiene un impacto positivo en la retención de carbono y la estabilidad poblacional en el territorio. Esta modernización de la olivicultura en la región impulsa el crecimiento económico no solo en la agricultura, sino también en otros sectores, generando un efecto multiplicador tres veces mayor que los sectores no agrícolas, como indican estudios de la FAO, se ha de tener en cuenta que la población la fija la riqueza, y el reparto de esta entre los agentes sociales, sin riqueza, no se establecen núcleos urbanos.

De media se plantan en el mundo 35 mil hectáreas de olivar en seto, mediante transformación, y nueva plantación, por cada 300 hectáreas como, unidad de media óptima para el modelo, serían necesarios 6 trabajadores todos ellos cualificados, así como, el apoyo de cuanto menos 20, durante toda la campaña para tareas eventuales, como la poda, lim-

pieza, fertirrigación, etc. por lo tanto, cada uno de los años analizados se han creado por la ejecución de las plantaciones la oportunidad de trabajar de forma permanente y estable a 700 personas, mientras que de forma eventual, radicados en empresas de servicios o similar podrían ser otros 2.300 para el área analizada.

Si tenemos en cuenta el valor salarial de los puestos directos e indirectos generados por cada 35 mil hectáreas plantadas, estos serían de casi 90 millones de euros, por ejercicio, sin olvidar los casi 14 millones de euros en impuestos que en ambos casos repercuten en el entorno económico y social.

Aspectos medio ambientales y biodiversos

Desde 1961 hasta 2023, la tierra cultivada aumentó un 18%, pero el área de riego se duplicó y sigue creciendo a un 0,6% anual. El uso de aguas subterráneas en el riego está en alza, siendo el sustento del 40% de la tierra irrigada. Esto garantiza suministros agrícolas a centros urbanos, donde vive el 60% de la población mundial (FAO 2022).

Para el 2050, se espera un aumento del 70% en la demanda mundial de productos agrícolas debido al crecimiento poblacional. Esto exige explotaciones agrícolas eficientes, sostenibles y rentables, ya que

A pesar de ocupar solo el 3,3% de la superficie mundial, el olivar en seto en áreas de riego genera casi el doble de producción que el de secano

expandir áreas cultivables puede tener impactos negativos en el planeta. Los bosques ocupan un tercio de la tierra global, con la mayor parte en Rusia, Brasil, Canadá, Estados Unidos y China.

La creciente población exige una agricultura más eficiente para cubrir sus necesidades, según la FAO. El enfoque agrícola debe ser autosuficiente debido al aumento de la población urbana y el declive en áreas rurales, lo que dificulta la intensificación agrícola por falta de mano de obra. Para contrarrestar la pérdida masiva de bosques, se necesitan bosques humanizados productivos y biodiversos.

El olivar sostenible, especialmente el olivar en seto, demuestra ser un impulsor clave de la biodiversidad y contribuye a contrarrestar la pérdida de bosques a gran escala. Actúa como sumidero de CO₂, fijando 1,5 millones de toneladas de CO₂ por temporada, con una contribución cercana al 5% del total, contrarrestando la pérdida de bosques a nivel mundial desde 1990.

El olivar en seto, catalizador de la agroindustria transformadora

La introducción del olivar en seto desde 1995 revolucionó la olivicultura y la industria del procesamiento del aceite. Lugares como El Alentejo, California y Chile experimentaron un rápido crecimiento en la producción, especialmente al principio cuando la industria aún era incipiente en esos lugares.

La recolección mecanizada generó un aumento drástico en la cantidad de aceitunas en las almazaras, causando problemas de capacidad y calidad en el aceite resultante. Las empresas fabricantes de equipos para el procesamiento de aceite de oliva se dieron cuenta rápidamente de que las almazaras para el olivar en seto debían ser al menos un 250% más eficientes que las convencionales. En poco tiempo, surgieron nuevos diseños de equipos adaptados para extraer aceite de manera óptima de frutos más desa-



Knowledge grows

YaraAmplix™

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

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



¡Escanee el QR y descubra más sobre esta gama!





Recolecta de aceituna mecanizada en Vilches provincia de Jaén variedad coriana. Fuente: Elaboración propia, Vilar 2023.



Plantaciones de olivar en seto de Arbequina provincia de Jaén. Fuente: Elaboración propia, Vilar 2023.

fiantes, dando lugar a una producción casi exclusiva de aceite de oliva virgen extra.

El surgimiento del olivar en seto no solo influyó en el diseño de las almazaras, sino que también impulsó un cultivo del olivo más sostenible y rentable. Esto llevó a la adquisición de tierras a gran escala en diversas regiones del mundo, incluyendo Portugal, donde la disponibilidad de territorio y agua era alta, en el presente existen limitaciones.

Este cambio ha transformado el sector, atrayendo nuevos actores especializados y llevando la explotación agrícola e industrial a lugares antes no asociados con este cultivo.

Actualmente, una docena de microentornos de olivicultura y agroindustria han surgido, cada uno con

su propia identidad, nivel tecnológico, conocimiento y forma de trabajo. Estos entornos incluyen lugares como El Alentejo, California, Valle de Victoria, Agroservas en Chile, ciertas áreas en Túnez, Marruecos y España. Curiosamente, de las 10 almazaras más avanzadas y de mayor capacidad del mundo, 9 se ubican en zonas que antes no se asociaban con la producción de aceite de oliva, siendo el olivar en seto un impulsor clave en esta transformación.

Próxima revolución

Hace 28 años, la introducción del olivar en seto marcó un hito significativo en la historia de la olivicultura, equiparable a la domesticación del olivo hace más de 10 mil años. Se superaron con éxito varios desafíos

en diferentes áreas, convirtiéndose en uno de los cultivos leñosos más avanzados, especialmente en su forma en seto.

La gestión de variedades es estable y sostenible, con explotaciones que superan los 28 años. Además, la mecanización en la recolección y poda es completa y altamente eficiente, alcanzando el 100% de efectividad en sus resultados.

Del mismo modo, la agroindustria asociada al cultivo, especialmente el proceso de extracción en almazaras, ha alcanzado altos niveles de eficiencia, logrando la máxima calidad y cantidad de aceite gracias al esfuerzo del sector y la mejora tecnológica. Esto hace que el cultivo de olivos en seto sea atractivo para agricultores nuevos y experimentados, aunque la diversidad de variedades es un área que puede mejorar.

Algunas variedades, como la arbosana y la arbequina, representan cerca del 15% de la producción mundial de aceite de oliva, acercándose al líder indiscutible, la variedad picual, que aporta el 30% del total.

Es crucial investigar y desarrollar variedades de olivo de menor vigor, adaptadas a diversas condiciones climáticas y geográficas, especialmente en países emergentes en la producción de aceite de oliva. Se necesitan variedades con mayor rendimiento gra-

El olivar en seto ha transformado la olivicultura mundial en 28 años, aumentando la superficie de cultivo permanente leñoso en más del 36%

so, capacidad para producir aceites funcionales más ricos en componentes minoritarios, y resistencia a la sequía para optimizar recursos hídricos en entornos de secano. Con la escasez de tierras disponibles, se buscan variedades más productivas. Esta investigación y desarrollo son fundamentales para el futuro del olivar en seto.

El seto, vector transformador

Hace 40 años, solo 22 países producían aceite de oliva en 7,5 millones de hectáreas de olivares, mayormente extensivos o tradicionales. La introducción del olivar en seto ha sido una revolución en la agricultura



CARMONAGRO

AGRICULTURA AVANZADA

... rentabilidad en tus cultivos

T. (+34) 689 618 294
pilarcarmona@carmonagro.com

SUCURSALES: Pol. Ind. San Roque,
C/ Las Vicentas 10A Arjonilla (Jaén)
C/ Mariana de Montoya, 13 Jaén (Jaén)

www.carmonagro.com



Olivar en seto en Arabia Saudí, Finca Aljouf.
Fuente: Elaboración propia, Vilar 2023.



Olivar intensivo en Baeza, variedad frantoio.
Fuente: Elaboración propia, Vilar 2023.



Finca de olivar en seto en Israel. Fuente:
Elaboración propia, Vilar 2023.



Finca de olivar en seto en la provincia de Jaén. Fuente:
Elaboración propia, Vilar 2023.

global, llevando a una transformación sin precedentes. Ha impulsado dos caminos: la diferenciación y valor agregado para olivares no transformables, y la transformación de aquellos que sí lo son, un cambio que sigue en curso.

La evolución del olivar en seto ha impulsado la presencia de nuevos olivicultores en diversos países, aumentando la producción global y la demanda de aceites de oliva. Esto ha revitalizado la industria, profesionalizando tanto el procesamiento como la gestión en el campo. Ha mejorado la eficiencia en el uso de recursos, aumentado la producción de aceites de oliva virgen extra y enriquecido el conocimiento y experiencia de quienes trabajan en este sector. Además, ha estabilizado áreas geográficas antes despobladas, generando beneficios sociales, económicos y medioambientales.

La introducción de nuevos operadores y agricultores ha llevado a una mayor especialización y escalas de producción, dinamizando y diversificando la categoría.

Conclusiones

El olivar en seto ha transformado la olivicultura mundial en 28 años, aumentando la superficie de cultivo permanente leñoso en más del 36%. Un incremento

de 4 millones de hectáreas en 30 años, principalmente en seto, podría triplicar la producción actual de 3 millones de toneladas, llevando a un consumo potencial de 9 millones de toneladas.

A pesar de ocupar solo el 3,3% de la superficie mundial, el olivar en seto en áreas de riego genera casi el doble de producción que el de secano, usando tres veces menos tierra cultivable. Este tipo de olivar reporta mayores beneficios económicos, estabilidad en la producción y mayor empleo y especialización profesional.

El olivar en seto es un aliado clave para una agricultura más eficiente y la conservación de la biodiversidad. Con sus 35.000 hectáreas plantadas, contrarresta la pérdida masiva de bosques y actúa como sumidero de CO₂, ofreciendo un impacto ambiental positivo.

Además, ha transformado la industria del olivar, impulsando la innovación en maquinaria, el aumento en la capacidad de producción y la creación de aceites de oliva virgen extra (AOVE), elevando su consumo y reduciendo la presencia de aceite lampante. La diversidad de variedades, desde Arbequina y Arbosana hasta otras en las que se está trabajando, es crucial para este tipo de cultivo y para la evolución de la agricultura en general.



QUALY SET™

Un bioestimulante especialmente diseñado para aumentar el rendimiento graso de tú **olivar**.



Incrementa el contenido graso del fruto.



Estimula y promueve el engorde, maduración y peso.



Mejora parámetros comerciales de calidad como color, grados brix y uniformidad



Favorece el desarrollo microbiológico, aumentando la mineralización y fijación de nitrógeno.

QUALY-SET se ha desarrollado a partir de los estudios en nutrigenómica de **Alltech**, combinando las propiedades bioestimulantes de *Ascophyllum nodosum*, junto a una fuente de fósforo y potasio de alta asimilación.

Alltech es una empresa líder en investigación nutrigenómica - ciencia que estudia el efecto de la nutrición sobre la expresión de los genes - permitiendo a Alltech desarrollar soluciones que optimizan la salud y el rendimiento de las plantas.

 AlltechEurope
 @AlltechSpain
 AlltechCropScience
Alltech.com/Spain

**Alltech**[®]
CROP SCIENCE



En los ensayos de Mejora Genética realizados por Todolivo

Todolivo I-15^P, imbatible en productividad

Cuando hace 16 años, una nueva y desconocida variedad identificada como I-15, fue concebida y plantada al poco tiempo, con apenas 40 cm de altura en la finca de investigación 'Cruz de los Huertos', junto con el resto de las 1.344 variedades obtenidas en la primera fase de cruzamientos del Programa de Mejora Genética de Todolivo. Se iniciaba un largo y exigente proceso de evaluación en campo, del que nadie podía presagiar el deslumbrante futuro que le deparaba a esta prometedora variedad.



Variedad Todolivo I-15^P. Ensayo de Mejora Genética del Centro de Investigación 'Las Hazuelas' (Córdoba).

Desde entonces, Todolivo I-15^P ha acumulado un extraordinario historial productivo. Ha participado en numerosos ensayos realizados en diversas ubicaciones agroclimáticas, tanto de secano como de riego, con el fin de completar la rigurosa evaluación a la que Todolivo somete a las nuevas variedades obtenidas de su Programa de Mejora Genética. En todos estos ensayos, Todolivo I-15^P se ha mostrado imbatible en productividad, superando no solo a sus progenitores, los clones; I-43[®] Arbosana e I-38[®] Koroneiki, sino también a todas las variedades tradicionales con las que ha sido comparada.

Buena prueba de ello, son los resultados obtenidos un año más en los macroensayos de mejora genética que Todolivo realiza en los Centros de Investigación: 'La Mata' (riego), 'Las Hazuelas' (riego/secano) y 'Calderito Alto' (secano). En estos ensayos, Todolivo I-15^P se evalúa junto a 102 variedades, 71 de ellas pertenecientes al Programa de Mejora Genética de Todolivo y 31 variedades tradicionales. En todos ellos, la media de kg de aceite/ha obtenida por Todolivo



Centro de Investigación de secano 'Calderito Alto' (Córdoba).

I-15^P en la totalidad de las cosechas recogidas hasta el día de hoy, seis en La Mata y cuatro en 'Las Hazuelas' y 'Calderito Alto', ha sido superior a la de sus progenitores y a la de la totalidad de las 31 variedades tradicionales testigo con las que se le compara en dichos ensayos.

A continuación, os dejamos como muestra un resumen del historial productivo de Todolivo I-15^P en comparación con las variedades tradicionales más productivas de los ensayos de mejora genética realizados en las besanas de cultivo 'Cortijo Oeste' y 'Cortijo Este' de la finca 'La Mata', ambas de riego, así como en la finca de secano 'Calderito Alto'.

Tabla II. FINCA 'CALDERITO ALTO' (Plantada a marco + amplio)
Histórico productivo de kg aceite/ha

VARIETADES	2020	2021	2022	2023	MEDIA
FECHA RECOLECCIÓN	18-21 OCT.	26-28 OCT.	5-7 NOV	28-29 OCT	Héctarea
TODOLIVO I-15 [®]	442,46	890,94	1.337,77	1.543,20	1.053,59
CLON I-11 [®] PICUAL	287,97	1102,78	1035,90	801,38	807,01
CLON I-43 [®] ARBOSANA	329,19	1102,63	936,24	758,75	781,70
CLON I-63 [®] PICO LIMON	300,74	764,05	1.316,26	594,5	743,89
CLON I-21 [®] ARBEQUINA	342,38	779,1	927,33	874,4	730,8
CLON I-57 [®] M. CACEREÑO	350,85	876,51	745,11	774,70	686,79
CLON I-58 [®] CORN. JAÉN	306,22	414,73	1.507,54	398,87	666,84
SIKITITA [®]	255,46	725,65	798,22	704,78	621,03
CLON I-112 CHANGLOT R.	333,53	245,02	1.129,12	715,25	605,73
CLON I-38 [®] KORONEIKI	330,50	562,03	855,86	638,55	596,74
CLON I-55 [®] BLANQUETA	187,02	862,14	695,73	622,13	591,76
CLON I-65 [®] ARRONIZ	261,99	624,90	633,44	660,90	545,31
CLON I-61 [®] MANZ. CORD.	98,96	621,46	645,23	716,77	520,6
CLON I-64 [®] OCAL	149,25	234,03	1.068,32	479,64	482,81
CLON I-53 [®] HOJIBLANCO	146,85	513,87	796,37	444,61	475,42
CLON I-104 [®] VERDIAL B.	298,44	481,08	663,89	383,89	456,82
CLON I-59 [®] PICUDO	351,71	171,76	787,62	506,38	454,37
CLON I-115 [®] CORD. SERPA	283,39	213,78	869,96	408,78	443,98

Por otra parte, Todolivo I-15[®] posee una alta capacidad para producir ramas muy productivas de entrenudos cortos, que distribuye por toda su superficie foliar, lo que le permite concentrar una gran cantidad de aceitunas en el árbol y mantener una alta constancia productiva todos los años.

Tiene un rendimiento graso elevado, especialmente en cosecha temprana, cuando marca las mayores diferencias respecto al resto de variedades. Esto le permite anticipar la recolección para optar a los precios más altos del aceite que suelen darse al principio de la campaña.

Además, muestra una alta rusticidad y una buena adaptación a diferentes suelos y climas, mostrando un comportamiento óptimo tanto en seco como en riego.

Su porte abierto y su vigor medio/bajo la hacen idónea para el cultivo en seto, lo que facilita su formación y mantenimiento en falsa palmeta, contribuyendo al cierre de los espacios en el líneao y a la rápida creación del seto. En cuanto a la poda, es sencilla, lo que hace que su manejo sea muy económico.

Presenta rasgos morfológicos que favorecen su adaptación al seco, como por ejemplo, su potente sistema radicular y hojas coriáceas, lo que le permite una mejor captación de la humedad del suelo, así como la reducción de la transpiración y evaporación del agua. Sus producciones en seco son espectaculares, terminando con solvencia la maduración de sus frutos, en unos ensayos donde pesiste la sequía durante años.

Además, esta variedad produce un aceite de gran calidad que fusiona a la perfección las características organolépticas de sus padres, Arbosana y Koroneiki. Este aceite se caracteriza por un frutado intenso con aromas que recuerdan a hierba fresca y frutas verdes. En boca, se presenta suave y fresco, con un ligero picor y amargor que lo hacen muy atractivo y equilibrado al paladar.

Tabla I. FINCA 'LA MATA'
Tabla I. Besana 'Cortijo Este' (plantada a marco + amplio)

(Kg aceite /ha)



VARIETADES	2018	2019	2020	2021	2022	2023	MEDIA
FECHA RECOLECCIÓN	21-22 DIC	6-7 DIC	9-10 NOV	4-5 DIC	19-20 NOV	8-9 NOV	Héctarea
TODOLIVO I-15 [®]	1.746,23	1.915,19	2.090,86	1.669,26	2.087,85	1.653,72	1.860,52
CLON I-43 [®] ARBOSANA	1.560,54	1.648,31	1.789,69	1.325,19	2.314,77	1.205,29	1.640,63
CLON I-11 [®] PICUAL	1.618,36	1.239,42	2.462,43	127,24	2.602,57	602,47	1.442,08
CLON I-21 [®] ARBEQUINA	1.594,05	1.211,82	2.029,85	921,52	1.668,03	1.207,71	1.438,83
SIKITITA [®]	1.170,95	1.315,64	1.942,12	720,64	1.968,92	989,45	1.351,29
CLON I-38 [®] KORONEIKI	682,89	1.665,24	1.887,05	427,68	1.865,86	1.167,73	1.282,74
CLON I-23 [®] IMPERIAL	1.178,57	848,99	2.016,76	289,02	2.017,35	812,99	1.193,95
CLON I-65 [®] ARRONIZ	266,73	952,18	1.501,99	239,21	2.045,14	934,47	989,95
CLON I-57 [®] M. CACEREÑO	682,53	200,68	1.704,28	118,63	2.254,46	346,17	884,46
CLON I-55 [®] BLANQUETA	506,42	601,36	1.453,52	303,14	1.715,13	715,37	882,49
CLON I-58 [®] CORN. JAÉN	97,18	853,03	820,79	505,39	2.570,39	263,17	851,66
CLON I-69 [®] CALLOSINA	231,01	555,38	1.203,42	158,80	1.935,84	292,12	729,43
CLON I-53 [®] HOJIBLANCO	117,19	279,32	1.314,39	393,41	1.582,50	589,95	712,79

Tabla I. FINCA 'LA MATA'
Tabla I. Besana 'Cortijo Oeste' (plantada a marco amplio)

(Kg aceite /ha)



VARIETADES	2018	2019	2020	2021	2022	2023	MEDIA
FECHA RECOLECCIÓN	22-23 DIC	16-17 NOV	11-12 NOV	5-6 DIC	17-18 NOV	6-7 NOV	Héctarea
TODOLIVO I-15 [®]	1.848,62	2.230,64	2.176,95	3.080,64	1.987,50	2.139,48	2.243,97
CLON I-43 [®] ARBOSANA	1.585,01	1.808,27	1.949,57	2.478,96	2.223,20	1.704,63	1.958,27
CLON I-21 [®] ARBEQUINA	2.008,37	2.084,33	2.150,26	2.073,36	1.999,06	1.423,92	1.956,55
CLON I-11 [®] PICUAL	1.764,52	1.701,45	2.745,25	701,85	2.821,72	647,98	1.730,46
CLON I-38 [®] KORONEIKI	1.059,08	1.989,31	1.911,13	1.543,90	2.177,13	1.216,69	1.649,54
SIKITITA [®]	1.333,18	1.310,19	1.974,10	1.737,01	2.275,39	1.207,59	1.639,58
CLON I-65 [®] ARRONIZ	561,63	1.021,66	1.705,42	606,27	2.351,88	1.186,38	1.238,87
CLON I-23 [®] IMPERIAL	1.270,31	637,21	1.745,38	698,22	1.959,52	827,09	1.189,62
CLON I-55 [®] BLANQUETA	587,60	743,92	1.678,19	974,18	1.801,08	1.138,80	1.153,96
CLON I-69 [®] CALLOSINA	618,85	944,37	1.129,34	529,72	2.492,97	660,39	1.062,61
CLON I-57 [®] M. CACEREÑO	960,93	340,83	2.004,09	203,01	2.434,72	322,10	1.044,28
CLON I-59 [®] PICUDO	844,26	348,20	1.488,43	225,31	2.049,76	831,78	964,62
CLON I-53 [®] HOJIBLANCO	265,49	489,73	1.368,15	409,15	2.079,80	709,44	886,96
CLON I-58 [®] CORNEZ. JAÉN	199,22	1.108,85	505,30	682,78	2.145,41	366,06	834,60



Varietal Todolivo I-15[®]. Centro de Investigación de seco 'Calderito Alto' (Córdoba).

Como garantía de calidad de sus resultados

El laboratorio de Oleoestepa apuesta por FOSS



Olivescan2, de FOSS, permite a Oleoestepa analizar grasa y humedad en el fruto entero sin tener que moler la muestra.

El laboratorio de Oleoestepa lleva más de 25 años analizando la entrada de aceitunas y orujos de sus cooperativas asociadas, con R.M.N en sus inicios, después con NIR en pasta de aceitunas y NIR en fruto entero en la actualidad. Para ello, apuestan por la tecnología de FOSS como garantía de calidad de los resultados.

“E n el Laboratorio de Oleoestepa debemos garantizar la veracidad del resultado que se le entrega al agricultor, que es lo más importante, si además disponemos de un método rápido y barato, pues mucho mejor”, señalan desde la cooperativa y ésta es una de las razones por las que han elegido la línea de análisis de FOSS para su laboratorio.

Añaden que “realizar estas analíticas nuestras almazaras supone hacer frente a una importante entrada diaria de muestras, por lo que debemos contar con las instalaciones, equipos y personal adecuados. La recolección cada vez es más rápida, acortándose las campañas y concentrándose en menos tiempo, lo que nos supone un auténtico reto a los laboratorios de producción, que tenemos que gestionar de forma eficiente un elevado volumen de muestras en el menor tiempo posible y asegurando siempre la fiabilidad de los resultados”.

Destacan también desde Oleoestepa que “para el trabajo diario de un laboratorio acreditado bajo la norma UNE EN ISO 17025, tener una herramienta de estas características supone una garantía en la calidad de los resultados. No sólo por la fiabilidad de los resultados probada por diferentes métodos, sino también por los ejercicios de Intercomparación que FOSS organiza en cada campaña”.

Dos veces al año, FOSS ofrece la opción de participar en un ejercicio donde todos sus usuarios y diferentes laboratorios analizan las mismas muestras de aceituna, y se comparan los resultados validando así el error analítico de cada uno de los resultados obtenidos. Este ejercicio permite conocer de una forma real cómo de válidos son los resultados de los análisis que realizamos. De hecho, en Oleoestepa S.C.A. utilizan los valores obtenidos en el ejercicio de Intercomparación como garantía analítica para respaldar la confianza de sus socios.

Equipos de FOSS

El laboratorio de Oleoestepa S.C.A participó en el grupo de desarrollo de calibraciones de grasa y humedad

en Olivescan1 durante los años 2001 a 2004. Tras un estudio interno verificaron la viabilidad de este método de análisis y decidieron apostar por implantar de forma sistemática esta tecnología, al ofrecerles mayor rapidez y menor coste económico con la misma exactitud en los resultados que otros métodos de análisis como R.M.N y soxhlet.

“Desde la campaña 2004-2005 hasta la campaña 2020-2022 hemos analizado todas las muestras de aceitunas y orujos mediante al Olivescan1. La implantación en su día del NIR en nuestra rutina de trabajo supuso un acierto y una gran mejora que hemos ido evolucionando con los años de acuerdo a las necesidades de nuestras almazaras y agricultores”, aseguran desde Oleoestepa.

En 2019 FOSS Iberia propuso a la cooperativa colaborar en el desarrollo del Olivescan2. “Este equipo nos permite analizar grasa y humedad en el fruto entero sin tener que moler la muestra, acortando aún más la línea de trazabilidad y simplificando el análisis en el laboratorio. Tras una campaña de desarrollo y otra de pruebas, implantamos en rutina el Olivescan2 para analizar todas nuestras”, aseguran.

Este equipo además de rápido y de fácil manejo, es muy exacto respecto a los métodos de referencia “y esto permitió que en la campaña 2021-2023 consiguiéramos la Acreditación de Enac en la NORMA UNE/EN/ISO 17025 para la determinación de grasa y humedad en aceitunas enteras, demostrando así la competencia del laboratorio en estas determinaciones”, explican desde Oleoestepa.

Además, el Olivescan2 les permite estar en constante evolución, desarrollando calibraciones para nuevos parámetros de análisis, como la Sanidad o perfil de ácidos grasos. “En estos momentos estamos embarcados en diferentes proyectos de I+D+I con estos equipos de aceitunas enteras y con el DS2500L para aceites”, concluyen desde la cooperativa.



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

ASTERIA

**EN CORETi GARANTIZAMOS
TUS ETIQUETAS CON
NORMATIVAS ALIMENTARIAS**

BRCS **IFS**
Packaging Materials **SECURE**
CERTIFICATED



Riego localizado por goteo en olivar.

Un enfoque desde BALAM Agriculture

La sequía y la importancia de la caracterización de suelos en la olivicultura

La sombra de la sequía, cada vez más presente en nuestro planeta, se cierne sobre el sector agroalimentario como una amenaza constante. En el caso de la olivicultura, este problema se vuelve especialmente crítico, ya que el olivo, si bien es un árbol de gran rusticidad, se ve seriamente afectado por la falta de agua. Las consecuencias de la sequía en los olivares son devastadoras: reducción de la producción (cosechas menos abundantes y de menor calidad), deterioro del estado de los árboles (mayor susceptibilidad a plagas y enfermedades), aumento de los costes de producción (necesidad de invertir en sistemas de riego más eficientes) e impacto ambiental (desertificación, erosión del suelo y pérdida de biodiversidad).

Ante este panorama, la eficiencia en el riego se convierte en una cuestión fundamental para la supervivencia y la rentabilidad de los olivares. En BALAM Agriculture somos conscientes de esta realidad, por ello, apostamos por una gestión integral del agua que abarca desde la caracterización de suelos hasta la implementación de sistemas de riego tecnológicamente avanzados.

La caracterización de suelos es el punto de partida para un riego eficiente. Esta técnica nos permite determinar la textura, la estructura, la composición química y la capacidad de retención de agua del suelo, información vital para

La eficiencia en el riego se convierte en una **cuestión fundamental para la supervivencia y la rentabilidad de los olivares**

diseñar un sistema de riego a la medida de las necesidades de cada parcela.

Estudio exhaustivo

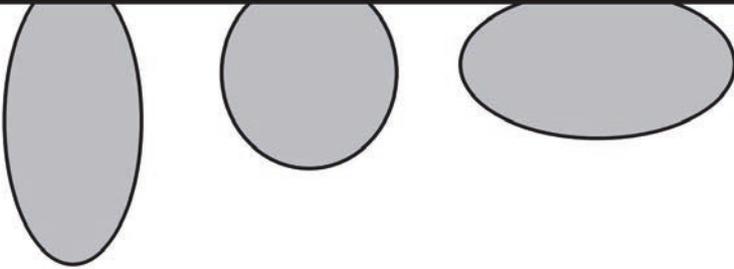
En BALAM Agriculture, sin embargo, entendemos que la caracterización de suelos no se puede limitar a un simple análisis físico-químico. Por ello, nuestro equipo de expertos realiza un estudio exhaustivo que incluye:

- Análisis de la conductividad eléctrica del suelo mediante georadar, una técnica que nos permite obtener información precisa sobre la textura del suelo a diferentes profundidades en toda la parcela.

ARENOSO

FRANCO

ARCILLOSO



La forma y tamaño del bulbo húmedo dependen de la textura del suelo, el caudal del gotero y el tiempo de riego.

- Mapeo de la profundidad del suelo para determinar la profundidad del suelo disponible para el desarrollo de las raíces del olivo.
- Evaluación de la fertilidad del suelo para analizar los niveles de nutrientes disponibles para las plantas.
- Análisis de la materia orgánica para determinar la cantidad de materia orgánica presente en el suelo, un indicador clave de su salud y fertilidad.
- Estudio de la topografía del terreno para determinar la pendiente del terreno y optimizar el diseño del sistema de riego.

En base a la información obtenida en la caracterización de suelos, realizamos el diseño del riego según el marco de plantación y orientación más idónea, eligiendo el gotero que mejor se adapte a las necesidades de cada parcela.

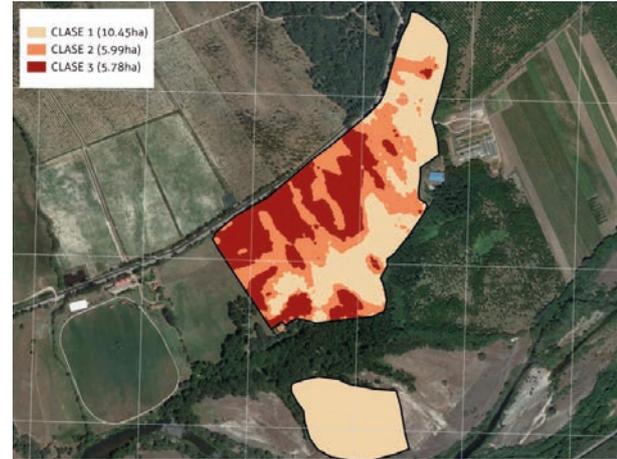
La elección del sistema de riego por goteo, en particular, representa un avance significativo en la olivicultura moderna. Este sistema permite no solo un ahorro considerable de agua, sino también la posibilidad de integrar la fertirrigación, una técnica que consiste en la aplicación de fertilizantes solubles a través del sistema de riego. Esta práctica optimiza la nutrición del olivo, mejora la eficiencia en el uso de los nutrientes y reduce el riesgo de contaminación de las aguas subterráneas.

Además, integramos sensores y controladores de última generación que permiten monitorizar en tiempo real la humedad del suelo y el estado de los cultivos, automatizar el riego, asegurando una aplicación precisa del agua en el momento y en la cantidad justa, y optimizar el uso del agua y minimizar las pérdidas por evaporación.

Beneficios

La implementación de un sistema de riego eficiente basado en la caracterización de suelos ofrece una serie de beneficios tangibles para los olivareros:

- Ahorro de agua, lo que se traduce en un importante ahorro económico y una menor huella hídrica. En un contexto de sequía, esto es crucial para la supervivencia de los olivares.



Zonificación detallada del suelo mediante georadar.

La elección del sistema de riego por goteo, en particular, representa un avance significativo en la olivicultura moderna

- Mejora de la producción, ya que el riego eficiente asegura que los olivos reciban la cantidad de agua que necesitan para un desarrollo óptimo, lo que se traduce en un aumento de la producción y de la calidad de las aceitunas.
- Mayor rentabilidad, ya que la eficiencia en el riego se traduce en un aumento de la rentabilidad de las explotaciones olivareras.
- Sostenibilidad medioambiental, ya que se protege el medio ambiente al evitar el uso excesivo de agua y la contaminación de los suelos.

Más allá de las ventajas económicas y ambientales, la eficiencia en el riego también tiene un impacto social positivo. Permite a los agricultores asegurar la supervivencia de sus olivares y mejorar su calidad de vida. En un contexto de cambio climático y escasez de recursos, la eficiencia en el riego es una herramienta fundamental para garantizar la viabilidad del sector olivarero y el futuro de las próximas generaciones de agricultores.

Es por ello que, desde nuestro compromiso con los agricultores y con la sostenibilidad, y gracias a la amplia experiencia de los profesionales que conforman los diferentes departamentos estratégicos de BALAM Agricultura, seguimos trabajando cada día con el objetivo de ofrecer soluciones innovadoras que permitan a los olivareros optimizar el uso del agua, aumentar la rentabilidad de sus explotaciones y contribuir a la protección del medio ambiente.



El objetivo es dotar al agricultor con una experiencia de 20 años con el seto

El corazón del negocio de AGR: máxima calidad y asesoramiento técnico

AGR es una empresa de servicios con vivero propio de especies leñosas (olivar y almendro), y constituye la herramienta del Grupo de Prado para transmitir todo su conocimiento a los agricultores españoles y portugueses.



Después de miles de hectáreas transformadas, son innumerables las experiencias con las que la empresa ha ido aprendiendo sobre las 6 decisiones clave para convertir una plantación en rentable:

- elección del terreno,
- variedad escogida,
- marco de plantación,
- poda de formación,
- gestión de riego y nutrición
- y poda de mantenimiento.

Desde AGR hay una clara apuesta por el agricultor para que su experiencia en la inversión cumpla sus expectativas. Los clientes que ponen su finca en sus manos conocen el éxito de las explotaciones de Grupo De Prado y aspiran a emular sus buenos resultados.

Cifras y actividades actuales de AGR

En 2023 se han producido en sus viveros más de 4,5 M olivos (en 2024 alcanzarán los 6M), tanto como planta de

turba como con planta de lima. Con sus máquinas de plantación se han ejecutado en 2023 unas 1.000 ha (en 2024 alcanzarán las 1.500ha)

La otra rama de sus servicios, que comenzó este año con tres máquinas, consiste en podadoras con la última tecnología para reducir la necesidad de mano de obra, pero contando además con una cuadrilla de profesionales que con su poda manual complementan lo que las máquinas aún no consiguen hacer (abrir ventanas en el seto para permitir el paso de luz).

No podemos olvidar la distribución de fitosanitarios en el Alentejo portugués con A. Cano, seguramente el mayor referente en su sector en el sur de Portugal con miles de hectáreas asesoradas en olivar y almendro

AGR es una empresa 360°, que incluso pone al servicio del sector máquinas cabalgantes e incluso la compra de aceituna y almendras para las almazaras y partidora.

Experiencia y conocimiento

AGR dispone de 8 técnico-comerciales repartidos por la



península ibérica, con amplia experiencia en campo en distintos cultivos. Además, y esto es lo más importante, tiene detrás a 70 técnicos más que son los que gestionan las explotaciones del grupo en los últimos 20 años entre olivar y almendro, tanto en nuestra geografía como en Chile y California.

En este sector, como en muchos otros, “se hace camino al andar”, y todo lo que hemos aprendido acerca de maquinaria, suelos, infraestructuras hidráulicas, poda del seto o superintensivo, variedades, etc., constituye una ingente fuente de conocimiento. Para todo el grupo de Prado la comunicación interna constituye una gran fortaleza. Poner al servicio de cada técnico los aprendizajes de todos, y desde aquí al tejido de la agricultura de cada zona.

La visión de futuro

Olivar: Pensamos que el sector continuará con la implantación de nuevos olivares en seto. Con la diferencia de que cada vez más se dará la reconversión de los olivares tradicionales a modernas plantaciones (falta de rentabilidad y mano de obra), siempre y cuando se den las condiciones de pendientes máximas necesarias. Los olivares que no

puedan ser transformados deben aprovechar sus fortalezas poniendo de relieve sus apreciados aceites y singularidad de los parajes.

Almendro, tarde o temprano se dará una subida en el precio que el agricultor recibe por sus almendras, y tras el aprendizaje del sector en los últimos años se continuarán haciendo nuevas plantaciones de este cultivo en aquellas zonas con los requerimientos de esta especie (dotación hídrica y horas de frío suficientes). En esta segunda fase, la elección en portainjertos y variedades para cada zona será mucho más acertada de lo que la fue a inicios de la década pasada.

Otros cultivos, probablemente se dé también una reconversión en el mundo de los cítricos (sobre todo naranja) hacia árboles con menor altura que puedan ser recolectados a mano. Estaremos atentos a los nuevos portainjertos que facilitarán la recolección para la naranja de fresco.

¿Dónde pueden encontrarnos?

Estamos muy presentes en Andalucía, Extremadura Castilla-La Mancha y Portugal, para cualquier consulta, diríjense a través del siguiente mail: info@agrglobal.eco

- 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



Viveros Lucena trabaja con clientes en toda Europa y, de forma ocasional, con mercados de fuera de la Eurozona, pero su idea es seguir expandiéndose para seguir creciendo.

Ante las buenas perspectivas para este año

Viveros Lucena amplía sus instalaciones para mejorar el servicio a sus clientes

Viveros Lucena es una empresa familiar con más de 20 años de experiencia en el sector y que ha ido creciendo exponencialmente hasta producir más de 12 millones de plantones de olivo nebulizados en el último año. Se encuentra en el término municipal de Encinarejo de Córdoba, donde cuidan toda su producción y desde donde distribuyen tanto a pequeños agricultores como a grandes plantaciones.

Viveros Lucena de Encinarejo trabaja por un producto de calidad y ofrece el mejor servicio y profesionalidad para que el agricultor saque el mayor beneficio de su plantación de olivo en el menor tiempo posible.

Consiguen controlar todo el ciclo de crecimiento del olivo a través de técnicas cualificadas para obtener la mayor calidad y seguridad, tanto varietal como fitosanitaria.

Y para que la planta llegue a la finca en las mejores condiciones, se sigue un protocolo de carga y descarga de la misma muy estricto, contando con una buena logística para que la planta llegue al cliente a tiempo y en perfectas condiciones.

Lo más demadado

Reconocen desde Viveros Lucena que, a día de hoy,

las variedades más demandadas son la Arbequina, Arbosana, Picual, Hojiblanca, etc... “Depende mucho de la zona en la que se vaya a cultivar y las características del terreno, pero sobre todo, las variedades que más se demandan actualmente son las que se suelen poner en plantaciones de olivo super intensivo”.

Esta compañía trabaja con clientes en toda Europa y, de forma ocasional, con mercados de fuera de la Eurozona. Su idea es seguir expandiéndose para seguir creciendo y llegar a más lugares.

Para este año 2024 sus previsiones de venta “son bastante buenas”, reconocen y por ello “estamos ampliando nuestras instalaciones para poder dar servicio a toda la demanda que tenemos y que ninguno de nuestros clientes se quede sin poder obtener nuestro producto”, aseguran.



VIVEROS LUCENA DE ENCINAREJO S.L.

**“CALIDAD Y FORMALIDAD, NUESTRA RAZÓN DE SER”
OLIVOS NEBULIZADOS DE TODAS LAS VARIEDADES**

Novedades

Lecciana, coriana, sikitita 1, 2 y 3, arroniz, y un largo etc...

También almendros y pistachos.

☎ **+34 661 257 457** • ☎ +34 628 232 353 • ☎ +34 678 571 505
administracion@viveroslucena.com • www.viveroslucena.com



Asesoramiento y servicio de plantación llave en mano

Viveros Alonso: Plantas productivas para su éxito en campo



Viveros Alonso es una empresa familiar vinculada a la agricultura desde siempre. Poco conformes con la calidad de la planta que llegaba a sus parcelas, decidieron embarcarse en la producción y comercialización de las mismas, “con la delicadeza desde nuestro inicio de hacer una planta tan buena como la que quisieramos poner en nuestras propias explotaciones, plantas productivas, con buen desarrollo radicular y vegetal para su éxito en campo”, aseguran desde la compañía, que además asesoran y dan servicio de plantación llave en mano.

Para controlar todo el ciclo de crecimiento de sus plantas, en este caso de olivo, se centran, en primer lugar, en conseguir un buen material vegetal para sus esquejes, “siempre buscando clones productivos y de buena adaptabilidad”. Así, “una vez plantada la planta en nuestro vivero le damos prioridad a lo que nosotros llamamos el cerebro y corazón de la planta, sus raíces.

A partir de ahí vamos formando nuestra planta mientras la seleccionamos por tamaños, de manera que llegen al campo lo más parejas posibles buscando la homogeneidad en las futuras plantaciones”, explican.

Por su gran adaptabilidad a todos los climas y terrenos, reconocen que las variedades más demandadas son Arbequina y Arbosana para los superintensivos, y Picual para los marcos intensivos y más tradicionales. “Aunque poco a poco van abriéndose paso otras nuevas variedades”, afirman.

Asimismo, dada su ubicación geográfica y el prestigio de su empresa, en estos momentos sus plantas están llegando principalmente a Italia y el norte de África.

Aun así, ampliar el mapa de lugares hasta donde envían sus plantas no es a algo a lo que le den prioridad a día de hoy, “pensamos que España es una gran potencia en el mundo de la olivicultura y nos centramos en adaptarnos lo máximo posible a las necesidades de este mercado”, aseguran.

PAC

2024

La PAC no es un juego

Tramítala con profesionales especializados



José Miguel

HERRERO

DIRECTOR GENERAL DE ALIMENTACIÓN
EN EL MAPA

“Uno de los principales retos del Gobierno será la **Estrategia Nacional de Alimentación**”



Con el inicio de la nueva legislatura la Dirección General de Industrias Agroalimentarias ha experimentado una importante ampliación en sus objetivos y competencias. Pero una de las cosas que no han cambiado es que serán gestionadas por José Miguel Herrero, un profesional que a lo largo de los últimos años ha demostrado su empatía con el sector, su capacidad de diálogo y su saber hacer a la hora de afrontar las difíciles negociaciones a las que ha tenido que enfrentarse en muy distintos sectores agroalimentarios.

Olimerca.- **Qué cambios se introducen en sus competencias como director general de Alimentación en el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación?**

José Miguel Herrero.- La Dirección General de Industria Alimentaria ha pasado a denominarse Dirección General de Alimentación en esta nueva legislatura. Sus competencias son ahora más globales y están adapta-

das a toda la cadena alimentaria. Como director general de Alimentación, además de desarrollar las mismas funciones que antes, tendré la misión de coordinar la elaboración de una Estrategia Nacional de Alimentación, un compromiso adquirido por el presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, en su discurso de investidura y que el ministro Planas se ha comprometido a desarrollar en esta etapa. El objetivo de la estrategia es sentar las bases estratégicas para asegurar

el acceso a una alimentación sana, producida de forma sostenible y asequible al conjunto de la población. Para diseñar esta estrategia, el ministerio va a contar con la participación de las comunidades autónomas, las organizaciones sectoriales y de todos los agentes que intervienen en la cadena alimentaria.

La Estrategia Nacional de Alimentación se plantea de forma integradora con las acciones que se desarrollan tanto en el ámbito de la seguridad alimentaria como en el de la nutrición. Tendrá en cuenta los nuevos conocimientos y desarrollos sobre los sistemas alimentarios sostenibles, el acceso a las materias primas para la producción de alimentos, la política de cambio climático, el proceso de digitalización, la promoción y el fomento de nuevos hábitos en la alimentación.

Vamos a seguir los trabajos que está haciendo la Comisión Europea sobre sistemas alimentarios sostenibles para buscar una visión de 360° de lo que va a ser la alimentación del futuro.

Además, vamos a continuar con el desarrollo de dos estrategias ya puestas en marcha: la de prevención de pérdidas y del desperdicio alimentario y la de promoción de los alimentos de España, tanto dentro como fuera de la UE.

Olimerca.- ¿Cuál es la apuesta de su dirección por el sector del aceite de oliva?

José Miguel Herrero.- El aceite de oliva es uno de los alimentos prioritarios para el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. En 2021, la revisión que emprendimos de su norma de calidad a nivel de la industria fue uno de los hitos de la pasada legislatura, y también la búsqueda de su control reforzado, así como el aseguramiento de la calidad para evitar el fraude.

En este contexto, es importante resaltar las iniciativas puestas en marcha por el propio sector para reforzar el sistema de control voluntario, que son más exigentes que las que marca la ley -ya de por sí muy exigente- o la UE. Es una iniciativa propia de España, que no tienen otros países y que nos posiciona como un país muy estricto en aspectos de calidad.

Olimerca.- ¿Cómo se está avanzando el tema de unificar las normas internacionales en materia de calidad?

José Miguel Herrero.- Uno de los retos más importantes en los que trabaja el ministerio es que haya una normativa internacional en materia de calidad. De hecho, España ha venido defendiendo esta tesis en los últimos años.

En estos momentos hay algunos países que cuentan con su normativa propia, al margen de la europea o de la del COI. Esta circunstancia ha generado problemas a las exportaciones de aceite de oliva español. Llevábamos muchos años



negociando sin llegar a un acuerdo y, por fin, hace unos días, en la reunión del Codex Alimentario sobre Grasas y Aceites que se celebró en Malasia, se ha alcanzado una posición de consenso entre países consumidores, países productores, el COI, la UE y EEUU que permite la adopción de una serie de normas que sin duda favorecerá a las empresas españolas exportadoras.

Es un hito, porque los representantes de España han conseguido que en esas normas acordadas en el Codex no se incluyeran parámetros de frescura aplicados al aceite de oliva. De hecho, había países que, por defender los intereses de sus productores y aceites, querían imponer unos parámetros muy exigentes en dicha materia, que habrían supuesto una barrera para nuestros aceites de oliva, que cumplen estrictamente con las normas de calidad de la UE y del COI. Era una línea roja para el exportador español y hemos conseguido defenderlo.

Olimerca.- ¿Qué asignatura pendiente tiene el sector del aceite de oliva

José Miguel Herrero.- Sin duda, hay un tema muy destacable, el de ganar la batalla de la inclusión de las propiedades saludables en el etiquetado del aceite de oliva.

En los últimos años se han llevado a cabo numerosos estudios e investigaciones que lo muestran como un producto saludable. La UE, en el reglamento de alegaciones nutricionales y de salud, consideró que la normativa está un poco desfasada respecto a los avances que se han hecho en materia de investigación.

En la actualidad sí se permiten una serie de alegaciones. El propio ministro Luis Planas, que siempre elogia las bondades del aceite de oliva, remarca que es de los pocos alimentos con varias menciones de salud autorizadas en su etiquetado.

Sin duda, hay sectores a los que dedicamos un esfuerzo especial, como son el aceite de oliva, el vino y el ibérico, que serán claves en esta nueva etapa

Dichas menciones encajan en una normativa muy estricta, pero hay que avanzar en este punto porque, en ocasiones, son indicaciones incomprensibles para el consumidor final.

Por supuesto que hay que insistir en que no se puede mencionar alegremente en el etiquetado de cualquier alimento propiedades saludables que no estén avaladas científicamente, pero cuando esté probado, como en el caso del aceite de oliva, es necesario que podamos informar al consumidor de una manera clara y sencilla.

Esta es la gran batalla que quedaría conquistar. El resto de las batallas, como la calidad, hemos hecho grandes avances. Hemos reforzado el control y la lucha contra el fraude.

El sector, además, está muy cohesionado en torno a una interprofesional que está realizando un gran papel en la gestión de unas grandes campañas de promoción financiadas por la UE.

Para la batalla de la comercialización en el exterior contamos con empresas muy potentes y líderes en todo el mundo; esa es una contienda que hemos ganado hace años. Atrás hemos dejado el objetivo de aportar mayor valor añadido para el aceite de oliva. Lo difícil ha sido abrir el camino, y ahora sólo tenemos que ir agrandándolo.

Olimerca.- Qué actuaciones se van a promover para defender las IGP y DOP en el aceite de oliva?

José Miguel Herrero.- Otro de los asuntos importantes que se consiguieron el año pasado durante la Presidencia española del Consejo de la UE fue el acuerdo político para reforzar la protección de las indicaciones geográficas de los alimentos de calidad. Era un documento que llevaba mucho tiempo debatiéndose entre los distintos países y donde países como Italia, Francia, España y Portugal tenían importantes intereses, dado que son las que tienen más marcas de calidad. El pasado 28 de febrero, el Parlamento Europeo ha ratificado la nueva normativa, que da una mayor protección de las DOP e IGP europeas en el comercio electrónico y en los acuerdos comerciales.

Ahora, lo que queda para los próximos años es el desarrollo en el que se incluye cuestiones nuevas como los aspectos de sostenibilidad en las DOP e IGP. También seguiremos apoyando a todas estas figuras de calidad porque generan un valor diferencial y singular vinculado a un origen.



Olimerca.- ¿Qué otras actividades de promoción del aceite de oliva tienen previsto para los próximos años?

José Miguel Herrero.- Aparte de las propias campañas de la Interprofesional del Aceite de Oliva, el ministerio ha puesto en marcha y con éxito otras campañas de promoción a través de Alimentos de España, como la de “El país más rico del mundo”, en la que el aceite de oliva ha sido un alimento bandera.

El paraguas de promoción internacional #Spain Food Nation, desarrollado por el ministerio en colaboración con el ICEX, también ha tenido como protagonista el aceite de oliva español.

Para la Dirección General, sin duda, hay sectores a los que dedicamos un esfuerzo especial, como son el aceite de oliva, el vino y el ibérico, que serán claves en esta nueva etapa, desde el punto de vista de la promoción, la calidad, la defensa de la producción ecológica y de las etiquetas de calidad.

También hay que mencionar las convocatorias anuales de los Premios Alimentos de España del ministerio, que sin duda es otra actividad muy importante por su alta repercusión. Los aceites premiados, por ejemplo, se convirtieron en el mejor obsequio del Gobierno de España a políticos y personalidades que nos visitan; tal y como pasó durante la celebración de la cumbre de la OTAN o durante la presidencia de España de la UE.

Por último, no puedo dejar de mencionar la importante presencia del ministerio en numerosas ferias alimentarias, tanto a nivel nacional como exterior, y que sin duda son los mejores escaparates de los productos de calidad de España.

Olimerca.- Qué balance nos hace de tu etapa anterior en la Dirección General de Industria Alimentaria?

José Miguel Herrero.- Creo que la elaboración de dos normas de calidad que estaban obsoletas y que han revolucionado el sector: La norma del pan y la norma del aceite de oliva. Además, hemos conseguido que haya una interlocución más fluida entre la Interprofesional y las denominaciones de origen en el sector del ibérico y hemos desarrollado la ley para luchar contra el desperdicio alimentario.

Sin olvidar nuestras ya consolidadas campañas de promoción, tanto a través del eslogan de Alimentos de España “El país más rico del mundo” y Spain Food Nation en los mercados exteriores. Todas ellas comenzaron en la legislatura pasada y queremos seguir impulsándolas en la actual.



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

ASTERIA

**EN CORETi GARANTIZAMOS
TUS ETIQUETAS CON
NORMATIVAS ALIMENTARIAS**

BRCS **IFS**
 Packaging Materials **SECURE**
CERTIFICATED

JAIME LILLO

NUEVO DIRECTOR EJECUTIVO DEL COI

“El problema que requiere una rápida actuación es el cambio climático”

Jaime Lillo es desde el pasado 1 de enero el nuevo director ejecutivo del Consejo Oleícola Internacional (COI). Tras pasar ocho años como director adjunto considera que es el momento de aprovechar la experiencia y brindar un nuevo impulso al COI. En esta entrevista concedida a Olinerca, Lillo aborda su plan estratégico al frente de este organismo, con el reto del cambio climático, problema que, en su opinión, requiere una rápida actuación.



Olinerca.- Tras la experiencia como Director Adjunto y la estrecha colaboración con el Sr. Ghedira durante 8 años, ¿cuáles van a ser los primeros objetivos que se va a marcar durante esta nueva etapa de gestión en el COI?

Jaime Lillo.- Tras 8 años trabajando como Director Adjunto del COI, he tenido la oportunidad no sólo de conocer bien la Organización por dentro, sino también de intercambiar opiniones con los representantes de los principales países productores de aceite de oliva y aceitunas de mesa, con productores de las distintas regiones del mundo, con representantes de la industria, así como con investigadores y expertos en distintas áreas del conocimiento. Han sido unos

años apasionantes que me han permitido profundizar en el entendimiento de este sector.

Ahora es el momento de aprovechar esa experiencia. No empezamos de cero. Hay una continuidad, pero también es una oportunidad para darle un impulso al COI en esta nueva etapa.

Los objetivos que he planteado a los miembros del COI para esta nueva etapa son, en primer lugar, favorecer el comercio y mantener el compromiso con la calidad. Hay que recuperar la senda de la expansión del consumo del aceite de oliva y de las aceitunas de mesa.

Por otra parte, voy a impulsar un acercamiento a los principales países consumidores que aún no son miembros del COI. No obstante, el objetivo más urgente es hacer frente al cambio cli-

“En mi opinión el COI debe mantener unas buenas relaciones con los países consumidores y en particular con EEUU”

mático. Ya estamos observando las consecuencias en las principales regiones productoras. Es una preocupación generalizada, de carácter global y el COI tiene que estar respondiendo a este desafío. He propuesto a los miembros una línea



permanente de trabajo sobre el cambio climático y la sostenibilidad del olivar.

Olimerca.- ¿Cuáles son los problemas del sector que necesitan cuanto antes de una rápida actuación por parte del COI?

Jaime Lillo.- En mi opinión, el problema que requiere una rápida actuación por parte de este organismo es afrontar el reto del cambio climático.

Sabemos que el olivo tiene una gran capacidad de adaptación. Necesita menos agua y nutrientes que otros cultivos para ofrecernos sus frutos. Incluso hay olivos en el mismo límite del desierto. Otros llegan a vivir miles de años y han sobrevivido todo tipo de inclemencias. Tenemos que comprender en profundidad la relación entre las distintas variedades genéticas de olivos y el medio ambiente cambiante. Esto implica un mayor conocimiento en distintos ámbitos como los recursos genéticos, la gestión del agua y del suelo, o la lucha frente a enfermedades, entre otras. En un contexto de cambio climático, el agua es un asunto estratégico. Hay buenas razones para apostar por el regadío sostenible del olivar.

Por otra parte, el cultivo del olivo también forma parte de la estrategia en la lucha contra el cambio climático. Esto es algo excepcional y poco conocido.

“Los objetivos que he planteado a los miembros del COI para esta nueva etapa son, en primer lugar, favorecer el comercio y mantener el compromiso con la calidad”

Detrás los aceites de oliva y las aceitunas de mesa, respiran más de 11 millones de hectáreas de olivos. Estos olivos forman un bosque domesticado que captura CO₂ de la atmósfera. Es más, hemos calculado que, por término medio, por cada litro de aceite de oliva virgen producido se reducen más de 10kg de CO₂ de la atmósfera. Estamos trabajando en tener una metodología armonizada y ofrecer una herramienta de cálculo del balance de carbono en el olivar, que nos ayude a promover mejores prácticas y de aumentar el reconocimiento y la visibilidad del olivo en la lucha contra el cambio climático.

No obstante, el cambio climático no es el único asunto que requiere la atención del COI. Otras prioridades son, por ejemplo, la volatilidad de los precios y la creación del valor de los productos tradicionales y co-productos del olivo.

Olimerca.- ¿Cómo están las relaciones con las autoridades de EEUU para conseguir el ingreso de este país en el COI (no sólo como observadores)?

Jaime Lillo.- Las relaciones con las autoridades de EEUU están mucho mejor ahora que antes. EEUU es ya el tercer país consumidor de aceite de oliva y el principal importador, con un gran potencial para seguir creciendo. En mi opinión el COI debe mantener unas buenas relaciones con los países consumidores y en particular con EEUU.

Recuerdo mi sorpresa ante los comentarios contrarios al COI por parte de la delegación de EEUU, en la primera reunión del CODEX en la que participé en 2017. Uno de mis primeros retos como Director Adjunto fue restablecer unas buenas relaciones con EEUU y lo hemos alcanzado.

EEUU participa en las sesiones del Consejo de Miembros del COI como observador oficial, representado por el USDA (el departamento de agricultura de EEUU), lo que evidencia las buenas relaciones que mantenemos.



Unidos, Perú, Australia, Japón o China. He solicitado a los miembros la creación del premio Mario Solinas “Hemisferio Sur” para un mejor reconocimiento del esfuerzo de los productores del hemisferio sur y favorecer la presencia del COI en esta región. También es interesante continuar con la expansión que hemos iniciado en la región de Georgia, Uzbekistán y Arabia Saudí. Actualmente Bosnia y Azerbaiyán están en proceso de adhesión.

Ahora estamos explorando la posibilidad de estrechar aún más nuestra colaboración. Precisamente, el octubre pasado estuve en el Congreso de los EEUU, en Washington, con los principales representantes del sector en EEUU discutiendo sobre estos asuntos.

El siguiente paso consiste en mejorar el entendimiento con los productores de California. Existe una imagen distorsionada del COI originada por conflictos del pasado entre los productores californianos y los importadores de aceite de oliva en EEUU. Debemos explicar que el COI es un organismo independiente de los intereses particulares de una determinada región de producción. Nuestro compromiso es con el olivo y la calidad de sus productos. Tenemos la vocación de servir a los productores de todas las regiones del mundo y de proteger a los consumidores allá donde estén. Mi primer viaje oficial a un país no miembro del COI va a ser a EEUU a California, precisamente.

Olimerca.- ¿Qué países productores o consumidores tenéis el reto de conseguir su adhesión al COI?

Jaime Lillo.- La adhesión de nuevos miembros al COI es siempre una buena noticia para nosotros. Significa que vamos por el buen camino, que el COI sigue siendo una Organización atractiva para los países productores y consumidores. La incorporación de nuevos miembros también nos enriquece con nuevos puntos de vista.

El reto es acercarse a los países consumidores que también tienen sus regiones de producción, cómo Brasil, Estados

Olimerca.- Las distintas normativas que se imponen en algunos países está dificultando el comercio internacional del aceite de oliva. ¿Es posible alcanzar acuerdos con esos países para unificar normas y legislación?

Jaime Lillo.- La armonización de normas es una de las áreas de trabajo prioritarias del COI. Por una parte, es esencial facilitar la aplicación de la norma del COI. En los últimos 8 años hemos aumentado en casi 70% el número de laboratorios y paneles de análisis sensorial reconocidos por el COI para la aplicación de la norma, incluyendo nuevos países no miembros del COI, como Japón, Brasil, EEUU o China.

Por otra parte, la armonización de normas facilita el comercio internacional, puesto que evita barreras no arancelarias que pueden llegar a ser más perjudiciales que los propios aranceles. Nos encontramos ante una tendencia de gran expansión del consumo y del comercio internacional, en buena medida gracias al esfuerzo y liderazgo del sector español. Confío en que podamos recuperar pronto la senda de crecimiento de producción y, así mismo, debemos estar preparados para facilitar el aumento de las exportaciones. Ahora tenemos una buena oportunidad con la revisión de la norma del CODEX para los aceites de oliva y de orujo de oliva. Si bien es una norma inspirada en la norma del COI, estamos trabajando para consolidar una mejor armonización entre ambas normas. En particular, realizamos los trabajos científicos que facilitan las discusiones técnicas y coordinamos la parti-

cipación de todos los miembros del COI.

Un caso significativo es el de Japón, donde ha crecido de manera importante el consumo de aceite de oliva, en particular de los aceites virgen extra. Había una preocupación por garantizar la calidad a los consumidores y solicitaron apoyo al COI para formar sus primeros laboratorios y paneles de cata. Después alcanzaron el reconocimiento del COI para estos laboratorios y este año entrará en vigor la primera norma nacional de etiquetado de aceite virgen extra basada en la norma del COI.

Olimerca.- ¿Cómo ve la expansión del cultivo del olivar por todo el mundo de cara a los próximos diez años?

Jaime Lillo.- Veo que es una buena tendencia que va a continuar. Estamos en un contexto donde el consumo crece de manera más robusta que la producción, es natural la expansión del cultivo. Diversificando las regiones de producción se diversifica también el riesgo de los fenómenos climatológicos extremos, que ya estamos observando, y contribuye a una mayor estabilidad. Algo que me parece deseable.

Además, las nuevas regiones de producción aportan nuevos puntos de vista, nuevos sabores, aromas y especificidades que nos enriquecen y nos hacen más fuertes. Veo que las sinergias y la complementariedad superan el temor a la competencia. Normalmente las nuevas regiones de producción también contribuyen a que se conozcan mejor los aceites de oliva y las aceitunas de mesa, también contribuyen a la expansión del consumo.

En cualquier caso, el centro de gravedad del cultivo del olivar seguirá siendo la región mediterránea.

Olimerca.- ¿Cómo se va a implicar el COI en el desarrollo de este cultivo en otros países árabes o de otras partes del mundo?

Jaime Lillo.- El COI tiene la vocación de servir a los productores de todas las regiones del mundo y de proteger a todos los consumidores de aceite de oliva y aceitunas de mesa. Evidentemente, la implicación es mayor en los países miembros del COI.



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

**centrifugación
alemana** 

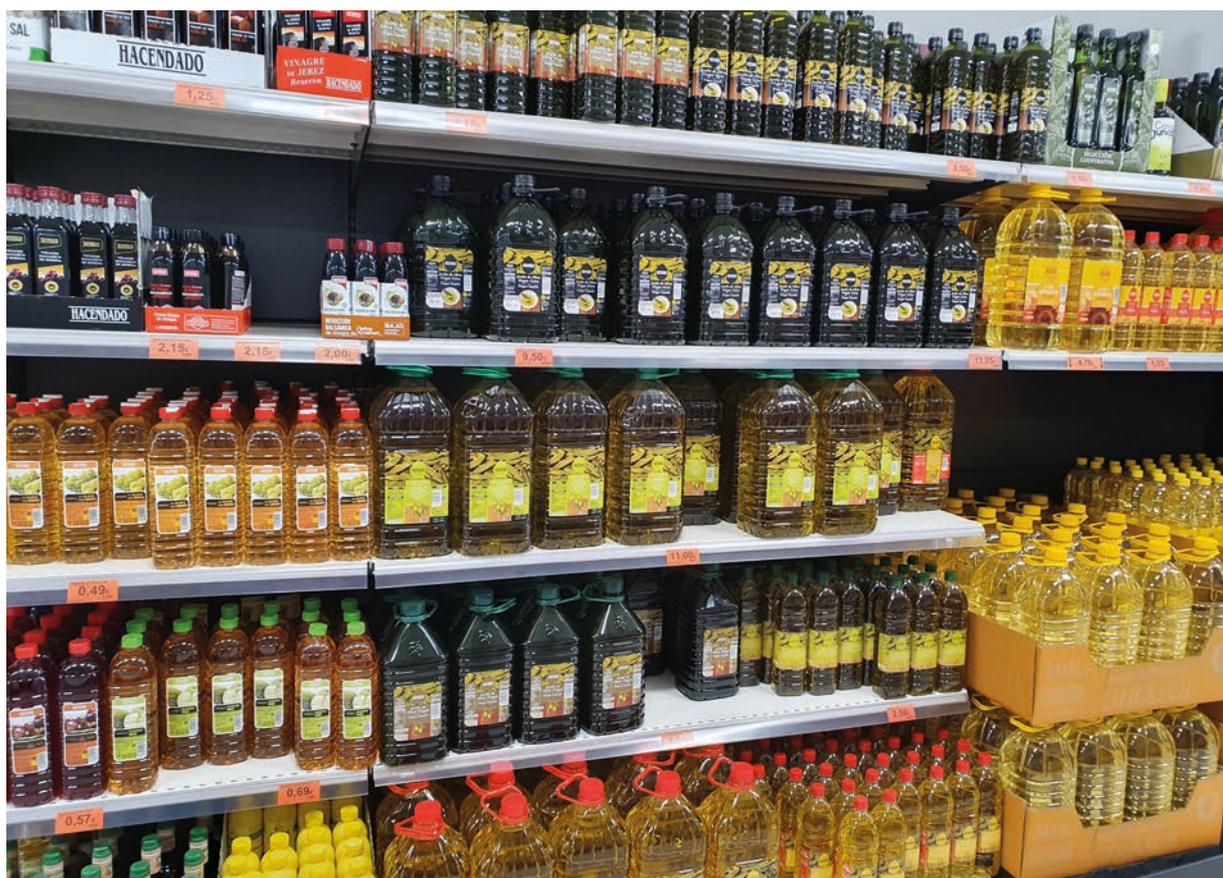
www.centrifugacionalemana.com



EN EL PERIODO 2023, RESPECTO AL 2022 (DATOS NIELSEN)

El aceite de orujo revolucionna el lineal de aceites en España

En 2023 la demanda de aceite de orujo ha alcanzado los 7,7 millones de litros, frente a los 5,3 millones alcanzados en 2022, a pesar de que sus precios se han incrementado en un 82%. Así lo señala la consultora NielsenIQ en su balance anual sobre el consumo de aceites en España.



La consultora internacional NielsenIQ acaba de presentar su balance anual sobre el consumo de los aceites en España, correspondientes al 2023, tanto en supermercados como hipermercados y las cifras refuerzan lo que ya se viene conociendo a lo largo de los dos últimos años: el lineal de aceites de oliva sigue mostrando caídas en la demanda por parte

del consumidor, reforzado sin duda por los aumentos de precios mes a mes.

Concretamente, según la tabla adjunta la categoría de aceite de oliva virgen extra es la que más se ha visto afectada en la demanda con una caída del 17,5% debido a que su PVP se ha incrementado en casi un 24%. Por el contrario, si hablamos del aceite de oliva (suave e intenso) los aceites de mayor salida y rota-

Evolución de la demanda de aceites en España (Volumen y Valor)

	Ventas Volumen (LITROS)			Ventas Valor (€)		
	2022	2023	% Evol	2022	2023	% Evol
TOTAL ACEITE	468.152.817	452.210.140	-3,4	1.738.211.595	2.032.461.114	16,9
OLIVA	144.272.855	126.896.539	-12,0	601.138.570	769.677.196	28,0
OLIVA VIRGEN EXTRA	110.924.994	91.540.386	-17,5	550.279.171	681.773.113	23,9
OLIVA VIRGEN	28.301.535	29.236.919	3,3	121.627.518	188.759.950	55,2
ORUJO	5.309.374	7.717.828	45,4	17.331.694	31.531.146	81,9
GIRASOL	169.243.881	191.649.403	13,2	414.351.932	339.021.445	-18,2
SEMILLAS	9.377.632	4.243.616	-54,7	25.121.262	11.440.789	-54,5
RESTO	722.546	917.540	27,0	8.361.449	10.235.127	22,4

ción en el lineal, la demanda se ha recortado en un 12%, a pesar de que los precios en el lineal han aumentado un 28%.

Pero si hay una categoría en oliva que llama la atención es el oliva virgen que ha experimentado un aumento de la demanda del 3,3%, en un contexto de incremento de los precios del 55% (la categoría que más ha subido sus precios). Este auge se debe sobre todo a que los consumidores siguen confiando en la máxima calidad a un menor coste y para ello eligen formatos de 750ml, frente a los formatos de un litro.

Orujo y girasol al alza

Y es en este maremágnum de subidas en el ámbito del aceite de oliva donde nos encontramos el despegue del aceite de orujo de oliva. Un aceite que hace tres años apenas si tenía presencia en el lineal, demonizado por la crisis que se produjo con el orujo en 1995, y que según el informe de NielsenIQ en 2023 la demanda de aceite de orujo ha alcanzado los 7,7 millones de litros, frente a los 5,3MM alcanzados en 2022, a pesar de que sus precios se han incrementado en un 82%; la categoría que más aumentado de precio en el conjunto de todos los aceites.

Sin duda que el aceite de orujo ha vuelto al lineal con una fuerza importante y que puede suponer que en breve se haga con un importante perfil de consumidores que buscan un aceite de mejor precio, aunque la calidad sea inferior.

Respecto al aceite de girasol, se puede apreciar en la tabla adjunta como su demanda ha aumentado un 13,3% hasta alcanzar los 191.649.403 litros en 2023, reforzado sobre todo por la caída de precios del 18,2%, lo que le convierte en el más competitivo del conjunto de todos los aceites.





En este estudio se han analizado 63 hipermercados y casi 250 supermercados.

SEGÚN UN ANÁLISIS DEL AULA OLÉICOLA INNOVA

Cambio de hábitos en el consumo de aceites

Un análisis realizado por la Universidad Internacional de Andalucía y el Grupo Oleícola Jaén, a través del aula universitaria Oleícola Innova para la Innovación y la Divulgación en la Olivicultura y la Elaiotecnia, revela que en 2023 ha habido un cambio en los hábitos de consumo de aceites, con una apuesta por parte del consumidor por los formatos más pequeños.

A lo largo de 2023, el consumidor de aceites de oliva ha sido menos generoso en el uso del producto y ha comprado en formatos más pequeños. En la categoría de vírgenes, el crecimiento medio ha sido del 33,01% en precio y del 25,89% en cifra de negocio. En todos los aceites de esta categoría crece la demanda, tanto en valor absoluto, como en cantidad de producto demandado, salvo en los vírgenes extra en formatos de más de 1 litro, para los que cae la demanda un 17,86%; los vírgenes, igualmente, crecen en demanda, volumen de negocio y precio, en un 36,5%, 41,57% y 93,32%, respectivamente, también en formatos de más de un litro.

Este es el resultado de un análisis realizado por la Universidad Internacional de Andalucía, y el Grupo Oleícola Jaén, a través del aula universitaria Oleícola Innova para la Innovación y la Divulgación en la Olivicultura y la Elaiotecnia, creada por convenio entre ambas instituciones en la sede Antonio Machado de Baeza (Jaén).

El estudio ha sido realizado por el analista oleícola internacional Juan Vilar, Juan Carlos Marín, responsable de ultramarinos en Alcampo, Juan Carlos García, chef del Restaurante Vandelvira, y Carmen Morillo, directora financiera del Grupo Oleícola Jaén, todos miembros del aula Oleícola Innova.

Aceites refinados

Este informe destaca también que se produce un retroceso en la venta de la categoría de aceites refinados distintos a aceites de oliva (aceite de girasol, de maíz, etc.) del 10,95%, donde tan solo tiene un crecimiento sostenido en el volumen vendido.

El aceite de mezcla de semillas experimenta un incremento de precio de casi el 19%, el girasol asume una caída de demanda para el periodo estudiado del 10,95%, y de precio del 26%.

Respecto a los aceites de oliva refinados, el orujo crece en demanda un 157,18%, y en precio un 17,14%; respecto a los aceites de oliva intensos y suaves, los primeros incrementan su precio en un 50,2%, mientras que los segundos



En la categoría de vírgenes, el crecimiento medio ha sido del 33,01% en precio y del 25,89% en cifra de negocio.

Respecto a los aceites de oliva refinados, el orujo crece en demanda un 157,18%, y en precio un 17,14%

lo hacen en un 53,4%, en cuanto al volumen de negocio crecen un 22,3 y 46,7%, respectivamente.

Con estos datos, se observa que todos crecen en demanda y en volumen de negocio. En cuanto a cantidad de artículos demandados, la demanda por unidad de producto cae de media un 6,6% en esta categoría.

Consumo en cifras

En cuanto a datos macro elaborados a partir de la fuente del Ministerio de Agricultura, Dirección General de Producciones y Mercados Agrarios, Subdirección General de Cultivos Herbáceos e Industriales y Aceite de Oliva, para el conjunto de España, y para todo el año 2023, el consumo interno de aceites de oliva ha sufrido un retroceso del 46,83%, con respecto a 2022, situándose en 302 mil toneladas. Las exportaciones cayeron igualmente 33,69%, concluyendo en 688,95 mil toneladas, y por último las importaciones cayeron igualmente un 6,15% situándose en 199,92 mil de toneladas. Todas las partidas han caído motivadas por un descenso en la producción nacional, e internacional.

El informe concluye destacando que la composición del consumo en 2023 ha sido de 30,5% para mercado interno y 69,5% para las exportaciones, y en 2022, 35,38% y 64,62% para ambas magnitudes.

Este estudio se ha llevado a cabo entre los meses de enero y diciembre del año pasado, ambos inclusive, teniendo en cuenta, todos los tipos de aceites y grasas consumidos en España en supermercados e hipermercados; se han analizado 63 hipermercados, y casi 250 supermercados, teniendo una incidencia en hogares representados que supera el millón, lo que equivale a algo menos de 2,6 millones de consumidores, hiper y super suponen una cuota de mercado para la categoría de forma conjunta del 68% de demanda en aceites de oliva.

Canals
EXPERIENCIA E INNOVACIÓN

Cápsulas y Precintos para Envases de Aceite

Capsules and Quality Seals for Oil Bottles



Av. Pau Claris, 36-38 - 08760 - Martorell (Barcelona) SPAIN
Tel. +34 93 775 04 62 - Fax +34 93 775 55 54
ventas@mmcanals.com
www.mmcanals.com



HAY QUE DISEÑAR ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN QUE ESTIMULEN EL CONSUMO

Las causas del bajo consumo de AOVE entre los jóvenes adultos

Por **Manuela Vega Zamora**

Profesora Titular en el Máster en Olivar y Aceite de Oliva en la Universidad de Jaén.

El consumo mundial de aceites de oliva se ha duplicado en las últimas tres décadas, pasando de 1,6 a 3,3 millones de toneladas (campañas 1990/91-2021/22), según datos del Consejo Oleícola Internacional. Sin embargo, desde hace tiempo, venimos advirtiendo que, aunque la tendencia general del consumo mundial de aceites de oliva es creciente, desde la campaña 2010/11 se aprecia un estancamiento del mismo en torno a los 3 millones de toneladas.

Una de las causas del estancamiento de esta demanda se atribuye al descenso del consumo en los principales países productores. Así, en la Unión Europea, donde se localizan los principales países productores, la demanda mantiene una tendencia a la baja en las últimas campañas, sobre todo, debido al descenso en el consumo de Italia, Grecia y, en menor medida, España¹ (Figura 1), pese a la tendencia al aumento en el resto de países (no productores, miembros de la UE; productores, no miembros de la UE y no productores o muy poco productores, no miembros de la UE).

Cabe destacar que, aunque los datos definitivos de las dos últimas campañas de España parecen halagüeños, los datos provisionales, así como las previsiones, apuntan a un drástico descenso del consumo. Así, en la presentación del Informe Anual de Coyuntura del Sector Oleícola 2023, el profesor Parras Rosa, afirmó que entre el período enero a noviembre de 2023, el consumo de aceites de oliva en los hogares españoles disminuyó en un 14,61% respecto del mismo período del año 2022.

Aunque estos últimos datos estén condicionados por la escasez de la oferta, no podemos perder de vista que esa tendencia al descenso está presente desde hace bastantes años. En este sentido, creemos que es

fundamental analizar qué está pasando con el consumo de aceites de oliva en España.

Si ahondamos en esta cuestión, los informes de consumo alimentario en España, del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, nos revelan una clara relación inversa entre el consumo per cápita de aceites de oliva (independientemente de la categoría) y la edad (Tabla 1).

Ante esta situación, entendemos que el sector debe tomar medidas, al objeto de diseñar estrategias que permitan desarrollar la demanda interna. Y, creemos que la demanda potencial está, precisamente, en los jóvenes adultos; la generación Y o Millennials (<45 años).

Ellos son el futuro, pues, efectivamente, son los que menos consumen aceites de oliva y, en comparación con los consumidores más mayores, tienen un largo camino que recorrer. Además, entendemos que es la generación en la que más se puede influir en sus hábitos de consumo atendiendo a su ciclo de vida familiar, esto es, por sus características, se trata del momento en el que comienzan a independizarse, vivir en pareja, incluso, formar una familia, definiendo, por tanto, una nueva vida.

Ahora bien, como paso previo a desarrollar acciones que estimulen el consumo de aceites de oliva entre estos jóvenes adultos, es necesario conocerlos y conocer las causas que explican el actual nivel de la demanda de aceites de oliva y frenan su consumo.

En líneas generales, los consumidores pertenecientes a esta generación se caracterizan por:

¹ Aunque se observan altos y bajos en las líneas que representan el consumo de aceites de oliva, sobre todo, en Italia y España, sus líneas de tendencia siguen siendo decrecientes.

AÑOS	2018			2019			2020			2021			2022		
	EDAD	AO	AOV	AOVE	AO	AOV	AOVE	AO	AOV	AOVE	AO	AOV	AOVE	AO	AOV
Menos de 35	1,61	0,63	1,13	1,78	0,38	1,34	2,2	0,4	1,6	1,90	0,40	1,30	1,30	0,40	1,00
35-49	2,23	0,86	1,71	2,32	0,50	1,91	2,9	0,5	2,4	2,40	0,50	1,90	2,00	0,40	1,70
50-64	5,77	1,75	3,89	5,90	0,95	4,28	5,4	0,8	3,7	4,50	0,80	3,10	4,10	0,80	3,40
65 y más							7,9	1,3	6,4	7,30	1,20	5,60	7,00	5,60	5,80

Fuente: Elaboración propia, a partir de los informes de consumo alimentario en España, del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

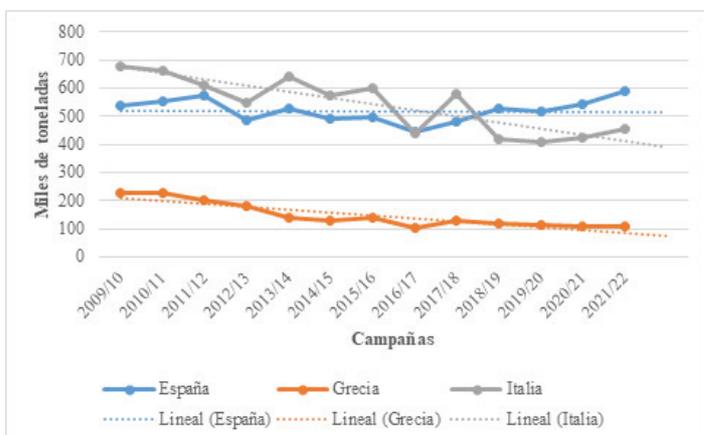


Figura 1. Evolución del consumo de aceites de oliva en los tres principales países productos de la UE.



Es prioritario identificar las causas del bajo consumo de aceites de oliva.

- 1) tener un nivel de formación elevado;
- 2) ser los primeros nativos digitales, por lo que la conectividad al mundo online está muy arraigada en su vida personal y profesional;
- 3) ser muy sociables, la aparición de las redes sociales y su hiperconectividad hace que se relacionen con muchas personas y organizaciones;
- 4) ser muy juveniles, esto es, se les llama la generación Peter Pan, por retrasar los principales hitos del ciclo de vida –incorporarse al mercado laboral, independizarse, casarse, tener hijos, etc.-;
- 5) ser vividores, para ellos el presente y su vida personal es fundamental, por lo que quieren “vivir la vida” y no vivir para trabajar, sino trabajar para vivir;
- 6) valorar mucho la inmediatez, tanto en el mundo online como en el offline, esto es, su afinidad por las tecnologías hace que premien la rapidez, la eficiencia, la facilidad y la simplicidad en todo lo que hacen;
- 7) tener ciertas actitudes narcisistas;
- 8) poseer altos valores sociales y éticos, quieren un mundo mejor.

La generación millennial es considerada la generación más sensible de esta época, preocupada por el medio ambiente, la salud y la sostenibilidad.

Bajo todas estas consideraciones, creemos que son varias las cuestiones o interrogantes que deben plantearse. En primer lugar, cabría preguntarse si, fruto de la globalización y la influencia de la comunicación digital, los más jóvenes están adquiriendo nuevos

hábitos de consumo alimentario que los están apartando de nuestra dieta mediterránea y, en consecuencia, de los aceites de oliva. En ese caso, ¿qué grasas y aceites consumen habitualmente?, ¿qué usos les dan a los aceites de oliva?, ¿qué posicionamiento tienen los aceites de oliva en sus mentes?, ¿qué influencia tienen las variables geográficas, demográficas y psicográficas en sus decisiones?, etc.

En esta misma línea, también cabría cuestionarse si el desconocimiento generalizado acerca de los aceites de oliva afecta especialmente a los más jóvenes, de modo que, este desconocimiento, unido a falsas creencias generadas fruto del mismo, inhiben su consumo.

Finalmente, otra posible cuestión es si las empresas del sector están orientadas al mercado, en concreto, al de estos jóvenes adultos, dado que la *generación Y* o *millennials* posee características que le hacen diferentes a las generaciones precedentes, como, por ejemplo, el hecho de ser nativos digitales, con el efecto que ello tiene en las estrategias comerciales hoy en día. En este sentido, ¿están las estrategias de comunicación, distribución, producto, ... del sector orientadas a esta generación?

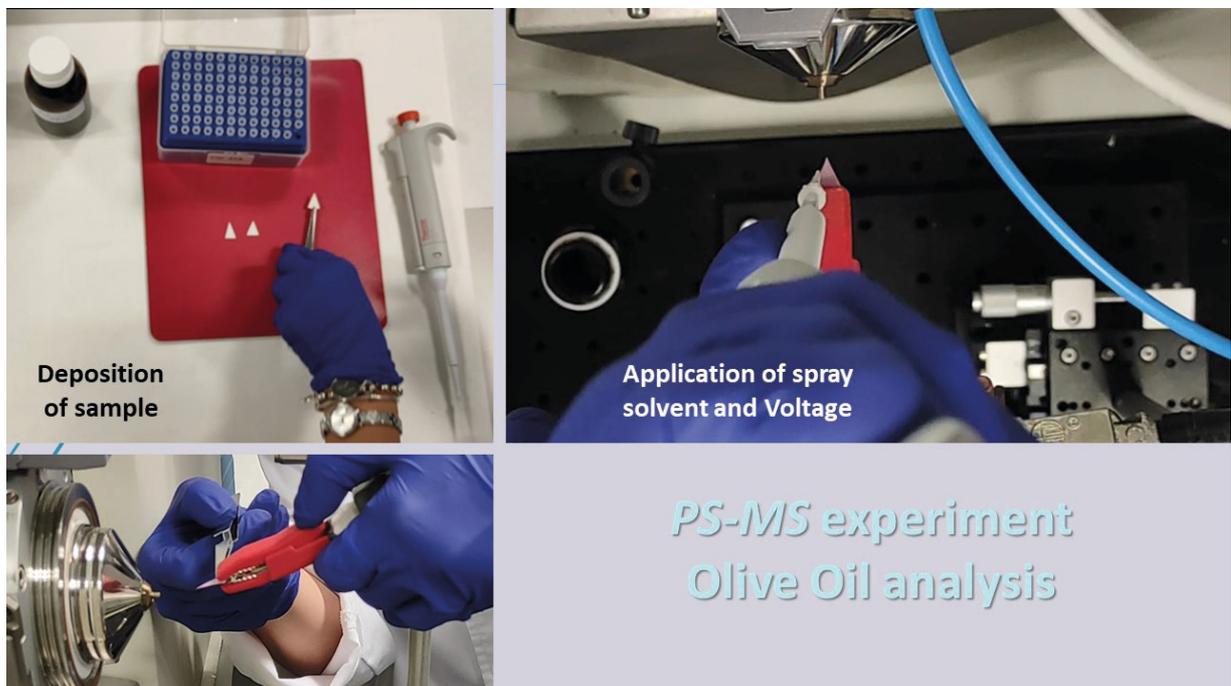
En suma, es prioritario dar respuesta a todas estas cuestiones con la finalidad de identificar las causas del bajo consumo de aceites de oliva, entre este tipo de consumidores, y poder así diseñar estrategias de comercialización adaptadas a ellos que estimulen su consumo de aceites de oliva.



En la Universidad de Jaén y en la de Extremadura

Avanzan las investigaciones para evitar los fraudes en el aceite de oliva

Cada vez son más los que intentan cometer fraudes con el aceite de oliva, mezclando diferentes calidades y comercializándolos con etiquetas que no se corresponden a lo que hay en el interior del envase. Pero, por suerte, la investigación avanza y se desarrollan nuevas técnicas encaminadas a evitar este tipo de prácticas. En el siguiente reportaje hacemos referencia a las llevadas a cabo por la Universidad de Jaén y la de Extremadura.



El método de la UJA analiza e identifica una muestra de aceite en tiempo real, mientras que los habituales implican procesos más complejos y más tiempo.

Tras la aplicación de análisis químicos y algoritmos, un equipo de investigación de la Universidad de Jaén, en colaboración con la Universidad de Calabria (Italia), han logrado detectar fraudes en el aceite de oliva, identificando las distintas categorías comerciales del aceite: virgen extra, de oliva virgen y de orujo de oliva, con una eficacia del 90%.

Este método permite analizar e identificar una muestra de aceite en tiempo real, mientras que los habituales implican el uso de disolventes como el éter etílico o el hexano y la

ejecución de procesos más complejos en laboratorio y, por tanto, más tiempo.

“Los organismos certificadores de calidad podrían emplearlo para agilizar los análisis para detectar si el aceite está adulterado”, explica a la Fundación Descubre la investigadora de la Universidad de Jaén Priscilla Rocío Bautista.

Tal y como explican en el artículo ‘Paper spray mass spectrometry profiling of olive oil unsaponifiable fraction for commercial categories classification’ publicado en *Talanta*, cada tipología comercial de aceite de oliva posee una serie



La unión de velocidad, atenuación y de frecuencia proporcionan una serie de variables ultrasónicas que caracterizan perfectamente una muestra de aceite.

de características químicas concretas, es decir, patrones moleculares que definen su sabor, su aroma y su acidez, entre otras cualidades. Estos patrones son como una “huella dactilar”, que ya es ampliamente conocida entre los expertos que producen el aceite de oliva virgen, virgen extra y orujo de oliva.

Dos pasos y 63 muestras de aceite

Los expertos explican que siguieron una metodología de dos pasos, probada en 63 muestras de aceite diferentes (de aceite de oliva virgen, virgen extra, orujillo de oliva y aduiteradas).

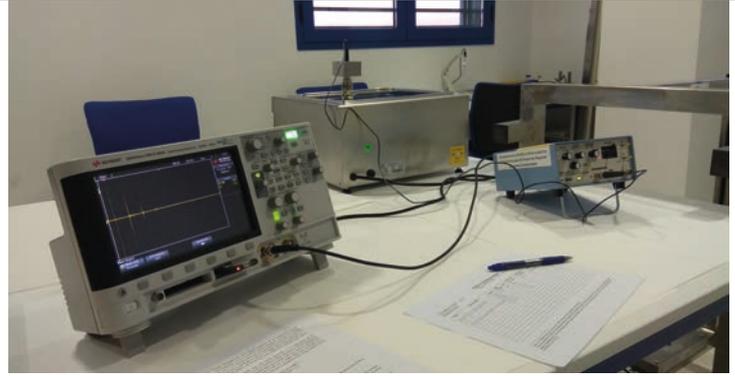
En primer lugar, cortaron un trozo pequeño de papel, del tamaño aproximado de una uña, en forma de triángulo y depositaron una gota del aceite a analizar. Luego, introdujeron esta muestra en una máquina de análisis químico llamada espectrómetro de masas, que es la que identifica las distintas moléculas del aceite e indica, por ejemplo, si tiene un mayor o menor porcentaje de acidez y los compuestos aromáticos que posee, entre otras cuestiones.

Después, los investigadores transfirieron esta información a un programa informático estadístico, que creó un algoritmo con los datos obtenidos para comprobar si el perfil de la muestra analizada coincidía con los patrones moleculares que ya son conocidos del aceite de oliva virgen, virgen extra y orujo de oliva. “De este modo, el programa nos avisa si la muestra está mezclada con otros compuestos o está adulterada de alguna forma”, concluye Priscilla Rocío Bautista. Los resultados arrojaron un acierto en el 90% de los casos analizados.

Actualmente, de los investigadores del Grupo de Química Analítica de la Universidad de Jaén (FQM 323) se centran en mejorar esta metodología para incluir otro tipo de matrices de aceite y, de este modo, poder detectar adulteraciones con aceites de semilla o de otros frutos. Además, quieren ampliar el alcance de la misma para identificar no sólo los compuestos del aceite; también si éste contiene pesticidas.

Inspección por ultrasonidos

Actualmente la calidad del aceite comestible se evalúa mediante técnicas de análisis tradicionales que generalmente son destructivas. Pero desde la Universidad de Extremadura



En su estudio, la Uex ha utilizado señales ultrasónicas pulsadas con una frecuencia de 2,25 MHz.

están realizando esfuerzos para encontrar métodos alternativos con técnicas no destructivas como el Ultrasonido.

Desde el Grupo de Radiaciones no Ionizantes y de Inspección Ultrasónica de la Escuela Politécnica de la UEx, junto con profesionales en Ciencias de los Alimentos, se ha desarrollado una técnica utilizando señales ultrasónicas con el objetivo de confirmar la viabilidad de la inspección ultrasónica no destructiva para caracterizar y detectar prácticas fraudulentas en aceite de oliva.

Tal y como explica Antonio Jiménez, autor del estudio, “gracias a la inspección por ultrasonidos podemos caracterizar acústicamente el aceite. Para ello valoramos diversos parámetros relacionados con la velocidad, la atenuación y la frecuencia de las ondas ultrasónicas”. Además, añade el investigador, “la principal novedad de este trabajo es el estudio frecuencial del sonido propagado por el aceite. De esta forma podemos saber cuáles son las frecuencias que ese sustrato se encarga de reforzar y cuáles son las que se encarga de atenuar”.

Los resultados, indica el investigador y profesor de la UEx, han revelado “la idoneidad de esta técnica a la hora de clasificar muestras de aceite puro y adulterado”. Agrega el profesor Jiménez que “la unión de velocidad, atenuación y de frecuencia proporcionan una serie de variables ultrasónicas que caracterizan perfectamente una muestra de aceite”.

Para realizar el estudio se han utilizado señales ultrasónicas pulsadas con una frecuencia de 2,25 MHz, aplicándolas en muestras de aceite de oliva puro. Además, se midieron los valores de viscosidad y densidad.

Todo ello redunda en la idoneidad de la inspección ultrasónica no destructiva como método alternativo a las técnicas tradicionales de evaluación de aceites comestibles. Pues como añade el profesor de la UEx, “la inspección por ultrasonidos de baja frecuencia es un procedimiento que permite obtener resultados en tiempo real, no destructiva y rentable. Al contrario que las técnicas tradicionales, que suponen por un lado la destrucción del producto y, por otro, generan residuos químicos que deben ser tratados posteriormente. Además, el tiempo necesario para un análisis destructivo completo es elevado y conlleva un coste económico, al que se suma el elevado precio de las muestras de este tipo de productos”.



A partir del análisis y el estudio de sus propiedades

OLEAF4VALUE desarrolla productos biológicos a partir de la hoja de olivo

Las hojas de olivo se han infrautilizado principalmente debido al escaso conocimiento de sus beneficios para la salud, opacado por la popularidad de las aceitunas y el aceite de oliva en las tradiciones culinarias. Existen muchos retos en las técnicas de procesado, restricciones normativas y un limitado desarrollo de la investigación y concienciación de los consumidores que también contribuyen a su infrautilización. En este artículo, nos gustaría profundizar en las varias razones por las que la revalorización de las hojas de olivo es crucial.

Por **Investigadores de Natac**
Coordinador de OLEAF4VALUE.

¿Te has preguntado alguna vez qué ocurre con las hojas de olivo después de la recolección y la poda? ¡Pues se quedan en el campo y en los molinos! Constituyen una cantidad asombrosa de biomasa: los olivos destinados a la producción de aceitunas de mesa deben podarse todos los años, mientras que los olivos cultivados para la producción de aceite de oliva deben podarse cada dos años.

Se calcula que sólo en España se produce anualmente la friolera de 1,25 millones de toneladas de biomasa de hoja de olivo, lo que representa aproximadamente el 50% de la producción total mundial. La mayor parte de la biomasa procedente de la poda se ha dejado tradicionalmente en el suelo, se ha dado de comer al ganado o se ha quemado, lo que supone la infrautilización de un recurso valioso y contribuye a las emisiones de gases de efecto invernadero.



Investigadores de Natac, coordinador de OLEAF4VALUE, analizan y estudian las propiedades de las hojas de olivo.

De hecho, la biomasa de la hoja de olivo es rica en valiosos compuestos bioactivos, como polifenoles, triterpenos, aceites esenciales, lípidos y lignocelulosa, lo que la convierte en un activo potencial para diversas industrias, como la alimentaria, la de piensos, la química, la nutracéutica, la cosmética y la farmacéutica. Recoger y encontrar la mejor ruta de valorización para un lote determinado de biomasa de hojas de olivo es

todo un reto y hasta ahora se había intentado de forma limitada.

OLEAF4VALUE es un proyecto colaborativo de 3 años financiado por la UE (financiado en el marco del BBI-JU, ahora conocido como CBE-JU) que comenzó en junio de 2021 y finaliza en julio de 2024. Reúne a un consorcio de 16 socios con amplia experiencia dedicados a explotar plenamente el potencial de esta biomasa que está siendo desaprovechada. El proyecto utiliza tecnologías de biotransformación enzimática y nanoencapsulación para crear productos a medida para mercados de usuarios finales específicos. El consorcio incluye entidades de toda la cadena de valor, que abarcan la recogida y el suministro de materias primas, los procesos de biorrefinería, las tecnologías posteriores a la extracción, el bioanálisis, la validación del mercado y la evaluación del impacto, incluida la sostenibilidad.

El objetivo principal del proyecto es ofrecer una solución sostenible para la valorización integral de las hojas de olivo, es decir, encontrar el mejor producto final para el estado dado de las hojas: factores como el origen, las prácticas hortícolas, el tipo de árbol y la procedencia de las hojas (es decir, si las hojas crecieron en ramas más viejas y bajas o en brotes

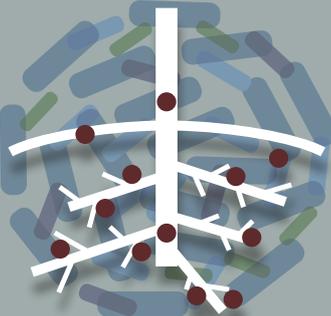


En España se produce anualmente 1,25 millones de toneladas de biomasa de hoja de olivo.

nuevos cerca de la copa del árbol) pueden influir en qué compuestos pueden extraerse y en qué cantidades de las hojas. El proyecto pretende establecer seis nuevas cadenas de valor que introducirán en el

**Terra-Sorb
radicular**

SymBiotic®



Toda la información:



Tu **Terra-Sorb®**
de siempre,
más vivo que nunca

Bioiberica

BIOESTIMULANTE PROBIÓTICO





OLEAF4VALUE es un proyecto colaborativo de 3 años financiado por la UE que comenzó en junio de 2021 y finaliza en julio de 2024.



mercado 24 productos biológicos y rentables. Estos productos pretenden crear valor en toda la cadena, haciendo hincapié en el sector primario.

Muestras de hojas de olivo de INGECOR, socios de OLEAF4VALUE

En el proceso de revalorización se utilizan actualmente compuestos destacables como la oleuropeína, la luteolina y el ácido oleanólico, presentes en los extractos de hoja de olivo. Entre los productos resultantes figuran conservantes naturales, tratamientos para determinadas enfermedades como la diabetes, antioxidantes para el mercado alimentario, nuevos aditivos para piensos destinados a mejorar la salud animal y reducir el uso de antibióticos y, por último, nuevos componentes básicos y antioxidantes naturales para el sector químico.

Además, varios compuestos de base biológica generados por el proyecto muestran resultados prometedores como posibles ingredientes cosméticos, por ejemplo, ofreciendo protección contra el estrés oxidativo.

Evaluación de la biomasa

Hasta la fecha, OLEAF4VALUE ha desarrollado con éxito usos punteros de los sensores, por ejemplo, la espectroscopia NIR, una técnica que muestra resultados prometedores en la evaluación de componentes clave como la oleuropeína y otros compuestos bioactivos de las hojas de olivo. El proyecto también ha explorado el impacto de distintos tratamientos de las hojas antes de

su valorización, como el secado o la fermentación, en la composición química final.

Diseño inteligente de biorrefinerías

Además, el proyecto OLEAF4VALUE está dando los últimos toques a un innovador diseño de biorrefinería inteligente que será capaz de producir más de 40 bioproductos diferentes a partir de hojas de olivo.

Innovaciones bioquímicas

Utilizando enzimas y cepas microbianas, el proyecto OLEAF4VALUE ha logrado obtener más de 20 moléculas a partir del ácido oleanólico y la oleuropeína, algunas de ellas totalmente nuevas.

Pruebas de productos y lanzamiento al mercado

Los extractos del proyecto OLEAF4VALUE están demostrando ser eficaces antioxidantes y agentes antimicrobianos. Esto podría tener beneficios para la salud intestinal y el sistema inmunitario, aunque estos efectos aún se están probando.

El ácido oleanólico tiene actividad farmacológica, participando en procesos como hepatoprotección, antiinflamación, antioxidación, antidiabético, antitumoral y antimicrobiano. Sin embargo, sus aplicaciones terapéuticas se ven limitadas por su escasa solubilidad en agua, permeabilidad y biodisponibilidad. En el marco del proyecto OLEAF4VALUE, los socios investigadores han descubierto que distintas formulaciones, como microemulsiones y dispersiones sólidas, han mejorado la biodisponibilidad de los compuestos, facilitando su administración y absorción eficaz.

Además, uno de los elementos que garantizan la viabilidad financiera es el aporte energético necesario para la extracción de los compuestos, que también desempeña un papel clave en el impacto medioambiental de los polifenoles y los productos derivados de la lignocelulosa del proyecto.

El proyecto OLEAF4VALUE se ha comprometido a demostrar su sostenibilidad y a minimizar el impacto ambiental de los productos a lo largo de todo su ciclo de vida.

Hagamos frente juntos A LOS RETOS del futuro

Con tu trabajo diario proteges el futuro de nuestro campo, la biodiversidad y los recursos naturales de nuestra tierra.

Y en Caja Rural queremos ayudarte a seguir haciéndolo:
confíanos la tramitación de tu PAC 2024

Confíanos tu PAC.
Cuidemos juntos el futuro:



Agilidad en el servicio



Especialistas en la tramitación



Personalización en la gestión



EN CULTIVOS LEÑOSOS

Cubiwood: un proyecto para implementar cubiertas vegetales

Apenas el 25% de los cultivos leñosos en España disponen de cubierta vegetal. UPA, con el apoyo de la Fundación Biodiversidad y la colaboración de Deoleo, lanza Cubiwood, un nuevo proyecto de innovación para fomentar esta práctica que conlleva grandes beneficios para la salud de los suelos.



UPA creará una red de fincas experimentales y un comité científico que recopilen y divulguen buenas prácticas.

La agricultura europea afronta el enorme reto de alimentar a una población creciente realizando un uso cada vez más sostenible de los recursos. Uno de esos recursos es el suelo, que cobra cada día más relevancia y recibe una mayor atención por parte de Administraciones, Gobiernos, científicos y agricultores.

Con el objetivo de mejorar el uso del suelo en tierras dedicadas a los cultivos leñosos –entre los que se incluyen frutales, cítricos, olivar y viñedo–, UPA ha diseñado y lanzado el proyecto ‘Cubiwood. Descubrien-

do las cubiertas vegetales en cultivos leñosos’, que cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, a través de la Convocatoria de subvenciones para la realización de proyectos que contribuyan a implementar el Plan Nacional de Adaptación al Cambio Climático (2021-2030), y con la colaboración de Deoleo.

El proyecto Cubiwood desplegará una batería de acciones orientadas a incrementar el porcentaje de hectáreas de cultivos leñosos que practican la cubierta vege-

La cubierta espontánea es la técnica mayoritaria, destacando especialmente su uso en olivar, con 781.026 hectáreas (28% de la superficie de este cultivo)



Un correcto manejo del suelo reduce el riesgo derivado del cambio climático en zonas vulnerables.

tal, que en la actualidad son 1,35 millones de hectáreas, lo que supone el 25% de la superficie total de cultivos leñosos. La cubierta espontánea es la técnica mayoritaria, destacando especialmente su uso en olivar, con 781.026 hectáreas (28% de la superficie de este cultivo).

La importancia de la cubierta vegetal

Un correcto manejo del suelo en ámbitos agrícolas es fundamental para reducir los riesgos derivados del cambio climático en zonas vulnerables. Los más de 5 millones de hectáreas que España dedica a los cultivos leñosos, en zonas de importantes pendientes, con una tasa de pérdida de suelo destacada, necesitan la aplicación del conocimiento científico para la puesta en marcha de prácticas de resiliencia frente el cambio climático.

Para ello UPA va a crear una red de fincas experimentales y un comité científico que recopilen y divulguen buenas prácticas, casos de éxito y revisen la base científica acumulada por diferentes grupos de investigación. El proyecto analizará aspectos como la retención de agua, el balance de emisiones, o el estado de la biodiversidad en fincas con y sin cubiertas vegetales.

“La implantación de cubiertas en cultivos leñosos no es una práctica sencilla, y es necesario realizar una enorme labor de formación y asesoramiento para su puesta en marcha”, reconocen desde UPA. Para ello, realizarán

Grado de penetración de cubiertas vegetales en España

	Porcentaje de hectáreas del total que practicaron la cubierta vegetal en 2021
Frutales de pepita	76,5%
Fruta de hueso	47%
Cítricos	42,7%
Olivar	30,7%
Frutos Secos	18,7%
Viñedo	5,7%

módulos formativos, artículos de investigación y una guía práctica de manejo de las cubiertas vegetales, así como jornadas en campo con agricultores.

La situación de las cubiertas vegetales

La nueva PAC contempla ayudas especiales para aquellos agricultores que realicen estas prácticas. Sin embargo, de entre los nueve ecorregímenes disponibles, el de la cubierta vegetal ha sido el que ha tenido una menor aceptación por parte de los agricultores en el primer año de aplicación de la nueva PAC, por lo que se hace “necesario vencer esa resistencia utilizando el conocimiento y experiencias de éxito, además de escuchando al sector”, explican desde UPA.

El proyecto Cubiwood desplegará una batería de acciones orientadas a **incrementar el porcentaje de hectáreas de cultivos leñosos que practican la cubierta vegetal**



JULIÁN MARTÍNEZ LIZÁN, CONSEJERO DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y DESARROLLO RURAL DE CASTILLA-LA MANCHA

La consejería prepara nuevas líneas de ayudas enfocadas al sector agrario y ganadero

Olimerca.- ¿Cuáles van a ser las prioridades de su Consejería en el sector agrario de su Comunidad para los próximos años?

Julián Martínez.- Mi objetivo es ayudar a todo el sector agrario y hacerlo con mucho más ahínco si cabe a causa de las dificultades que tiene. Por ello, entre las prioridades de esta Consejería está la implementación del nuevo Plan Estratégico de la PAC (PEPAC), pero adaptado a la realidad agronómica de todas las comarcas de Castilla-La Mancha.

Para ello vamos a proponer este mismo mes de febrero al Ministerio la modificación del PEPAC con cuestiones estratégicas como la simplificación administrativa o el retraso en la aplicación del cuaderno digital. Además, Castilla-La Mancha ha sido primera región que ha conseguido la flexibilización de la PAC, con plenas garantías jurídicas, en 245 municipios que han sufrido una rigurosa sequía, una petición, pero queremos ir más allá para que esta flexibilización sea estructural y así lo recoja el PEPAC.

También queremos apoyar decididamente al sector de la ganadería con un plan específico para la ganadería extensiva.

Olimerca.- A nivel económico ¿qué líneas manejan para este fin?

Julián Martínez. - Por poner algunos ejemplos significativos, el pasado 28 de diciembre se publicó una línea especial de ayudas para jóvenes menores de 40 años, en vigor hasta el 30 de marzo, que cuenta con un presupuesto total de 25 millones de euros. La ayuda básica ha pasado de los 27.000 euros a los 37.000. Un joven que quiera incorporarse a la agricultura puede contar con una ayuda de hasta 60.000 euros.

Además, próximamente se abrirá una nueva convocatoria para mejorar las explotaciones dotada con otros 25 millones de euros, que puede llegar hasta el 70% de la inversión solicitada. Su objetivo es facilitar el acceso al sector primario en los municipios donde hay más dificultades, con una mayor despoblación y donde el acceso a la



Julián Martínez Lizán.

tierra puede ser más difícil. En ambos casos, esos 25 millones iniciales serán ampliables.

También queremos apoyar al sector agroindustrial de la región, para lo que se van a convocar distintas líneas de ayudas vinculadas a la calidad alimentaria de la región, la modernización y transformación, la promoción y la mejora de la calidad, líneas Focal, Vinati etc., todo ello desde los grupos de desarrollo rural, siempre y cuando el importe sea inferior a 100.00 euros.

Otra acción importante es que en los próximos días se firmará un acuerdo con todas las entidades financieras de la región que lo deseen, y que nos consta que mayoritariamente serán todas, con en el que se pondrán préstamos a disposición de los agricultores con tipos preferentes a la hora de pagar intereses y costes de apertura que pueden resultar de interés para todos ellos.

Olimerca.- ¿Qué proyectos tienen previstos para impulsar las DOP e IGP en esta comunidad?

Julián Martínez. - Estamos en una zona privilegiada de producción agroalimentaria con productos de la máxima calidad, por lo que queremos seguir impulsando nuevas

DOP. En 2023 se implementaron dos nuevas Denominaciones de Origen: cebolla de La Mancha y nueces de Nerpío (ésta última con carácter supraautonómico) a las que se pueden sumar otras de aceites, pistacho y vino en el corto plazo. Concretamente, esperamos que a no mucho tardar se apruebe con carácter definitivo la DOP Vinos de Campo de Calatrava. Todo ello acompañado de esa doble marca de calidad: Campo y Alma, para construir un mayor valor añadido.

En la parte administrativa, desde esta Consejería entendemos que hay mucha burocracia y nos hemos planteado la puesta en marcha de una dirección general completa, la de Ordenación Agropecuaria, para agilizar los trámites de las solicitudes de ayudas. En definitiva, simplificar la gestión administrativa que tienen que llevar a cabo nuestros agricultores y ganaderos.

Olimerca.- ¿Cuáles son los principales problemas que necesita resolver el sector agrario para garantizar su continuidad?

Julián Martínez.- Una de las mayores preocupaciones en estos momentos es la incidencia climática en el campo. Estamos en unos años muy complicados. La sequía, el pedrisco y las heladas han puesto en jaque algunas producciones. En la ganadería la falta de agua ha hecho que los productos destinados a alimentación ganadera hayan escaseado, pero también han aparecido nuevas enfermedades que han creado una gran preocupación en los ganaderos.

Olimerca.- ¿Qué medidas se van a adoptar desde su Gobierno para abordar el problema de la sequía y la gestión del agua?

Con el cambio introducido después de las elecciones de junio del año pasado, la Consejería de Agricultura no tiene ahora las competencias en materia de agua, que han pasado a manos de la Consejería de Desarrollo Sostenible. No obstante, desde Agricultura mantenemos las líneas de apoyo a la modernización y transformación de regadíos en aquellas zonas en las que los diferentes planes de Cuenca que atraviesan nuestra región nos permiten disponer de alguna bolsa de agua para la implementación de nuevos regadíos. Me gustaría recordar que en esta materia, desde 2015 hemos invertido 260 millones de euros para mejorar y transformar 186.000 hectáreas de regadío, proceso que está en ejecución, y queremos aprovechar el Plan Director de Regadíos para transformar 25.000 hectáreas de secano en regadío con una inversión superior a los 250 millones.

En cualquier caso, desde Agricultura y Desarrollo Sostenible estamos trabajando de manera conjunta, viendo fórmulas de colaboración para poder obtener los mejores resultados para nuestros agricultores y ganaderos, y sobre todo ver la posibilidad de encontrar solución a problemas muy antiguos en gestión hídrica en nuestra región.

Olimerca.- El relevo generacional se ha convertido en otro de los problemas para la continuidad de las empre-

sas agrarias. ¿Qué tipo de ayudas o incentivos está llevando a cabo su consejería para abordar este tema?

Julián Martínez.- Aparte de la incorporación de los jóvenes, en la que también hemos flexibilizado la posibilidad de incorporarse en determinados sectores y municipios en despoblamiento, ahora en febrero ha empezado la campaña de la PAC, que denominamos de solicitud única pero que recoge en torno a 40 líneas de ayudas a las que los agricultores se pueden acoger, en función de su explotación. Además, están todas las ayudas de promoción de la calidad alimentaria, que habitualmente se van haciendo en convocatorias en años alternos, pero este año la previsión es convocarlas todas.

En desarrollo rural, que es la tercera pata de esta consejería, a través de los 29 grupos que hay en la región, se van a implementar ayudas para nuevos emprendedores, como el Bono de Emprendimiento Rural, que será una herramienta clave para que los jóvenes miren el campo como una opción de trabajo, cuya ayuda económica ascenderá hasta 27.000 euros. En definitiva, nuestro objetivo es dar apoyo a un sector, como es el agroalimentario, que supone una quinta parte de la económica de Castilla-La Mancha, (el 18%), tanto con fondos europeos como autonómicos, para que se puedan hacer esas inversiones y dar valor añadido a sus productos, además de asentar la población.

Olimerca.- ¿Qué importancia tiene para su Consejería el sector del olivar y del aceite de oliva?

Julián Martínez.- El futuro del aceite de oliva en Castilla-La Mancha tiene una expectativa máxima. La superficie de olivar está creciendo en los últimos años y se está viendo un mayor atractivo para el cultivo. Sin embargo, seguimos por debajo de la media de las anteriores cosechas. Para esta campaña se esperan unas 75.000 toneladas, muy por debajo de las 110.000 ton de la media de los últimos años.

Hay mucho olivar nuevo, se ha avanzado en la calidad de los AOVE, con cuatro DOP, y se ve como un producto atractivo para la industria. Nuestro objetivo será seguir trabajando en la mejora de calidad con nuevas DOP que ponen de manifiesto la calidad de nuestras producciones y que el consumidor valore los mejores productos que se elaboran en esta comunidad.

PRÓXIMAS AYUDAS EN LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA DE CASTILLA-LA MANCHA

- Firma en breve de un acuerdo con las entidades bancarias para que las condiciones de financiación aporten liquidez al sector.
- En abril se abonarán 60 millones de euros correspondientes a ayudas agroambientales y habrá una nueva ayuda agroambiental para el girasol.
- En este primer trimestre se van a empezar a pagar las ayudas asociadas, priorizando la ganadería.
- Abono en marzo de 30 millones de euros para la sequía.
- 2 millones para paliar los daños ocasionados por la EHE y la tuberculosis ovina y caprina.

Evolución del sector del aceite de oliva: importancia económica en Castilla-La Mancha

Por **Cristina Gutiérrez Conejo**

Técnica Sectorial de Aceite de Oliva de Cooperativas Agro-Alimentarias de Castilla-La Mancha

La superficie nacional de olivar en 2023 corresponde a 2.788.084 has (Datos ESYRCE), de las cuales 451.994 hectáreas se encuentran en Castilla-La Mancha, lo que supone más de un 16% del total nacional, manteniendo la segunda posición por comunidades autónomas por detrás de Andalucía.

Respecto a los cultivos principales en Castilla-La Mancha, en la misma encuesta sobre superficies y rendimientos de cultivos 2023, el olivar de nuestra región se igualaría, e incluso superaría a la superficie de viñedo con 451.124 hectáreas.

La producción nacional de aceite de oliva la campaña oleícola 2022-23, pasará por ser la segunda más baja en los últimos 10 años, alcanzando tan solo 665.843 toneladas, lo que ha supuesto un -55% respecto a la campaña anterior que fueron 1.493.008 ton. El rendimiento medio de la campaña fue del 18,42%, por debajo en un 1,20 puntos sobre el rendimiento medio de las últimas 9 campañas situado en 19,63%.

Lo que respecta a CLM seguimos siendo la segunda comunidad autónoma productora de aceite de oliva a nivel nacional con 66.753 ton, alcanzando el 10% de la producción nacional. El rendimiento graso medio en CLM es del 19,68 % lo que nos posiciona como la primera comunidad autónoma con mayor cantidad de aceite por kilo de aceituna.

En la Tabla 1 se detalla las producciones obtenidas en cada una de las provincias castellanomanchegas en 2023, destacando Ciudad Real como la más productiva, seguida de Toledo, Albacete, Cuenca y Guadalajara.

Balance de Campaña 2024

En el ámbito productivo nacional, la campaña en curso avanza hacia las 800.000 toneladas de aceite en todo el territorio nacional, lo que supondría un 20 % más respecto a la campaña pasada, pero como ya todos sabemos, muy por debajo de las producciones medias de los últimos años, con el agravante de ser la segunda campaña continuada con baja producción.

En Castilla-La Mancha con prácticamente la totalidad de la cosecha recogida se puede decir que finalmente “se han salvado los muebles”, a pesar de las inclemencias meteorológicas con la prolongada sequía. El dato de producción a fecha 31 de enero de 2024 es de 97.212 toneladas de aceite, más de un 45% respecto a la campaña anterior, un aumento considerado teniendo en cuenta las primeras estimaciones a inicio de campaña, así como los bajos rendimientos grasos que se obtuvieron en los primeros meses de molturación en nuestra región y en todo el territorio nacional.

Tabla 1.

Provincia	Aceite producido 2017-2018	Aceite producido 2018-2019	Aceite producido 2019-2020	Aceite producido 2020-2021	Aceite producido 2021-2022	Aceite producido 2022-2023	MEDIA PRODUCCIÓN últimas 5 campañas
ALBACETE	15.248,27	15.997,64	13.324,43	17.260,30	15.185,60	8.461,10	15.403,25
CIUDAD REAL	46.788,47	86.047,05	34.624,85	63.500,14	56.716,50	36.359,85	57.535,40
CUENCA	4.491,25	9.621,31	3.397,06	7.764,99	4.415,00	2.476,48	5.937,92
GUADALAJARA	1.530,68	3.668,94	951,84	2.608,33	1.306,65	736,38	2.013,29
TOLEDO	37.814,42	66.879,85	16.021,96	41.059,23	50.270,60	18.718,83	42.409,21
CASTILLA LA MANCHA	105.873,09	182.214,79	68.320,14	132.192,99	127.894,35	66.752,64	123.299,07

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Tabla 2.

Provincia	Aceite producido 2017-2018	Aceite producido 2018-2019	Aceite producido 2019-2020	Aceite producido 2020-2021	Aceite producido 2021-2022	Aceite producido 2022-2023	Aceite producido 2023-2024 31 enero MAPA	% de Aceite producido respecto a la campaña anterior
ALBACETE	15.248,27	15.997,64	13.324,43	17.260,30	15.185,60	8.461,10	9.989,34	18,06%
CIUDAD REAL	46.788,47	86.047,05	34.624,85	63.500,14	56.716,50	36.359,85	49.483,13	36,09%
CUENCA	4.491,25	9.621,31	3.397,06	7.764,99	4.415,00	2.476,48	3.869,01	56,23%
GUADALAJARA	1.530,68	3.668,94	951,84	2.608,33	1.306,65	736,38	1.383,64	87,90%
TOLEDO	37.814,42	66.879,85	16.021,96	41.059,23	50.270,60	18.718,83	32.487,32	73,55%
CASTILLA LA MANCHA	105.873,09	182.214,79	68.320,14	132.192,99	127.894,35	66.752,64	97.212,44	45,63%

Elaboración propia CACLM con datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Respecto a las provincias castellanomanchegas, como se puede ver en la tabla 2, la producción acumulada más alta registrada a fecha de 31 de enero 2024 ha sido la de Ciudad Real, con casi 49.485 t, seguida de Toledo, con 32.487,32 t, Albacete, con 9.989,34 t, Cuenca con 3.869,01 t, y Guadalajara, con 1.383,64 t.

Las casi inexistencias de heladas en diciembre y enero, la ausencia de picada de mosca del olivo propició frutos sanos, lo que ha supuesto en general una buena calidad de nuestros aceites durante toda la recolección. Los rendimientos grasos en general han sido bajos, pero en Castilla-La Mancha siempre nos situamos cerca del punto y medio por encima del resto.

Del total de aceite obtenido hasta la fecha de publicación de este artículo, 97.212 toneladas (según datos MAPA) se ha producido en 257 almazaras de Castilla-La Mancha, de las cuales 127 son cooperativas, que molturan más del 56 % de la producción total regional. Esa división de almazaras cooperativas provoca, entre otros aspectos, una baja dimensión económica y pérdida de poder negociador en ocasiones.

Desde Cooperativas Agroalimentarias de CLM trabajamos de la mano del sector desarrollando diferentes actividades sectoriales que pueden beneficiar a todas estas almazaras cooperativas.



COLIVAL

S.C.O. de Valdepeñas

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

*vasden
vero*



El reto de la sostenibilidad es ya una realidad en Grupo Montes Norte



Está de moda hablar sobre Economía Circular, pero no todo el mundo comprende completamente su verdadero significado y las implicaciones que conlleva. En las industrias de Grupo Montes Norte ya es habitual desde hace varios años el uso de combustibles sostenibles, como es el hueso de aceituna, obtenido por el propio Grupo en su Industria Sostenible.

Grupo Montes Norte, a través de su Industria Sostenible, aprovecha el alperujo húmedo y los afluentes de las almazaras, de los que se obtienen nuevos productos, como el hueso de aceituna, el alperujo grasoso seco, cenizas que sirven como fertilizantes e incluso de los afluentes, polifenoles y otros componentes minoritarios para uso farmacéutico y cosmético. Esto ejemplifica el concepto de la Economía Circular.

En la compañía existe un firme compromiso para minimizar el impacto medioambiental de sus procesos productivos. Por ello, ya se hace uso del hueso de aceituna como biocombustible, de energías renovables gracias a las placas solares instaladas en las principales instalaciones del Grupo y, en breve, se incorporarán puntos de carga eléctrica en sus estaciones de servicio.

De manera paulatina, el consumo de energía renovable se está extendiendo al resto de industrias de este Grupo Cooperativo. Además, se están explorando actualmente nuevas líneas de investigación con la colaboración de la Universidad de Castilla-La Mancha. Estas investigaciones se centran en analizar la presencia de polifenoles y otros compuestos minoritarios que existan en las aguas del proceso que se realiza en la Industria Sostenible de Grupo Montes Norte. También se está evaluando, en asociación con una empresa privada, la posibilidad de obtener biometano en la misma industria para su incorporación a la red de gas. Como subproducto de este proceso, se busca también la obtención de fertilizantes, completando así el ciclo de la aceituna y aumentando el valor de los productos de todas sus cooperativas.

Conscientes de la importancia de cuidar cada fase industrial, la envasadora del Grupo funciona con energía solar. Con respecto a sus proveedo-

res “no sólo buscamos buenos precios de materiales auxiliares para influir lo menos posible en el precio final de los aceites y vinos que envasamos, sino que damos prioridad a proveedores del entorno” afirma María Amores, responsable de Marketing y Comunicación del Grupo que comenta que apostando por proveedores de cercanía se consigue reducir las emisiones de CO2 al evitar grandes traslados del material, disminuyendo la cantidad de embalaje empleado en los mismos y, al fin y al cabo, influyendo positivamente en la economía regional.

AOVEs ecológicos

La elaboración de productos ecológicos es una base fundamental para Montes Norte. Su producción de aceite de oliva virgen extra ecológico es una de las mayores de España, promoviendo su consumo con atractivos diseños entre los que destaca su modelo Tesoro -una botella de barro hecha a mano por artesanos de la región-, contando con casi una docena de AOVEs ecológicos, además de otras referencias de aceites de oliva virgen y virgen extra desde los 0,025 l hasta los 5 litros. En las próximas semanas saldrá a la venta un nuevo formato de aceite ecológico de 3 litros.

Además, Grupo Montes Norte cuenta con un centro de interpretación, Olivía, con un aula con vistas a la almazara y al olivar, zona de showcooking, sala de catas y un Aula de la Naturaleza con jardín de los aromas y cultivos para estudiar su evolución.

“Elegir productos cuya trazabilidad es clara, como es el caso de las cooperativas de Montes Norte, y con objetivos tan importantes como los que estamos persiguiendo en nuestro Grupo, son un gran aliciente para mí tanto como representante de Montes Norte como consumidora directa y entiendo que también debería serlo para el resto” comenta María Amores.

DEJA QUE FLUYA

Nuestros aceites han sido elaborados siguiendo un **modelo de producción sostenible** según los principios de la **economía circular**. De esta manera alargamos la vida del fruto del olivo.

Saborea el resultado del trabajo de nuestros **más de 7.000 agricultores y agricultoras** que miman su producto.

Montes Norte



grupomontesnorte.com



CON ESFUERZO, ATENCIÓN Y CUIDADO EN EL CAMPO PARA CONSEGUIRLO

Olivapalacios: la calidad de un gran AOVE siempre comienza en el olivar



A través del control de todo el proceso de producción en su finca de Almagro (Ciudad Real) Olivapalacios consigue cada campaña obtener un AOVE de una calidad excelente, llegar a mercados poco explorados del continente europeo además de otros del americano y asiático..

Olivapalacios ha conseguido, por séptimo año consecutivo, la primera posición en el evooworldranking en la variedad picual y este año también ocupa la primera posición la variedad arbequina. Este ranking tiene en cuenta el resultado obtenido durante todo el año en más de 30 concursos internacionales que valoran la calidad del aceite de oliva, celebrados en todo el mundo.



Un éxito que desde la compañía identifican en varios factores. En primer lugar, “somos productores, y controlamos todo el proceso de producción en nuestra finca situada en Almagro (Ciudad Real)”. Además, “elaboramos nuestro aceite solo a partir de aceitunas frescas y sanas que han crecido en dicho olivar, que rodea a la almazara, con lo cual el tiempo transcurrido entre la recogida y el momento de la elaboración es mínimo”.

Las aceitunas son recogidas mediante un proceso de recolección temprana y molturadas posteriormente mediante un proceso de extracción en frío y procesos antioxidativos para preservar aromas, sabor y nutrientes naturales, y sobre todo priorizando la calidad en detrimento de la cantidad de aceite producido.

Pero señalan que no hay que olvidar que la calidad de un gran AOVE siempre comienza en el olivar. El esfuerzo, atención y cuidado que Olivapalacios pone en el campo a lo largo del año, tanto en el suelo como en los olivos, para garantizar su crecimiento y adecuada producción, y todos los procesos de gestión, control y evolución del olivar, y los análisis del suelo y foliares de cada parcela, aportan una referencia sobre el estado nutritivo del olivar y resultan clave para mejorar la toma de decisiones sobre el mismo olivar y la campaña en general.

Los olivos de esta compañía castellanomanchega crecen en un suelo de origen volcánico y bajo unas condiciones climáticas muy particulares, “con lo que conseguimos, desde el punto de vista organoléptico, que nuestros aceites se caractericen por su singular aroma y sabores herbáceos, fru-

tales, verdes y frescos; y con mucho equilibrio en sus atributos amargo y picante de forma que, aún teniendo una intensidad intensa desde el punto de vista de la cata profesional, sean agradables al paladar de los consumidores”.

Aproximadamente, un 60% de su volumen de producción se destinará a la exportación, aunque dado el crecimiento de su presencia en el mercado nacional en los últimos años en los diversos canales de venta, es posible que pueda llegarse a un equilibrio entre ambos mercados.

Para la campaña actual esperan un incremento significativo respecto a las ventas obtenidas la anterior campaña, tal y como ha ocurrido en años anteriores.

Y es que, después de muchos meses de trabajo de apoyo comercial a sus distribuidores “estamos consolidando la presencia reciente en diversos países europeos, como Rumanía o Polonia, además de la apertura de otros mercados interesantes como el de Canadá y diversas zonas de Estados Unidos”, aseguran.

Novedades

Los responsables de Olivapalacios están desarrollando el plan estratégico de Oleoturismo, que ofrecerán a partir de la próxima primavera, junto con la preparación y acondicionamiento de la infraestructura necesaria para ello.

Por otro lado, aseguran estar “inmersos en el desarrollo de diversos procesos de innovación tecnológica, que abarcan desde la recolección de aceituna y la extracción del aceite hasta su envasado y la logística en las entregas, que permiten aumentar la productividad y la eficiencia de las actividades y mejorar de manera continua”.

Y en relación con el campo de ensayo que Palacio de Los Olivos tiene en su Finca Los Palacios, donde dispone de más de 40 diferentes variedades de olivo, esperan seguir analizando en el transcurso de este año el rendimiento de aquellas variedades que mejor se adaptan a su terreno y clima, para iniciar una plantación de otra variedad de aceituna que complementará a las ya existentes: picual, arbequina y arbosana.

El mayor vivero de planta de olivo certificada en el mundo

Grupo Oleaplant es el mayor vivero de planta de olivo del mundo con una producción cercana a los 20 millones de plantas anuales. Ofrece planta certificada para plantación en seto y con un equipo completo para realizar llave en mano.

Con una producción cercana a los 20 millones de plantas anuales Grupo Oleaplant es considerado el mayor vivero de planta de olivo del mundo. Cuenta con un equipo completo para realizar llave en mano y ofrece planta certificada para plantación en seto.

Esta compañía tiene a sus principales clientes en España, pero también en Portugal, norte de África, Medio Oriente e Italia.

Dispone de campos de planta madre del IRTA, de España, etiqueta blanca, destinada a la multiplicación. Según

explican sus responsables, “todos los clones son seleccionados, siendo los más productivos, arbequina I 18, arbosana I 43 etc.

Oleaplant es el único vivero del mundo que dispone de 40.000 plantas madre para producir independiente y controlada sanitariamente toda su planta. Lo que más le demandan sus clientes son plantaciones en super intensivo destinadas a la mecanización. Y es que señalan que la mecanización va en aumento debido a la falta de mano de obra y por el elevado coste de producción y recolección en cultivos intensivos y tradicionales.

GROUPE  **leaplant**[®]

TECNOLOGÍA AGRÍCOLA INTENSIVA

**PLANTAS DE OLIVOS PARA
PLANTACIONES DE
ALTA DENSIDAD**

**LEADER O NIVEL
MONDIALE**

www.oleaplant.com

VIVEROS LES CHAMPS MODERNES (MAROCCO)
✉ groupe@oleaplant.com / restagri@yahoo.fr

SOCIEDAD OLEUM CANARY (ESPAGNE)
✉ oleumcanary@hotmail.com

TEL: 00 34 69 17 37 593 / 00 212 661 25 64 99





La DOP Aceite Campo de Calatrava se enfoca en crecer en ventas y fidelización

La Denominación de Origen Protegida Aceite Campo de Calatrava considera que la mejor tarjeta de presentación es que cada vez que un consumidor tenga la oportunidad de consumir sus AOVes quede gratamente sorprendido y no le deje indiferente. Por ello, su objetivo es crecer en ventas y fidelización de clientes basándose en la calidad de su producto.

Los Aceites de Oliva Virgen Extra de la DOP Aceite Campo De Calatrava son el buen resultado de un ensamblaje original y exclusivo de las variedades Cornicabra y Picual, principalmente, y en menor proporción se cultivan Arbosana, Hojiblanca, Arbequina, Koroneiki, Lecciana y Coratina.

El Campo de Calatrava es un lugar de encuentro natural entre estas variedades de olivo, que aportan todas sus riquezas nutricionales y organolépticas para conformar los mejores vírgenes extra certificados por la Denominación de Origen Protegida Aceite Campo de Calatrava.

Desde el punto de vista organoléptico estos Aceites de Oliva Virgen Extra expresan la aportación de cada una de las variedades amparadas, obteniéndose perfiles sensoriales con frutados complejos e intensos.

La calidad nutricional de los AOVes certificados reflejan un elevado contenido en polifenoles, antioxidantes naturales, que se expresan en boca con elegantes y equilibradas percepciones de amargo y picante en el rango de intensidades ligero y medio.

El manejo de cultivo con recolecciones seleccionadas y momentos óptimos de maduración de los frutos, generan una marcada presencia de frutados verdes de aceituna, notas de manzana que se acompañan de otras frutas frescas, ofreciendo al consumidor una rica experiencia sensorial.

Según las previsiones de la DOP esta campaña obtendrá un total de 2.139 toneladas de AOVE, frente a las 3.252 toneladas en la campaña anterior.

Explican que, como cada campaña, “las previsiones se enfocan en continuar creciendo en ventas y fidelización, basados en la calidad objetiva de nuestros AOVE certificados al amparo de la DOP. Consideramos que la mejor tarjeta de presentación es que cada vez que un consumidor tenga la oportunidad de consumir los AOVE de la DOP Aceite Campo de Calatrava, quede gratamente sorprendido y no le deje indiferente”.

Apuesta por el oleoturismo

La apuesta actual de la DOP Aceite Campo de Calatrava por



El Campo de Calatrava es un lugar de encuentro natural entre las variedades cornicabra y picual, principalmente.

el oleoturismo está focalizada en su Centro Interpretativo y en una segunda fase en la paquetización de experiencias oleoturísticas en las almazaras y olivares de los asociados.

Se trata de un espacio creado para la divulgación, aprendizaje y entretenimiento que tiene como objetivo dar a conocer la cultura del Aceite de Oliva Virgen Extra haciendo especial énfasis en los AOVE con Denominación de Origen Aceite Campo de Calatrava.

Dicho Centro Interpretativo trata de ofrecer un entorno didáctico, interactivo y promocional. En este sentido, proporcionar a la comarca del Campo de Calatrava de un recurso turístico y divulgativo de una de sus destacadas señas de identidad, como es el olivar y los vírgenes extra certificados de la DOP. “Es una aportación más en la apuesta de más territorio que valoriza y potencia los múltiples recursos de los que afortunadamente disponemos”, explican.

El visitante va a realizar un pequeño viaje desde el origen del cultivo hace siglos hasta su Marca de Calidad Diferenciada.



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



Tierra Verde aborda nuevos retos

En un especial sobre Castilla-La Mancha no puede faltar la presencia de la Asociación de Operadores Ecológicos Tierra Verde, una asociación compuesta por agricultores, ganaderos e industrias ecológicas que ya lleva 21 años trabajando en toda la Región y que con la nueva PAC ha decidido dar un paso adelante y abordar nuevos retos como nos comenta su secretario Javier Márquez.

Renovarse o morir”, la digitalización del campo es imparable, como lo es la digitalización del mundo, pero su implementación a “marchas forzadas” está causando no pocos problemas a los agricultores y ganaderos que ven incrementarse la burocracia y los controles “de una PAC para otra”. La asociación nació “para facilitar esas tareas a nuestros socios, entre otros objetivos, y hoy en día es más necesaria que nunca”, explica Márquez.

Por su parte, Melitón Arenas, miembro de la directiva y presidente de la Coop. Oleícola de Povedilla, en Albacete, explica que “como Cooperativa, a nosotros nos afecta lo que les afecta a nuestros socios. Cada nueva PAC ha requerido de un periodo de adaptación a las nuevas reglas por parte de los agricultores, pero desde que tengo memoria, este año ha sido uno de los más difíciles porque las propias entidades que debían hacer las solicitudes se encontraban perdidas, e incluso las reglas de juego cambiaban a mitad del partido y el resultado ha sido caótico. Por eso, a partir de este año, nuestra Asociación ha firmado un convenio con la administración por el cual nos hemos acreditado como EAC (Entidad Agraria Colaboradora) y nuestros técnicos podrán confeccionar las solicitudes de nuestros socios y de aquellos que lo soliciten. Será una Solicitud hecha para agricultores y ganaderos, por agricultores y ganaderos, para sacarle el máximo partido a la tierra y a los papeles”.

Otro de los nuevos proyectos a la vista es la creación de un Paquete de Tierras para ponerlo en valor en el Mercado de Créditos de Carbono. El presidente de la asociación, Luis Fernández, explica que esto se consigue “con el apoyo de nuestros socios que se encuentran en las cinco provincias de la región, a los que se suman nuestros socios de Tierra Verde Andalucía y con el asesoramiento de empresas que nos ayudarán a dar pasos sobre seguro en un terreno que aún se está desarrollando legalmente. Los agricultores y ganaderos podemos fijar CO2 mediante los manejos adecuados de nuestras explotaciones y ponerlo en valor significará una nueva fuente de financiación que nos ayudará a ser más sostenibles y por tanto a vivir en nuestros pueblos”.



Equipo Tierra Verde.



Pilar Gallego y María José López.

Añade Javier Márquez que “nos convertimos en EAC y trabajamos en un Proyecto de Créditos de Carbono, y en ambos casos tenemos los brazos abiertos a todos aquellos que quieran acompañarnos en una apuesta que abordamos desde el Campo para el Campo”.

Para saber más:

gestion@tierraverde.eu, www.tierraverde.eu o en Facebook y en YouTube como AsociacionTierraVerde.

Todolivo I-15^P



*La nueva variedad que revoluciona
la olivicultura mundial*

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



*Nunca antes cosechar
temprano fue tan rentable*



*-¿A qué esperas para
plantarla?*





Presencia e implicación de la mujer en el sector

La presencia y la implicación de la mujer en el sector del olivar y del aceite de oliva no es nuevo a lo largo de la historia aceitera en España y en el mundo.

La mujer siempre ha estado presente en los distintos eslabones de la cadena de valor del aceite de oliva a pesar de tratarse de un sector preferente masculino (se estima que en torno al 20/25% de titulares de explotación son mujeres).

Esa participación y su implicación ha ido creciendo año tras año hasta llegar en la actualidad donde la mujer destaca por su saber hacer, por su alto grado de formación, de profesionalización y por el reconocimiento adquirido en el conjunto de la sociedad.

En este contexto, en Olimerca queremos dedicar un espacio especial a reconocer y poner de manifiesto ese esfuerzo, ese trabajo de años, esa profesionalidad y ese saber hacer de numerosas mujeres que han dejado huella

y las que vienen detrás, que servirán aún más para poner a las mujeres profesionales en el lugar que se merecen.

Así, en cada edición de Olimerca seleccionaremos aquellos proyectos o aquellas iniciativas que se hayan posicionado en el mundo olivícola como líderes en su segmento y que sean merecedores de un reconocimiento global.

En esta ocasión nos vamos a centrar en la mujer en el ámbito universitario, en el cooperativo y en el analítico.

En el caso del ámbito universitario, la presencia femenina cada vez es mayor. Sin embargo, solo un 25% de los catedráticos de universidad son mujeres. Así lo explica Rosa Gallardo, Catedrática de Economía agraria y Directora de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y de Montes (ETSIAM) de la



Universidad de Córdoba, en el artículo que tienen en páginas posteriores.

Cooperativismo en femenino

A nivel cooperativo, más del 77% de las personas trabajadoras en las cooperativas andaluzas son mujeres, según un estudio realizado por la Federación Andaluza de Cooperativas de Trabajo (FAECTA).

Según los datos analizados, los órganos de gobierno de las cooperativas de trabajo en Andalucía están integrados en un 50,26% por hombres y en un 49,74% por mujeres, haciendo un análisis global y en general. Si bien es cierto que siendo en principio unas cifras que llegan a ser prácticamente 50-50%, si los analizamos en algunas provincias, según sectores económicos masculinizados y cooperativas masculinizadas se producen brechas de género que llegan a volcar datos de un 64,29% integradas por hombres y un 35,71% por mujeres en los órganos de administración de la cooperativa, como es el caso de la provincia de Jaén. Dicha brecha de género puede ser corregida con la implementación de medidas positivas en las cooperativas masculinizadas.

Sin embargo, a nivel de puestos directivos y gerenciales, las empresas cooperativas andaluzas están integradas (en cifras generales) en un 49,39% por hombres y en un 50,61% por mujeres, volcándose en este sentido la balanza hacia la mujer, en décimas. Además, se da la casuística en alguna provincia, como es el caso de Córdoba, de estar los puestos directivos ocupados en un 29,41% por hombres y en un 70,59% por mujeres. Produciéndose en este caso, una feminización considerable en los puestos gerenciales de las cooperativas cordobesas.

Como conclusión, el estudio revela que la fórmula cooperativa muestra indicadores que hacen pensar que el cooperativismo y, en concreto el de trabajo, se muestra como una fórmula jurídica y empresarial que cuenta con una amplia participación de mujeres, tanto desde el punto de vista laboral como mano de obra, como desde un punto de vista más empresarial o ejecutivo con una alta participación en la toma de decisiones empresariales.

En este sentido, el diseño de esta radiografía cuantitativa sobre las mujeres directivas en el cooperativismo andaluz deberá contribuir al fomento del liderazgo femenino en el emprendimiento cooperativo, al fortalecimiento del papel de la mujer en nuestro sector empresarial y a su mayor visibilidad social para las futuras generaciones de emprendedoras.

Sobre el papel de la mujer en las cooperativas andaluzas nos habla también en páginas posteriores Pilar Gómez, presidenta de AMCAE-Andalucía. Explica que, en la actualidad, el 32% de las personas asociadas a Cooperativas Agro-alimentarias en Andalucía son mujeres. En el sector oleícola a nivel andaluz el porcentaje es similar. Los datos también se extrapolan si atendemos a los consejos rectores de las cooperativas, donde hay un 7% de mujeres consejeras y el mismo tanto por ciento dentro del sector oleícola.

Queda un largo camino por recorrer y aunque la presencia femenina en estos ámbitos todavía es escasa, poco a poco vemos cómo cada vez, más mujeres apuestan por trabajar en este sector, y van accediendo a puestos de dirección y representación en un mundo que hasta hace no mucho ha estado dominado por la presencia masculina.



ROSA GALLARDO - CATEDRÁTICA DE ECONOMÍA AGRARIA Y DIRECTORA DE LA ETSIAM, UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

El techo de cristal de la mujer en el ámbito universitario

Las mujeres están cada día más presentes en el mundo de la investigación, la evolución es positiva, pero la realidad presenta algunas evidencias que nos deben hacer reflexionar para seguir avanzando.



A pesar de que en la actualidad más del 50% de los estudiantes de doctorado en España son mujeres, su presencia en el sistema español de ciencia y tecnología no llega al 40% (Ministe-

rio de Ciencia e Innovación, 2023). Esta tendencia de presencia decreciente de la mujer conforme avanza la carrera investigadora, también se observa dentro de la universidad, donde apenas el 25% de los catedráticos de universidad son mujeres. Hay, por tanto, un



abandono o un estancamiento en la carrera profesional de las investigadoras, que por el contrario sí tienen una presencia equilibrada con respecto a los hombres en la base y en escalones intermedios de esta carrera universitaria.

Esta realidad es la que muestra lo que denominamos el techo de cristal en el ámbito universitario, indicador que refleja la proporción de mujeres en los niveles básicos e intermedios de la carrera universitaria con la proporción en la posición de mayor rango. Este indicador ha ido mejorando en los últimos años, lo que visibiliza un aumento de la proporción de mujeres en el escalafón más alto de la universidad, pero aún se mantiene muy por encima de 1. Así, el techo de cristal ha disminuido sustancialmente en los últimos cinco años situándose en un 1,62 en el periodo 2020-2021 y evolucionando positivamente en relación al curso 2016-2017 donde este índice era del 1,86 (Ministerio de Ciencia e Innovación, 2023).

Según este mismo estudio, estas cifras de carácter general empeoran cuando nos referimos al ámbito de la Ingeniería y la tecnología, área que concentra poco más del 12% del total de investigadoras en 2021, 6,5 puntos porcentuales menos que en 2016. Igualmente, en el caso de las mujeres catedráticas se amplía la brecha de género en Ingeniería y tecnología (10% de las mujeres y 18% de los hombres), en comparación con los datos del curso 2018-2019 (9% de las mujeres y 15% de hombres).

Esta problemática se observa también en etapas formativas previas, como es el caso de Bachillerato, en el que a pesar de que el 53,7% del alumnado de bachillerato son chicas, este porcentaje se reduce en 10 puntos en la modalidad de Ciencia y Tecnología. Esta diferencia de base en la elección de estudios de bachillerato se acentúa posteriormente, con un menor porcentaje de mujeres que de hombres en las carreras técnicas al acceder a la formación superior



“El laboratorio más acreditado en aceite de España”



LA EXPERIENCIA DE LA MUJER EN LA UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

En el caso concreto de la Universidad de Córdoba, casi la mitad de las investigadoras son mujeres (49,85%), pero al igual que ocurre en la realidad que hemos descrito para el conjunto de la universidad española, las mujeres están mayoritariamente en la base, y no en la cumbre. Tan solo el 25% de los catedráticos de la Universidad de Córdoba son mujeres, mientras que este porcentaje alcanza el 50%, o incluso lo supera, en doctorandas (54,4%), profesoras sustitutas interinas (50%) o profesoras ayudantes doctoras (50,7). El área científico-técnica con menor presencia de la mujer en la Universidad de Córdoba también es la Ingeniería y arquitectura con apenas un 12% del total de las científicas.

En mi caso concreto, me incorporé a la Universidad de Córdoba en 1996 para comenzar mi doctorado después de una experiencia profesional en la empresa privada en Alemania, donde descubrí mi pasión por la investigación. Comencé mi Tesis doctoral en un ámbito en el que he continuado después mi actividad docente e investigadora: la competitividad de la agricultura y las políticas agrarias y agroalimentarias, con especial atención en varias fases de esta trayectoria al sector del olivar y del aceite de oliva. A partir de ahí, continué mi carrera universitaria pasando por diferentes etapas (profesora ayudante, profesora ayudante doctora, profesora contratada doctora y profesora titular de universidad) hasta llegar en 2021 a ser catedrática de universidad en el área de Economía, Sociología y Política agraria, formando parte de ese 25% de mujeres catedráticas en la Universidad de Córdoba.

Ha sido un camino largo, de mucho esfuerzo, pero también muy satisfactorio por lo que desde la universidad se puede aportar a un sector con el que me siento comprometida. En 2008 decidí dar el paso para incorporarme en la gestión universitaria, con la vocación y el interés de ayudar a avanzar a la Escuela en la que formé y en la que trabajo, la Escuela Técnica Superior de Ingeniería agronómica y de Montes (ETSIAM) de la Universidad de Córdoba. En 2016 fui elegida directora de la misma, siendo la primera vez en los entonces casi 50 años de historia de este centro universitario, en la que una mujer accedía a este puesto.

He encontrado siempre el respaldo y el apoyo de toda la comunidad universitaria (estudiantes, profesorado y personal técnico de gestión, administración y servicios) para trabajar juntos, por la consolidación de la ETSIAM como actor imprescindible en el desarrollo del sector agrario, forestal y agroalimentario.

La búsqueda de la excelencia, las alianzas público-privadas, la conexión con el sector-trabajar con él para convertir el conocimiento en innovación, y la innovación en desarrollo y para formar el profesional que mejor responda a las necesidades reales del sector-, la confianza mutua entre las empresas y la universidad, la apuesta por la transformación digital del sector, la dimensión internacional y la comunicación científica efectiva, han sido ejes determinantes de una etapa de dirección, intensa y tremendamente apasionante, que finaliza en este año 2024 con un sentimiento de profundo agradecimiento a mi Escuela, a mi universidad y a todo el sector agrario, forestal y agroalimentario.

universitaria, y que culmina con las diferencias que se constatan en el sistema de ciencia y tecnología. En la rama de Ingeniería y arquitectura, las alumnas apenas representan un 26,5% del total de alumnado en esas enseñanzas universitarias.

La mujer en la ingeniería agronómica

Si descendemos al ámbito de la Ingeniería agronómica, a pesar de que las mujeres son protagonistas indiscutibles en la producción agraria y agroalimentaria, así como en el mundo rural, su presencia en la Inge-

La GAMA de FERTILIZANTES más COMPLETA para Tu OLIVO



HEROGR[®]
FERTILIZANTES

POWERED BY HEROGR[®] GROUP



nería agrónoma es sin duda mucho menor de lo que debiera ser. La primera Ingeniera Agrónoma de España fue Isabel Torán Carré que se graduó con otros 18 alumnos en 1929 en la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos de Madrid, siendo la segunda en obtener un título de ingeniería en España. Desde entonces la evolución ha sido positiva, pero queda aún mucho camino por recorrer. Aunque las cifras varían de unos centros universitarios a otros, las mujeres representan entorno al 35% del total de los estudiantes de estas titulaciones.

Esta realidad se observa también en la carrera universitaria, aunque debe destacarse la positiva evolución del indicador de techo de cristal en el área científico-tecnológica “Ciencias agrícolas”, que ha descendido desde el 2,4 en 2016, hasta el 1,6 en 2021, último dato disponible (Ministerio de Ciencia y Tecnología, 2023). En general, es imprescindible la puesta en marcha de estrategias efectivas que incentiven la formación de mujeres profesionales en el ámbito de la Ingeniería agroalimen-

taria, para poner a disposición de este sector todo el talento necesario para acometer con garantías los grandes retos de futuro que se presentan.

Por otro lado, en lo que se refiere a la presencia de la mujer en la gestión universitaria, cabe destacar una evolución positiva: en 2021 casi la mitad de las universidades alcanzan el equilibrio de género en sus consejos de gobierno, mientras que en 2018 sólo la tercera parte tenía representación equilibrada de mujeres y hombres. Igualmente, casi el 60% de las universidades mantienen una representación equilibrada de mujeres y hombres en el consejo de dirección, una cifra que en 2018 era 8 puntos inferior. Sin embargo, las mujeres siguen infrarrepresentadas en los cargos de rector/a, con un 25% y en el cargo de decano/a o director/a de centro universitario (37%) (Ministerio de Ciencia y Tecnología, 2023). La participación de la mujer en todos los cargos directivos ha aumentado en los últimos años, pero aún queda camino por recorrer en estos ámbitos de gestión universitaria.



**El Aceite de Jaén
hace más buena
cualquier comida.**



www.igpaceitedejaen.com



PILAR GÓMEZ, PRESIDENTA DE AMCAE-ANDALUCÍA

La mujer es parte fundamental en la transformación que necesita el sector del olivar y el aceite de oliva

De la misma forma que los olivos han estado presentes, desde tiempo inmemorial, lo han estado las mujeres, quienes lo han trabajado. Reflexionar sobre el binomio mujer-olivar es cuanto menos interesante y puede ser analizado de múltiples formas.

Si importante es el olivar en el campo, la economía, la tradición, la gastronomía, etc., aún lo es más el papel de la mujer en este cultivo. Hablar de olivo, de aceituna y de aceite de oliva es hablar de Andalucía. Una actividad que supone el 26% de la producción agraria, siendo el segundo sector agrícola a nivel económico. Es el que más empleo genera, con el 32% de mano de obra agraria, según datos de ESYRCE (Encuesta sobre Superficies y Rendimientos de Cultivos).

AMCAE-Andalucía es la entidad de Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía que tiene como misión principal trabajar para lograr una mayor presencia y participación de las agricultoras y ganaderas en los órganos de decisión y dirección de las cooperativas, esto es, en sus asambleas, consejos rectores y como gerentes, directoras o presidentas.

En la actualidad, el 32% de las personas asociadas a Cooperativas Agro-alimentarias en Andalucía son mujeres. En el sector oleícola a nivel andaluz el porcentaje es similar. Los datos también se extrapolan si atendemos a los consejos rectores de las cooperativas, donde hay un 7% de mujeres consejeras y el mismo tanto por ciento dentro del sector oleícola.

No obstante, por qué existen estereotipos que nos encasillan, por qué no se nos valora de la misma forma que a un hombre son interrogantes que perduran y que intentamos responder, paso a paso, y demostrando nuestra capacitación para desempeñar cargos de relevancia.

Ellos han podido acceder y ascender profesionalmente sin generar controversia alguna sino de una forma, digamos natural. Sin embargo, a nosotras se nos exige mucho más, tanto a la hora de tomar el cargo como una vez en el mismo. A todo esto, que parece impuesto, hay que añadir una autoimposición: la creencia de que nosotras no podemos llegar, algo completamente falso y que alimenta los tópicos.

El rol de la mujer

El rol de la mujer en las cooperativas oleícolas es diverso. Pese a la mayor mecanización, en el cultivo tradicional del



Pilar Gómez, presidenta AMCAE.

olivar se sigue utilizando maquinaria que supone para la mujer un importante esfuerzo que, poco a poco, va superando. Pero también forma parte de áreas como laboratorios, gestión, comercialización, aunque ni el número ni su visibilidad son los deseados. Y si ya se trata de puestos directivos, la cifra se reduce drásticamente.

El informe "Women In Business 2019: hacia un avance real" de Grant Thornton, refleja que las compañías que tienen mayor número de mujeres en puestos directivos son más rentables que las que carecen de presencia femenina. Y apostilla que, a mayor implicación en materia de género, mayor probabilidad de crecer a un ritmo superior al 5%.

El cometido de la mujer es y será parte fundamental en la transformación que necesita el sector, sobre todo, para la consecución de una estabilidad en precios que vendrá motivada y será consecuencia de la búsqueda de nuevos productos derivados del aceite de oliva.

Innovación, tecnología, ciencia, formación, profesionalización e integración son claves para la evolución del papel profesional de la mujer en el sector oleícola. Y una apuesta para el tan necesario cambio con el que hay ser resilientes a los problemas que van surgiendo como la sequía, la subida de insumos, las políticas agrarias, y un largo etcétera.

AMCAE-Andalucía ejerce como altavoz de esas mujeres que día a día trabajan y quieren crecer personal y profesionalmente. Juntas conseguiremos mucho más en este importante sector como el oleícola y en el que las dificultades se multiplican. Nuestra entidad pone a disposición de la mujer cooperativista agroalimentaria andaluza las herramientas y los instrumentos necesarios para conseguir esa meta que, aunque se vislumbra lejos, no es inalcanzable.

UN LABORATORIO GESTIONADO Y DIRIGIDO POR 4 MUJERES

Laboratorio Unaproliva: garantía de rapidez al servicio del sector del olivar y el aceite de oliva

Hace 16 años el laboratorio de Unaproliva experimentó un cambio radical en lo que se refiere a la gestión y enfoque profesional. Con la llegada en 2008 de Mariola Gómez, ingeniera química, el laboratorio hizo una clara apuesta por el empleo femenino y abrió sus puertas a tres profesionales; Juana Calzado, Inmaculada Fernandez y Leticia María Castro, todas ellas biólogas, que han convertido esta empresa en todo un modelo de profesionalidad, eficacia y rapidez en sus actuaciones.



A la izquierda, equipo de Unaproliva. A la derecha, interior del laboratorio.

En un sector eminentemente masculino, Mariola Gómez, ha dado un paso importante para hacerse un hueco y ganarse la confianza de las principales almazaras industriales y poner de manifiesto que las mujeres están preparadas para desarrollar su trabajo en los numerosos ámbitos del sector del olivar y del aceite de oliva

A Mariola Gómez no le es ajeno el mundo del olivar dado que se crio entre fincas de olivos y aceite de oliva. Entró al laboratorio con una beca de investigación y dieciséis años después lleva la gerencia de este laboratorio que estaba dedicado desde 1994 al análisis físico-químico y organoléptico del aceite de oliva, grasas y derivados.

Los inicios no fueron fáciles dado que para poner al día el laboratorio con las últimas tecnologías hubo que realizar una inversión del orden de 600.000 euros y que le ha permitido ponerse al día con los mejores equipos.

En la actualidad, el laboratorio Unaproliva trabaja con una amplia tipología de clientes, entre los que se encuentran oleicultores, almazaras, industriales y cooperativas. En declaraciones de Mariola a Olimerca, “disponemos del equipamiento necesario para la realización de todas las analíticas contempladas en la Reglamentación Euro-

pea e Internacional lo que nos permite tanto el desarrollo de los métodos analíticos actuales como el desarrollo de nuevos métodos que nos permitan mejorar la calidad de nuestros servicios”.

Además, Unaproliva realiza analíticas de aceitunas tanto para ver cómo están los índices de madurez antes de que empiece la recolección, como a lo largo de la campaña para examinar los rendimientos grasos.

Durante todo el año realizan un control de calidad, análisis de las bodegas de aceite y posteriormente también disponen de una línea abierta de análisis de biocombustibles sólidos. Además, el laboratorio también presta servicios de análisis de agua y suelos, así como análisis foliares, para determinar la cantidad de nutrientes que una planta ha absorbido y conocer, de este modo, las posibles carencias de los cultivos. Sus clientes se reparten por toda la geografía española y también por Italia y Portugal.

Como novedad en las últimas campañas han abierto una nueva línea de asesoramiento en almazaras para la elaboración de aceites tempranos y para la próxima campaña tendrán novedades dado que entrarán en una nueva etapa de renovación, de ampliación y de colaboraciones para seguir más fuertes que nunca.

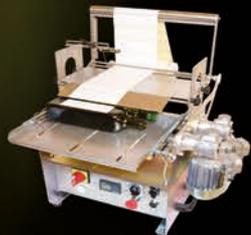
AUTELEC[®]

ENVASADORA POR PESO
FILLING MACHINE

CONTROL DE PRODUCCIÓN
PRODUCTION CONTROL



TAPONADORA
CAPPER



ETIQUETADORA
LABELER



MEDIDOR DE GRASA
FAT METER



MOLINO
MILL



PESAS
CALIBRACION
CALIBRATION
WEIGHTS

BASCULAS
SCALES



AUTELEC Tecnología S.L

C/ PRAGA 4 . POLIGONO INDUSTRIAL MAS DE TOUS
46185 LA POBLA DE VALLBONA (VALENCIA) ESPAÑA

+34 963751471

comercial@autelec.es

+34 628632992

www.autelec.es





OliveJapan®

INTERNATIONAL EXTRA VIRGIN OLIVE OIL COMPETITION

2024

**UNO DE LOS MÁS GRANDES Y RECONOCIDOS
CONCURSO DE ACEITE DE OLIVA**

Organizador

Asociación de Sommeliers de Aceite de Oliva de Japón (OSAJ)

**Inscripciones abiertas
hasta el 17 de mayo**

Para más información: <https://olivejapan.com/en/>

**OFERTA
ESPECIAL!**

Los productores que inscriban
4 AOVE al concurso podrán obtener
¡OTRA INSCRIPCIÓN GRATIS!

¡DISFRUTA DE LA TRANQUILIDAD SIN PAROS INESPERADOS GRACIAS AL SERVICIO TÉCNICO DE PIERALISI!



Opta por la excelencia programando tu mantenimiento ahora y asegura un rendimiento técnico de primera.



20% en recambios
15% en reparaciones de taller
10% en consumibles



Válido para solicitudes de mantenimiento recibidas **antes del 31 de marzo.**



Pregunte sin compromiso las ventajas de realizar un **contrato de mantenimiento.**

**¡NO PIERDAS MÁS TIEMPO,
LLAMA AHORA Y DESCUBRE DESCUENTOS EXCLUSIVOS!**

 **PIERALISI**
CIRCULAR THINKING
www.pieralisi.com

CONTACTOS:

Solicitud e-mail:

trinidad.bellido@pieralisi.com
josemaria.cabrero@pieralisi.com

Solicitud telefónica:

Oficina Zaragoza **976 46 60 20 / 615 50 74 18**
Oficina Jaén **953 28 40 23 / 615 50 74 21**



La Feria Internacional de Turismo ha sido el escenario de la entrega

Los Jaén Selección 2024, protagonistas en Fitur

Los aceites de oliva virgen extra de un total de 50 almazaras y cooperativas de 32 municipios de Jaén han sido candidatos este año a alzarse con el reconocimiento Jaén Selección 2024, distintivo que se otorga a ocho marcas y que se ha entregado en la Feria Internacional de Turismo, Fitur.



Foto de familia en la entrega de los distintivos Jaén Selección 2024.



Entrega distintivo Jaén Selección a Tierras de Canena.



Entrega distintivo Jaén Selección a Puerta de Las Villas.

Un año más, la Diputación Provincial de Jaén ha elegido la Feria Internacional de Turismo, Fitur, como escenario para entregar los distintivos Jaén Selección que otorga desde hace dos décadas a los ocho mejores aceites de oliva virgen extra de cada campaña.

A este acto han asistido representantes de las ocho marcas, siete convencionales y uno ecológico, que lucen en sus etiquetas este sello de calidad en 2024 y que son: Oro Bailén Picual, de Aceites Oro Bailén Galgón 99, de Vi-

llanueva de la Reina; OliBaeza, de la SCA El Alcázar, de Baeza; Puerta de las Villas, de la SCA San Vicente, de Mogón (Villacarrillo); 'Esencial Olive', de Oleícola San Francisco, de Baeza; Azorla, de la SCA Aceites Cazorla; Tierras de Canena, de la SCA San Marcos de Canena; Jabalcuz Premium, de la SCA Sierra de la Pandera, de Los Villares; y el ecológico Melgarejo, de Aceites Campoliva, de Pegalajar.

“Cinco cooperativas y tres almazaras que son las grandes protagonistas de este acto, y que también son la vanguardia de un sector que en los últimos años ha dado



Entrega distintivo Jaén Selección a Oro Bailén.



Entrega distintivo Jaén Selección a OliBaeza.



Entrega distintivo Jaén Selección a Melgarejo.



Entrega distintivo Jaén Selección a Jabalcuz Premium.



Entrega distintivo Jaén Selección a Esencial Olive.



Entrega distintivo Jaén Selección a Azorla.

pasos de gigante”, señalaba el presidente de la Diputación, Paco Reyes, durante el acto de entrega, en el que estaba acompañado por el diputado de Promoción y Turismo, Francisco Javier Lozano, y el director general de Alimentación del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, José Miguel Herrero.

“Estos ocho aceites de oliva virgen extra, los mejores entre los mejores, los Óscar del Aceite, son la representación de que Jaén no sólo es la mayor productora de aceite de oliva del mundo, sino la que produce un aceite de oliva de mayor calidad”, destacaba Reyes, que remarcaba que “este distintivo es un reconocimiento al buen hacer, a la innovación y a la calidad”.

Esta campaña, la cata-concurso donde se deciden los Jaén Selección ha recibido muestras de AOVE de un total de 50 almazaras y cooperativas de 32 municipios de la provincia jiennense. Según el presidente de la Diputación, esto “evidencia que la apuesta por la calidad ha calado hondo y el sector tiene claro que el futuro del olivar jiennense pasa sin duda por ahí, por la búsqueda de

la excelencia, por ser líderes en cantidad, pero también en calidad”.

En este sentido, Reyes remarcaba que “este camino no ha sido fácil, pero ya estamos la mayoría en él, como lo demuestra el hecho de que cada año son más las cooperativas que apuestan por elaborar aceites de oliva tempranos, hasta el punto de que este 2024 ha sido la primera vez que en los Jaén Selección hay más cooperativas que almazaras distinguidas”.

La presentación de estos aceites de oliva virgen extra en Fitur supone, un año más, el inicio de su periplo por algunas de las ferias y otros eventos nacionales e internacionales más importantes del mundo en materia gastronómica, turística y de alimentación. “Desde la Diputación también lo tenemos claro, y por eso vamos a seguir promocionando nuestros aceites de oliva en citas como Madrid Fusión, Alimentaria, The World’s 50 Best Restaurants, la gala Michelin, el Salón Gourmets, San Sebastián Gastronomika, el Premio Internacional de Cocina con Aceite de Oliva o la Fiesta del Primer Aceite de Jaén”, enumeraba Paco Reyes.



Félix Romero, presidente del Instituto Provincial de Desarrollo Económico (Iprodeco)

Córdoba Virgen extra prepara su segunda edición tras el éxito alcanzado

Tras congregarse a más de 15.000 visitantes en la Plaza de las Tendillas, el balance de la primera edición de Córdoba Virgen Extra no puede ser más positivo. El presidente de Iprodeco, Félix Romero, explica en esta entrevista cómo surge este proyecto y confirma que habrá una segunda y una tercera edición.



Olimerca.- ¿Qué supone para la provincia el sector del olivar y del aceite de oliva?

Félix Romero.- El olivar y el aceite de oliva son un motor incuestionable de la economía cordobesa, significando en algunas zonas la actividad agrícola y económica principal, así como la principal fuente de trabajo.

A su vez, la producción oleícola de la provincia de Córdoba se caracteriza por su inigualable diversidad varietal y su contundente apuesta por la calidad, ya que contamos con tres denominaciones de origen ampliamente reconocidas (Priego de Córdoba, Lucena y Baena) y con un sector cooperativo e industrial ampliamente reconocido por la elaboración de algunos de los mejores vírgenes extra del mundo.

Olimerca.- ¿Cómo nace el proyecto Córdoba Virgen Extra?

Félix Romero.- Este proyecto nace hace ya varios años desde el sector. Los actuales promotores, hace ya 5 años, entendieron que debían dar a conocer a los propios cordobeses y a los visitantes que acuden a disfrutar de Córdoba y su provincia uno de nuestros tesoros: nuestro Aceite de Oliva Virgen Extra. Así es como se va fraguando este proyecto que, desde sus inicios hasta la puesta en marcha de esta primera edición, ha pretendido elaborar un programa basado en la diversidad de nuestro oro líquido, en su amplísimo legado cultural, en su vinculación gastronómica, etc. Todo para poner de relieve que el aceite de oliva y el olivo llevan más de dos milenios formando parte de nuestra forma de vida.

Olimerca.- ¿Qué entidades y organizaciones están respaldando esta iniciativa?

Félix Romero.- La iniciativa surge de la visión común y la colaboración estrecha entre las denominaciones de origen Priego de Córdoba, Lucena y Baena, la Asociación de Almazaras Industriales de Córdoba, la Asociación Española de Mu-

nicipios del Olivo, la Asociación QVextra y el Consorcio para la Gastronomía Cordobesa.

Juntos elaboraron un proyecto que fue presentado tanto al Ayuntamiento de Córdoba como a la Diputación Provincial - a través de IPRODECO-, que nosotros acogimos con singular ilusión por ser una iniciativa con mucho respaldo y que buscaba promocionar el divino regalo del Virgen Extra Cordobés, no sólo en Córdoba sino también fuera de ella.

Olimerca.- Y tras su primera edición ¿qué balance nos puede hacer?

Félix Romero.- El balance no puede ser más positivo ya que hemos conseguido congregarse a más de 15.000 visitantes en la Plaza de las Tendillas, personas que mostraron un enorme interés por conocer los distintos tipos de Virgen Extra producidos en Córdoba, sus características, sus denominaciones de origen, la forma de elaborarlo, etc. También han tenido una gran acogida las actividades infantiles, en la que han participado varios colegios de Córdoba y otros muchos han mostrado interés, y la Ruta de la Tapa, con el aforo completo en todas y cada una de las actividades organizadas. Se han superado ampliamente nuestras expectativas y estamos satisfechos e ilusionados por el éxito conseguido. Creemos que esta actividad tiene muchísimo potencial y ya estamos trabajando en mejorar algunas de las actividades y en ampliar nuestra oferta.

Olimerca.- ¿Habrá una segunda edición?

Félix Romero.- Sí, habrá una segunda y una tercera. Ya estamos inmersos en la organización de la próxima edición en Córdoba y estamos estudiando formatos que sean exportables a otras localidades, tanto de la provincia como del resto de España, para promocionar el Virgen Extra Cordobés, su cultura, gastronomía y costumbres, nuestras comarcas oleícolas, etc. Desde la organización se van a iniciar los trámites para incluirla en el calendario de actividades festivas y culturales de la capital cordobesa.

Está presente en 38 países

Ausere: la experiencia exportadora en equipos de envasado de aceite de oliva

AUSERE con muchos años de experiencia exportando equipos a cuatro de los cinco continentes, todos a excepción de Oceanía, cuenta en la actualidad con varios equipos para aceite en el extranjero. Concretamente van a servir en breve una línea completa de envasado de aceite de oliva para instalar en el estado de California, en Estados Unidos, con una capacidad de 7.500 litros a la hora en formato de 1 galón.

Por otro lado, siguen abriendo mercados con la venta por primera vez de un equipo para el envasado de aceite en el mercado británico y este año instalarán un monoblock en la zona centro del Reino Unido. Esta instalación hace elevar el número de países en los que AUSERE está presente hasta los 38. Por último, se están preparando dos instalaciones de aceite para Angola. La primera de ellas, para garrafas de 20 litros, ya ha sido entregada y la segunda, para garrafas de 3 y 5 litros se entregará en las próximas semanas.

El sector del aceite siempre ha sido el principal mercado de las envasadoras AUSERE, siendo por supuesto



el aceite de oliva el producto estrella. Una gran mayoría de aceiteros en España, tanto grandes envasadores como pequeñas almazaras y cooperativas, disfrutan de equipos AUSERE para servir a sus clientes aceite embotellado en perfectas presentaciones. Aunque la empresa hace años que diversifica sus mercados objetivos, el aceite de oliva sigue siendo el gran motor suponiendo en estos momentos el destino de más del 50% de la producción.



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 - www.ausere.es



Gerardo Sánchez Muñoz, presidente de Fundación Talavera Ferial **AOVE & NUTS fomentará las alianzas, la innovación y nuevas iniciativas en el sector agrario**

La Feria del Olivar y Frutos Secos, AOVE & NUTS Experience 2024, que se celebrará en la localidad de Talavera de la Reina del 4 al 6 de abril, contará con un amplio programa de actividades técnicas destinadas a contribuir al desarrollo de la producción, comercialización, promoción y divulgación del Aceite de Oliva Virgen Extra. Así lo explica Gerardo Sánchez Muñoz, presidente de Fundación Talavera Ferial en esta entrevista para OImerca.



OImerca.- ¿Qué supone para la comarca de Talavera la celebración de una feria tan específica como aceite de oliva y frutos secos?

Gerardo Sánchez.- La celebración de una feria específica dedicada al aceite de oliva y los frutos secos en la comarca de Talavera supone varios beneficios económicos y sociales. Estas ferias proporcionan una plataforma para que los productores de aceite de oliva y frutos secos puedan exhibir y promocionar sus productos ante un público más amplio. Esto ayuda a aumentar la visibilidad de los productos locales y atraer la atención de potenciales clientes a nivel nacional.

Eventos como este pueden atraer a turistas interesados en la gastronomía y la cultura local, lo que puede aumentar el flujo de visitantes a la comarca de Talavera. El turismo gastronómico es una tendencia creciente en muchos lugares, y las ferias especializadas ofrecen una oportunidad para destacar los productos como el AOVE y el Fruto Seco y atraer a los amantes de la comida.

Al fomentar la producción y el consumo de productos locales, se contribuye al fortalecimiento de la economía de la comarca de Talavera. La venta de productos durante la feria puede generar ingresos adicionales para los productores locales, lo que a su vez puede reinvertirse en la comarca.

Estas ferias también proporcionan una oportunidad para que los productores establezcan contactos entre ellos y con otros actores de la industria alimentaria. Esto puede fomentar la colaboración y el intercambio de conocimientos, así como la creación de nuevas oportunidades comerciales.

OImerca.- ¿Qué importancia tiene en esta región el cultivo de olivar, pistachos y similares?

Gerardo Sánchez.- El cultivo del olivar, los pistachos y productos similares tiene una gran importancia en la región de Talavera por varias razones:

En muchas regiones de España, incluida Talavera, el cultivo de olivar tiene una larga historia y forma parte de la tradición agrícola local. Estos cultivos se han cultivado durante genera-



ciones y han contribuido significativamente a la identidad y la economía de la región.

La región de Talavera cuenta con condiciones climáticas favorables para el cultivo del olivo y otros frutos secos, incluidos los pistachos. El clima mediterráneo con veranos cálidos y secos y inviernos suaves es propicio para el crecimiento de estos cultivos.

El cultivo del olivar, los pistachos y productos similares se está asentando en la comarca como un motor que genera empleo en la región, tanto en la producción agrícola como en las actividades relacionadas y como la recolección. Con esta Feria queremos incluir y ser un referente a nivel nacional en el procesamiento y la comercialización de los productos. Esto contribuye a la economía local y proporciona oportunidades de empleo para los vecinos de la región.

Olimerca.- ¿Qué ofrecerá este evento al sector agrario en general?

Gerardo Sánchez.- AOVE & Nuts, al ser una feria especializada en aceite de oliva virgen extra y frutos secos, ofrecerá varias oportunidades y beneficios al sector agrario en general.

La feria proporcionará una plataforma para que los productores agrarios de aceite de oliva virgen extra y frutos secos puedan promocionar y dar a conocer sus productos. Esto les permitirá llegar a un público más amplio, tanto a nivel nacional como internacional, lo que puede aumentar su visibilidad y reconocimiento en el mercado.

AOVE & Nuts será un espacio donde los productores agrarios, empresas del sector, expertos y profesionales puedan establecer contactos, intercambiar conocimientos y experiencias, y explorar oportunidades de colaboración. Esto puede fomentar la creación de alianzas estratégicas, la innovación y el desarrollo de nuevas iniciativas dentro del sector agrario.

La feria ofrecerá conferencias, charlas y talleres sobre temas relevantes para el sector agrario, como nuevas técnicas de cultivo, tendencias de mercado, innovaciones tecnológicas, entre otros. Esto permitirá a los productores agrarios mantenerse actualizados sobre los últimos avances y tendencias en la industria, así como adquirir conocimientos y herramientas que les ayuden a mejorar la calidad y la eficiencia de su producción.

Olimerca.- ¿Qué actividades paralelas a la exposición comercial tendrán lugar en los días de feria?

Gerardo Sánchez.- Además de la exposición comercial, AOVE & Nuts ofrecerá una variedad de actividades paralelas

para enriquecer la experiencia de los visitantes y proporcionarles oportunidades adicionales de aprendizaje, networking y entretenimiento.

Algunas de estas actividades son:

1. Conferencias y jornadas técnicas sobre temas relevantes para el sector agrario, como técnicas de cultivo, innovaciones tecnológicas, tendencias de mercado, sostenibilidad, entre otros. Estas jornadas son impartidas por expertos y profesionales del sector como Juan Vilar
2. Degustaciones y showcookings. Esto permite a los visitantes probar diferentes variedades y calidades de productos, así como aprender a apreciar y distinguir sus características organolépticas. En esta ocasión contaremos con la presencia cocineros destacados de Castilla-La Mancha
3. Catas de productos donde se podrá comprobar la calidad y las cualidades más representativas, así como un nuevo formato que hemos denominado CATA ROCK en la cual cada producto irá asociado a una música en función de las cualidades que muestre.
4. Concurso de Tapas. AOVE & Nuts recogerá el I Concurso de la Tapa elaborado con AOVE y fruto seco

Olimerca.- ¿Qué otros organismos e instituciones colaboran en esta tercera edición para atraer a expositores y visitantes?

Gerardo Sánchez.- En la organización de una feria como AOVE & Nuts, es común que participen organismos e instituciones tanto locales, regionales y este año estamos intentando conseguir el apoyo de alguna institución nacional para colaborar en la atracción de expositores y visitantes.

Olimerca.- ¿Qué novedades traerá esta edición con respecto a la de hace 2 años?

Gerardo Sánchez.- La zona de Talavera y su comarca, como he comentado anteriormente, tiene un arraigo ancestral en el cultivo del AOVE, no tanto así es el mercado del pistacho y la almendra que están ahora mismo en pleno periodo de expansión por eso este año y atendiendo a las demandas del sector se ha incrementado notablemente la puesta en valor y la información ofrecida sobre estos productos.

Dotar a la Feria con una nueva imagen mejorada y basada en la transformación digital en la que nos encontramos inmersos va a suponer un revulsivo y una puesta en valor de esta Feria. Queremos dar un golpe en la mesa y convertir a Talavera y su comarca en un referente a nivel nacional del AOVE & Nuts.



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

Latos



JUVASA
ENVASES Y EMBALAJES

avanza
PACKAGING
3D BRAND & PACKAGE DESIGN

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 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@comercialdugarssl.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:
Molituración 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



17º Symposium de Sanidad Vegetal

Del 13 al 15 de marzo, en Sevilla

Sevilla volverá a acoger los próximos días 13, 14 y 15 de marzo de 2024, el 17º Symposium de Sanidad Vegetal, en una edición en la que cumple su 40 aniversario.

Organizado por el Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos y Graduados en Ingeniería Agrícola de Andalucía Occidental (COITAND), este Symposium es un punto de encuentro y foro de debate para el sector de la sanidad vegetal, y desde los años 90 abordaba aspectos que hoy son clave como es la sostenibilidad.

Y en esa misma línea de innovación y especialmente con el fin de aportar formación a los asistentes, el 17º Symposium de Sanidad Vegetal ultima el programa de ponencias y comerciales. "Avanzar en sanidad vegetal es clave para lograr un sector agroalimentario fuerte y competitivo. Y para ello, la formación y el intercambio de conocimiento que se generan en este Symposium es esencial", detalla Carlos León Garrido, presidente del COITAND.



Alimentaria&Hostelco

del 18 al 21 de marzo, en Barcelona

El recinto Gran Via de Fira de Barcelona volverá a coger una nueva edición de Alimentaria&Hostelco, del 18 al 21 de marzo. La innovación será uno de los factores clave, tanto en alimentación como en restauración y hostelería. Este concepto se plasmará principalmente en los espacios de difusión de conocimiento Alimentaria Hub y The Horeca Hub, un área multidisciplinar y experiencial de nueva creación que difundirá contenidos clave para el

canal Horeca, como la sostenibilidad, la digitalización, la atracción del talento o la internacionalización, y mostrará las últimas tendencias con la participación de grandes chefs y expertos en gastronomía y restauración.



AOVE & NUTS

Del 4 al 6 de abril, en Talavera de la Reina (Toledo)

La Feria del Olivar y Frutos Secos, AOVE & NUTS Experience 2024, que se celebrará en la localidad de Talavera de la Reina del 4 al 6 de abril, contará con un amplio programa de actividades técnicas destinadas a contribuir al desarrollo de la producción, comercialización, promoción y divulgación del Aceite de Oliva Virgen Extra, un sector estratégico, clave y fundamental en la economía y en la actividad empresarial de esta zona.

En la tercera edición de este evento y específicamente dirigidas al sector productor además de exposición de maquinaria agrícola, con útiles de procesado y mecanización, habrá también una serie de conferencias relacionadas con el cultivo del olivar.



Salón de Gourmets

Del 22 al 25 de abril, en Madrid

El Salón Gourmets se posiciona como el principal evento de Alimentación y Bebidas de alta calidad en Europa y uno de los más renombrados a nivel global. Ofrece una exhibición de las tendencias más exclusivas en la industria alimentaria. Con 35 ediciones a sus espaldas y un continuo crecimiento en cifras, este evento se destaca por su enfoque comercial y se convierte en el punto de encuentro más visitado por profesionales nacionales e internacionales del ámbito gastronómico, incluyendo restaurantes, hoteles, distribuidores, servicios de catering y tiendas especializadas.

Entre sus zonas temáticas está el Túnel del

AOVE, un espacio dedicado al Aceite de Oliva Virgen Extra donde catar diferentes marcas e informarse de todos los aspectos de este oro líquido tan maravilloso que se produce en nuestro país.



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.



FuturoOliva

Del 23 al 25 de mayo en Baeza

La Feria del Olivo que se celebra de forma bianual en Baeza, FuturoOliva, 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.

Jaén selección | 2024

Aceites de oliva virgen extra

Azorla

www.aceitescazorla.com

Jabalucz Premium

www.aovejabalucz.com

Oro Bailén

www.orobailen.com

Tierras de Canena

www.tierrasdecanena.es

Esencial Olive

www.oleicolasanfrancisco.com

Olibaeza

www.olibaeza.com

Puerta de las Villas

www.puertadelasvillas.com

Melgarejo (Ecológico)

www.aceites-melgarejo.com





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.