

Número 15
4º Trimestre
Año 2015

oli merca

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

EL PERSONAJE

Carmen Ortiz
Consejera de Agricultura
Junta de Andalucía



COMERCIO

Aceite de oliva:
Marca o MDD



ÁRBOLES

VIBRADO TRONCO

SISTEMA PODA

I+D

en el olivar

Proyecto
Mecaolivar

COPA

COSECHADORAS

VIBRADOR

HERBICIDA

APLICACIÓN PRODUCTOS
FITOSANITARIOS



 **MANZANO**
CALDERERÍA MANZANO, S.A.

95 años de calidad y servicio



BOMBAS DE PISTÓN PARA MASA Y ORUJO
SEPARADORAS PULPA – HUESO
EQUIPAMIENTO INTEGRAL PARA BODEGAS

Bujalance (CÓRDOBA)

tlf: +34 957 170 225

www.caldereriamanzano.net | info@caldereriamanzano.net

Staff



© 2012 REVISTA OLIMERCA
Información para el sector
del Aceite de Oliva y otros
aceites vegetales

EDITA

ÁGORA
COMUNICACIÓN Y ANÁLISIS S.L.

Ágora Comunicación
y Análisis, S.L.

Calle Carpinteros, 7. Planta 1ª
Edificio Empresarial GISA
28906 Getafe (Madrid)
Teléfonos 91 683 59 73
91 681 55 12
Fax 91 683 11 86

CONSEJERO EDITORIAL

Antonio F. Herranz

DIRECCIÓN

Nieves Ortega
(nieves.ortega@olimerca.com)

REDACCIÓN

Pablo Esteban
Cristina Pérez

DIRECTOR DE PUBLICIDAD

Jesús Calvo

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Ricardo Esteban

DEPÓSITO LEGAL

M-11639-2012

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

Editorial

El aceite de oliva, algo muy nuestro con sus virtudes y defectos

Ya estamos en un año nuevo y el que más y el que menos ha dedicado unos minutos en los últimos días de 2015 a hacer balance. Es en estos momentos cuando los profesionales del sector del olivar y del aceite de oliva reflexionan sobre lo bueno y lo malo que nos ha traído este maravilloso cultivo, sus inmejorables frutos y sus magníficos aceites virgen extra.

Y aunque a veces ese balance no sea precisamente una balsa de aceite, al final siempre queda el regusto amargo y picante, pero a la vez frutado y aromático de nuestro "Oro Líquido" que revaloriza nuestros platos, mejora nuestra alimentación, nos mejora la salud y lo más importante.... nos une entorno a la defensa de este producto agroalimentario como pilar de la Dieta Mediterránea.

Hay muy pocos alimentos en el mundo que reúnan las características sociales, culturales y gastronómicas que tiene el aceite de oliva, que a pesar de las difíciles campañas que se viven alternativamente, cada día gana adeptos en su cultivo y su producción. De hecho es curioso como cada año muchos agricultores dan un paso más y se lanzan a la aventura de obtener su propio aceite de oliva y comercializarlo con las mejores presentaciones.

Pero es que además llama la atención que aquellos aventureros, a veces no demasiado conocedores de este mundo, que quieren entrar en el sector del aceite de oliva, al final se convierten en auténticos enamorados y defensores de este producto. Y todos ellos al final forman una gran familia que cada año se abre al exterior y gana adeptos en numerosos países que hace 30 años parecía impensable alcanzar.

Y es que nuestro aceite de oliva, con sus virtudes y defectos, al final engancha como si fuese una droga. Una droga muy saludable y beneficiosa.

Nuestros mejores deseos para la gran familia del olivar y del aceite de oliva de todo el mundo.

Nieves Ortega
DIRECTORA

**AHORA CON
LA MEJOR
OFERTA
PROMOCIONAL**

**4 REVISTAS
+
UN BOLETÍN DIARIO
DE NOTICIAS
+
1 BOLETÍN SEMANAL
CONFIDENCIAL...**

**oli
merca**



SUSCRÍBASE

**Y MÁS SORPRESAS. Y TODO ELLO
POR TAN SOLO 190 € + IVA**

Nombre o razón social:

Atención Sr:

Actividad: CIF/DNI:

Particular . Empresa .

Domicilio:

Población: C.P:

Provincia: Telf:

E-mail: Fax:

Por cheque a nombre de Ágora Comunicación y Análisis S.L.

Por transferencia: BBVA 0182 2781 07 5258462490

Por domiciliación bancaria:

Tiular:



Firma:

FOTOCOPIÉ ESTE BOLETÍN Y ENVÍELO POR FAX AL NÚMERO: **91 683 11 86**

Sumario 15

NO SE LO
PIERDA



28 Entrevista

David Bensadoun -
Pompeiam



32 Comercio y Consumo

Revalorizar la marca
propia frente a la MDD



42 Investigación aplicada

Los perfiles ácidos
en los Aceites de Oliva
Virgen Extra

▶▶▶ Editorial

El aceite de oliva, algo muy nuestro con sus virtudes y defectos **3**

▶▶▶ En positivo

La información más destacada en positivo **6**

▶▶▶ La Pasarela

La alfombra roja de los mejores AOVE **8**

▶▶▶ En Profundidad

Mecaolivar: La innovación llega al olivar **10**

El sector opina: Rafael Sánchez de Puerta **22**

▶▶▶ El Personaje

Carmen Ortiz, Consejera de Agricultura de la Junta de Andalucía **24**

▶▶▶ Entrevistas

David Bensadoun – Consejero Delegado de Pompeiam **28**

La evolución de un líder: Dcoop **30**

Juan Gómez Ortega – Rector de la Universidad de Jaén **36**

▶▶▶ Comercio y consumo

Marca propia o Marca Blanca **32**

El consumidor frente al precio **34**

▶▶▶ Investigación Aplicada

Los perfiles ácidos en los Aceites de Oliva Virgen Extra **42**

▶▶▶ Las empresas invierten

Aubocassa **46**

Grupo Valdecuevas **48**

▶▶▶ Aceituna de mesa

Balance del sector exportador **51**

▶▶▶ Actividades del sector

IMS Pesaje: comienza la certificación de las básculas **53**

Aceites Sancúa: investigación en aceites saludables **54**

Premios Dcoop a la calidad de sus AOVE **57**

Alimentaria **58**

Premios DOP Sierra Mágina **60**

Premios DOP Montes de Toledo **62**

Aniversario DOP Les Garrigues **64**

▶▶▶ Agenda

66



EN PROFUNDIDAD 10

La I+D llega al olivar con el proyecto Mecaolivar, que tras dos años de investigación ha conseguido presentar diferentes prototipos comerciales que ayudarán a mejorar la recolección del olivar tradicional español, así como rentabilizar las explotaciones. Esta nueva tecnología podría suponer un antes y un después en mejora de costes.

en positivo

Olimerca quiere crear un espacio donde compartir noticias y experiencias positivas que se produzcan en el contexto de la industria agroalimentaria en general y el sector olivarero en particular. Porque aparte de la información veraz y honesta, **Olimerca** quiere contribuir a la fortaleza del sector.

Citoliva participará en la **lucha** contra la **Xylella** del olivo

La Fundación CITOLIVA va a participar en 'PONTE', el primer gran proyecto transnacional de investigación financiado por la Comisión Europea para avanzar en la lucha contra la bacteria 'Xylella fastidiosa', que ha desatado la alarma entre los productores de aceite europeos ya que en Italia ya ha arrasado miles de olivos.

En este primer proyecto Horizonte 2020 en el que participa CITOLIVA, se diseñará una estrategia europea para la gestión integrada de la enfermedad, con el objetivo de desarrollar las medidas de prevención, detección, contención y erradicación más adecuadas desde el punto de vista técnico, económico y medioambiental.

Como novedad, la investigación partirá estudiando la propia genética, biología, epidemiología y ecología del organismo transmisor, y finalizará evaluando las repercusiones económicas de la enfermedad. Además se estudiarán otros patógenos que atacan a la patata, el tomate, el pimiento y los árboles forestales.

En la investigación participan 25 entidades y centros de investigación procedentes de 10 países de la UE, liderados por el Consejo Nacional de Investigación - Instituto para la Protección Sostenible de las Plantas. (CNR- IPSP) de Italia.



Alianza por el **valor añadido** del sector agroalimentario

El presidente de la Cámara de Comercio de España, José Luis Bonet, y el presidente de la Fundación Triptolemos, José María Sumpsi, han firmado un acuerdo de colaboración entre ambas instituciones. El objetivo es aglutinar a todos los actores implicados en el sector agroalimentario (productores, empresas, universidades y consumidores) para impulsar su peso económico y visibilidad.

El convenio pretende así fortalecer la relación entre los centros de conocimiento, representados en la Fundación Triptolemos, que engloba la mayor red de universidades con actividad en el área agroalimentaria, y el sector privado, a través de las Cámaras de Comercio, que representan y aglutinan al conjunto del tejido productivo español y que atesoran una dilatada experiencia en materia formativa.

Ambas instituciones llevarán a cabo proyectos concretos que ayuden al crecimiento económico, a la generación de empleo y a la competitividad. Asimismo, programarán actos públicos para generar confianza e identidad sobre los productos agroalimentarios españoles.

El sector agroalimentario español actualmente, está integrado por más de 30.000 empresas, aporta más del 20% al PIB y es uno de los mayores empleadores del país.

Basilippo incorpora en sus nuevos AOVE la primera **etiqueta termocromática**

Desde el 1 de diciembre de 2015 las botellas de Basilippo Gourmet Primeros Días de Cosecha incorporan una etiqueta que cambia de color (de azul a blanco) cuando la temperatura supera los 27 grados centígrados. Se trata de una innovación mundial en el sector del aove y se llama "Cool Test".

Es la primera etiqueta termocromática que controla la temperatura ideal de conservación del aceite de oliva virgen extra. La etiqueta "Cool Test" forma parte del Sistema de Temperatura Controlada "Cool Extra Virgin" establecido por Basilippo para garantizar el frío en toda la cadena de elaboración de sus aceites de oliva virgen extra.

El Sistema de Temperatura Controlada contempla además otras medidas innovadoras en el sector como el envasado inertizado (inyección de nitrógeno en la botella para conservar el aove sin contacto con el oxígeno). Basilippo ya fue una empresa pionera en la conservación del aceite de oliva virgen extra en bodega climatizada, y ahora da un paso más con la inertización de la botella. Además el sistema "Cool Extra Virgin" contempla la recolección de las aceitunas a primeras horas de la mañana (incluso de madrugada), la selección a mano del fruto, la conservación de las aceitunas en frío durante su paso por la almazara y la extracción en frío.





El aceite de oliva formará parte de una investigación sobre el Alzheimer

La Fundación Juan Ramón Guillén-Coosur, la Facultad de Medicina de la Universidad Complutense de Madrid y Pfizer trabajan en el desarrollo de la cátedra extraordinaria de investigación "Alzheimer y enfermedades neurodegenerativas", que tendrá como objetivo el análisis, la investigación y la docencia sobre dicho ámbito de conocimiento, estudiando, entre otras cosas, el papel del aceite de oliva en materia de prevención de estas enfermedades.

En este sentido, el programa de actividades de la cátedra incluye, entre otras, la realización de un curso de postgrado sobre enfermedad de Alzheimer y enfermedades neurodegenerativas; el desarrollo de seminarios y ciclos de conferencias sobre esta temática en diversos ámbitos profesionales, incluidas las sociedades científicas; y la realización de proyectos de investigación.

El aceite de orujo de oliva podrá contar con fondos para promoción y la investigación

El sector empresarial del aceite de orujo va a comenzar el nuevo año con otras metas de futuro, tras la aprobación y reconocimiento por parte del Consejo General de Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias (OIA) de la Interprofesional del Aceite de Orujo. Esta nueva Interprofesional se une a las que ya existen en el sector del olivar, como son la Organización Interprofesional de la Aceituna de mesa y la Organización Interprofesional del Aceite de Oliva Español.

El aceite de orujo ha demostrado en los últimos años su capacidad de crecimiento y de adaptación a las necesidades de los nuevos mercados. De hecho, la producción de aceite de orujo de oliva ha aumentado un 20% en el último quinquenio y España es el líder mundial en producción y exportación de aceite de orujo de oliva refinado. Con esta nueva interprofesional el sector del aceite de orujo podrá contar con nuevos presupuestos para promoción e investigación en los mercados. Según los datos aportados por la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA), la producción de aceite de orujo de oliva crudo durante la campaña 2013/2014, fue de 136.395 toneladas, de las cuales el 81% se produjo en Andalucía. Los principales destinos de las exportaciones son Italia, EEUU y Portugal.

Pfizer se interesa por la molécula Oleocanthal

Los laboratorios estadounidenses Pfizer han mostrado su interés por la molécula Oleocanthal, un fenol que existe en algunas variedades de AOVE y más concretamente en aquellos que pican en el retropaladar cuando se ingieren.

El presidente de la Sociedad Andaluza del Oleocanthal, el médico español Dr. Américo, ha afirmado que "si Pfizer se interesa por el Oleocanthal es para estudiar la aplicación de este componente natural de ciertos AOVE como antiinflamatorio similar al Ibuprofeno o a la Aspirina, en los seres humanos".

Tras las publicaciones de los efectos que el Oleocanthal o los AOVE ricos en Oleocanthal tienen para la salud, medibles y reproducibles, Pfizer contactó con la universidad californiana UC Davis, especialmente debido a los trabajos de los Dres. Breislin, De Gendre y Foster que determinan que "el Oleocanthal mata células cancerosas en 30 minutos sin afectar a las células sanas de su alrededor".

La DOP Sierra Mágina incrementa un 55% su producción de aceite de oliva virgen

Hasta diciembre, las almazaras inscritas en la DOP Sierra Mágina han alcanzado una producción de 65 millones de kilos de aceituna, para una cosecha esperada en torno a 150 millones de kilos, lo cual supone un 44% de la producción prevista. Esta cifra refleja un incremento del 50% respecto a la campaña anterior, y, según fuentes de la DOP, "permite calificarla como media-alta en producción".

Desde la DOP añaden que pese a la falta de lluvias y la escasez de agua en la aceituna, el fruto está sano, "lo cual está permitiendo obtener una cifra importante de aceites vírgenes extra de acuerdo a

los estándares de calidad fijados por el panel de cata del Consejo Regulador, que ya están siendo envasados con la contraetiqueta de garantía por la totalidad de las almazaras para su comercialización".

El adelanto del inicio de la recolección para alcanzar una mayor calidad en los aceites elaborados, así como el hecho de que no se hayan perdido días de recogida por lluvia, "son las claves de que la campaña se encuentre tan adelantada. A ello hay que añadir, los altos rendimientos grasos del fruto y su escaso peso, debido a la falta de humedad", explican.



La Pasarela

Los “Flos Olei 2016”

CASAS DE HUALDO PICUAL. PREMIO AL MEJOR AOVE RELACIÓN CALIDAD/CANTIDAD

- La excelente adaptación de la variedad Picual a las condiciones de la Finca Hualdo, ha sido determinante para conseguir la gran calidad de sus aceites de oliva virgen extra.
- La diferencia con gran parte de los picuales sureños reside en el equilibrio entre el amargo, frutado y picante. Se trata de un claro ejemplo del excelente trabajo realizado en la almazara, partiendo de una materia prima inmejorable. Al abrir la botella se descubre un aceite de gran complejidad, con aromas verdes percibidos en nariz que recuerdan a hoja de eucalipto, plátano verde, e incluso, a hierbabuena...
- En boca se trata de un aceite robusto, con notas amargas y picantes de intensidad media y con elevada persistencia. La descripción aromática responde a multitud de identificadores que hacen de él un aceite muy especial.

ABBAE DE QUEILES. PREMIO AL MEJOR AOVE MONOVARIETAL FRUTADO LIGERO

- Abbae de Queiles es un AOVE ecológico, que llama la atención a primera vista por su color amarillo dorado limpio y brillante. En nariz destaca su aroma amplio y rotundo, rico en notas de alcachofa y achicoria salvaje junto con toques de albahaca, menta y perejil.
- En boca estamos ante un aceite virgen extra limpio y elegante con toques vegetales de lechuga, apio y notas de tomate. Finalmente se distingue un amargor sutil que se armoniza perfectamente con un leve picante que conforman un aceite redondo.

ORO DEL DESIERTO SELECCIÓN. PREMIO AL MEJOR AOVE ECOLÓGICO

- Se trata de un AOVE de color verde hoja con tintes dorados, limpio de filtración. En nariz se perciben las notas de hierba recién cortada, tomate, aceituna verde y recuerdo de cítricos y frutos secos en menor intensidad.
- En boca tiene una entrada suave con leves toques amargor casi imperceptible y algo más de picor. Retrogusto agradable con persistencia del sabor frutado de la aceituna y vagos recuerdos del picor
- Está elaborado únicamente con aceitunas en enero muy temprano, 75-80% aun verdes de las variedades Arbequina 20%, Hojiblanca 20% y Picual 60%, situadas en la Finca El Vicario, Desierto de Tabernas (Almería).

O-MED PICUAL RESERVA FAMILIAR. PREMIO AL MEJOR AOVE RELACIÓN CALIDAD/PACKAGING

- O-Med está elaborado con aceitunas 100% Picual presentando un dulce aroma a tomatera y picor persistente agradable. En boca se percibe un frutado de aceituna verde, hierba recién cortada, tomatera y alcachofa; con una entrada dulce con sabor a trigo verde. El amargor y picor ligero está en equilibrio con la percepción olfativa. Finalmente en el retrogusto destaca la alcachofa, el plátano verde, hoja de olivo.
- En resumen se trata de un AOVE de persistencia prolongada y armónica.



La alfombra roja de los aceites de oliva que presentan nuevos formatos, son premiados o participan en eventos de actualidad. El lado más glamuroso del aceite en La Pasarela de Olimerca.



CASTILLO DE CANENA PICAL RESERVA FAMILIAR. PREMIO A LA MEJOR ALMAZARA

- El aceite de oliva virgen extra se caracteriza por su frutado verde de aceituna fresca, limpio y fragante. Las notas de cata son tomate, tomatera, hierbas aromáticas y el trigo verde, la almendra y el plátano verde. Añade un toque floral que nos recuerda la manzanilla silvestre. Su estructura media se caracteriza por su característica equilibrada y armónica.
- El proceso de elaboración se caracteriza por su recolección mecánica, vibración con paraguas, una molturación máximo en 4 horas desde la recolección y el almacenamiento se lleva a cabo en depósitos de acero inoxidable con nitrógeno.

VENTA DE BARÓN. PREMIO AL MEJOR AOVE DOP/ IGP FRUTADO INTENSO

- El AOVE Venta de Barón ha vuelto a conseguir un nuevo palmarés que se une a su larga trayectoria de premios y reconocimientos a nivel nacional e internacional.
- En esta ocasión se trata del Premio al mejor aceite de oliva virgen extra acogido a una DOP en la modalidad de Frutado Intenso.
- Sus características organolépticas se resumen en su Frutado verde de aceituna en versión de plantas aromáticas, especialmente tomillo y romero, sus aromas frutales de membrillo y almendras dulces y su amargo medio y picante en progresión que tiende a inundar la cavidad bucal, creando una sensación de frescor única.
- Se le puede definir como un AOVE Intenso, complejo y armónico.



FINCA LA TORRE HOJIBLANCA SELECCIÓN. PREMIO AL MEJOR ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA DEL AÑO

- El AOVE Finca La Torre Hojiblanca Selección, 100% Hojiblanca, es un virgen extra ecológico que cuenta con la certificación Demeter y ajustado a la norma ISO 9001.
- Se caracteriza por su frutado intenso a hierba recién cortada y hoja de olivo. En boca destaca su amargor, picante progresivo y persistente con toques de almendra verde, manzana y cáscara de plátano. Complejo y equilibrado.
- Está elaborado con un sistema de extracción en continuo y en frío de dos fases y se comercializa en botellas de 250 y 500 ml, Latas de 250, 500 y 2000ml.



Supondrá importantes mejoras
en los costes del agricultor

CCP MECAOLIVAR: MAQUINARIA INNOVADORA PARA LA RECOLECCIÓN DEL OLIVAR

El desarrollo de la mecanización en el olivar es una necesidad estratégica para la modernización y sostenibilidad del sector. La recolección supone más del 40% del coste del cultivo, y en gran parte, está condicionada por la tipología, el manejo y la orografía de la plantación

Sistema de recolección por vibración de olivar tradicional.



Textos: J.A. Gil Ribes, G.L. Blanco Roldán, S. Castro García, F. Jiménez Jiménez, R.R. Sola Guirado, F.J. Castillo Ruiz y J.T. Colmenero Martínez
G.I. AGR 126 "Mecanización y Tecnología Rural". E.T.S.I. Agronómica y de Montes.
Universidad de Córdoba. CEIA3.



En esta línea, el Grupo de Investigación AGR 126 "Mecanización y Tecnología Rural" de la Universidad de Córdoba ha desarrollado diversos trabajos durante los últimos 30 años para la innovación y mejora de la maquinaria agrícola aplicada al olivar español, y principalmente orientado al olivar tradicional e intensivo.

El convenio de Compra Pública Precomercial (CCP) Mecaolivar ha sido una apuesta clara y decidida del Ministerio de Economía y Competitividad (financiación con fondos europeos FEDER) de la Organización Interprofesional del Aceite de Oliva Español (IAOE), en representación del sector, junto con la Universidad de Córdoba para el desarrollo de prototipos precomerciales de maquinaria innovadora para la mecanizada del olivar tradicional e intensivo. Este convenio ha sido pionero en la mecanización y modernización del olivar de almazara, generando innovaciones desde la demanda del sector. Mecaolivar, durante dos años de funcionamiento (2014-15) ha permitido el diseño y desarrollo de prototipos no existentes en el mercado para la recolección integral del cultivo, así como la mejora y automatización de los sistemas de agarre para vibradores de troncos, entre otros.

Aportación clave a la recolección mecanizada del olivar

Para la recolección mecanizada en olivar se ha abordado el diseño, desarrollo y fabricación de ocho prototipos innovadores para la recolección mecanizada en cuatro líneas de actuación:

1. **Cosechadoras integrales** para el olivar tradicional basadas en un sistema sacudidor de copa: 2 prototipos desarrollados.
2. **Cosechadoras integrales** para el olivar intensivo basadas en vibrador de troncos: 3 prototipos desarrollados.
3. **Mejora de los vibradores** de troncos especialmente para recolección temprana del olivar: 3 prototipos desarrollados.
4. **Adaptación de los árboles** tradicionales e intensivos a las máquinas de recolección mediante modificaciones de la poda, tanto con poda manual como con poda mecanizada.

Cosechadoras integrales para el olivar tradicional

El olivar tradicional es la tipología más extendida en España, y especialmente en Andalucía, representando una superficie de 1.287.000 ha. Las cosechadoras integrales de olivar tradicional se orientan al productivo, y más fácilmente al olivar intensivo, y en terrenos de fácil mecanización, donde en Andalucía se dispone de 837.000 ha (CAPDR, 2015). A pesar de ser ésta la tipología de olivar más extensa, es una de las menos tecnificada del sector. Esto conlleva una falta de com-



El olivar tradicional es la tipología más extendida en España, especialmente en Andalucía, representando una superficie de 1.287.000 ha

petitividad con respecto a otros tipos de olivar y una falta de rentabilidad, que agrava la situación de muchas plantaciones productivas con difícil o nula reconversión.

El olivar tradicional productivo en terrenos de fácil mecanización cuenta con amplios marcos de plantación y baja densidad de plantación (menor a 200 plantas/ha) y se sitúa en pendientes menores del 20%. Además, está compuesto por olivos centenarios con varios troncos por árbol y grandes copas que dificultan su mecanización. Sin embargo, a pesar de estas dificultades presenta unas producciones medias relativamente altas (3.500-6.000 kg/ha) que en muchos casos ponen en duda la viabilidad de su reconversión a corto plazo hacia olivares con otra morfología, principalmente por la alta inversión que representa, y el largo periodo requerido para obtener niveles de producción rentables, sobre todo en explotaciones de secano.

En la actualidad, la recolección mecanizada de este tipo de olivar se realiza principalmente con vibradores de troncos acompañados por vareo manual y derribo sobre lonas o sobre el suelo previamente preparado. En el marco del convenio CPP Mecaolivar se han desarrollado dos prototipos de cosechadoras integrales para el olivar tradicional basadas en sistemas sacudidores de copa.

Este tipo de cosechadoras trabajan en redondo alrededor de la copa del árbol. La principal ventaja de los sistemas sacudidores de copa es que permiten vibrar solamente las ramas en contacto con la máquina. Se busca derribar el fruto produciendo una caída vertical y poder recogerlo simultá-

Vareadora de olivar Moresil para olivar tradicional e intensivo

Prototipo de sacudidor de copa modular arrastrado.



Actualmente los métodos de recolección usados en las plantaciones tradicionales son realizados en varias operaciones, a distintos tiempos y con la necesidad de una gran mano de obra, por ello Moresil se planteó crear un sistema de recolección alternativo para dichas plantaciones y aplicable a las intensivas que las hiciese más competitivas.

Las principales características de este equipo son:

- Sistema de autonivelación adaptándose a todos los terrenos.
- Equipo de derribo formado por módulos vareadores independientes que se adaptan al contorno del árbol.
- Equipo de recepción provisto con cintas de transporte, escamas y palpadores que permite recoger el fruto directamente del árbol.
- Elevada maniobrabilidad con ruedas direccionables que facilitara el manejo.
- Sistema de pesaje georreferenciado, que proporciona los rendimientos por superficie.

neamente para gestión: limpieza, pesado y carga. Por tanto, estos sistemas se adaptan a la gran variabilidad de árboles tradicionales, con uno o varios troncos, marcos de plantación y tamaños. Estos sistemas están aún en desarrollo para el olivar tradicional y requieren un proceso de adaptación hasta su implantación definitiva, pero suponen alternativa prometedora para la modernización del olivar tradicional.

El convenio CPP Mecaolivar ha permitido el desarrollo de dos prototipos que ya están trabajando en esta campaña 2015. Sin embargo, se requiere de un periodo de tiempo para su perfeccionamiento, con mejoras de parámetros específicos como adaptación automática a la copa, bajos radio de giro de la máquina, autonomía, y trazabilidad del producto. La mejora de la máquina debe ser desarrollada conjuntamente con un sistema adaptado de formación del árbol tradicional.

Cosechadoras integrales para el olivar intensivo

El olivar intensivo, con árboles de un tronco, densidad entre 180 y 500 plantas por hectárea, se extiende en 438.000 ha en España (ESYRCE 2012). Este tipo de olivar está preparado para su recolección mecanizada con vibradores de troncos. Actualmente, en el mercado se dispone de una gran variedad de soluciones para la recolección mecanizada de este tipo de olivar. La máquina más empleada es el vibrador de troncos acoplado al tractor o autopropulsado. A diferencia del olivar

tradicional, el olivar intensivo cuenta con sistemas de recolección integral como el vibrador de troncos con paraguas invertido y las cosechadoras cabalgantes autopropulsadas con sacudida de copa. Sin embargo, los sistemas de recolección actuales para el olivar intensivo presentan varias limitaciones:

- Imposibilidad de trabajar el vibrador de troncos con paraguas invertido en plantaciones con reducida distancia libre entre árboles.
- Existen limitados equipos para la gestión mecanizada del fruto derribado, exceptuando las cosechadoras cabalgantes con sacudidor.
- Bajos porcentajes de derribo de fruto y la necesidad de vareo complementario que se acentúa en épocas de cosecha temprana.
- Nivel reducido de automatización de las operaciones.

En la ejecución del CPP Mecaolivar se han desarrollado tres prototipos de cosechadoras de olivar intensivo basadas en vibradores de troncos que pretenden solucionar algunas de las cuestiones aquí planteadas con un alto grado de automatización de tareas y sistemas de logística, limpieza y almacenamiento del fruto.

Estas cosechadoras se componen de un vibrador de troncos y un sistema para interceptar, transportar, limpiar, pesar y almacenar el fruto. Las cosechadoras se han diseñado para alcanzar un elevado porcentaje de derribo de frutos (> 85 % incluso en épocas de cosecha temprana) debido a la dificultad de introducir un siste-



Prototipo de cosechadora automatizada con vibrador de troncos basada en plataformas planas.



PROTOTIPOS PRECOMERCIALES MECAOLIVAR

Fabricante	Tipo de Maquinaria
Moresil	Cosechadora Integral basada en sacudidor de copa
Colosssus Maqtec SL	Cosechadora Integral basada en sacudidor de copa
Tecniagri	Cosechadora Integral basada en vibrador de troncos Vibrador de troncos
MC2	Cosechadora Integral basada en vibrador de troncos
Crispe	Vibrador de troncos automatizado

ma de vareo o apure manual complementario. Por tanto, los árboles requieren de una adecuada estructura del árbol para transmitir la vibración.

El desarrollo de cosechadoras para olivar intensivo se ha basado en desarrollar prototipos ágiles en movimientos, que permitan realizar el trabajo de forma rápida y eficiente. Estas cosechadoras integran un alto nivel de automatización de

Estas innovaciones y su transferencia exigen una sinergia entre la investigación pública, los olivareros y el desarrollo empresarial

las operaciones, permitiendo al operario aumentar su rendimiento y calidad en las operaciones realizadas. Todas las máquinas disponen de un sistema de pesado en continuo del fruto cosechado y un sistema de posicionamiento de la máquina, lo que ofrece al agricultor la posibilidad de gestionar la producción, mejorar el empleo de máquina, realizar la trazabilidad del producto.

Mejora de los vibradores de troncos

Durante la recolección temprana del olivar, normalmente para verdeo o en almazara, el árbol entra en un estado vegetativo importante y el riesgo de causar daño con el vibrador de troncos es elevado. El posible daño ocasionado a los



Comprometidos con el I+D+i en la mecanización del olivar

Sin lugar a dudas:

¡¡El mejor tractor para el olivar!!

tecniagri@gmail.com

91-446-21-02



Olivo tradicional antes (izq.) y después de la poda adaptada a la recolección mecanizada con cosechadora basada en sacudidores de copa (dcha.).

Las nuevas cosechadoras y sacudidoras de copa requieren la adaptación del olivo con una poda concreta

árboles durante la recolección puede limitar el uso de las máquinas y limitar la producción de años posteriores. El daño por descortezado del tronco es un proceso complejo en el que influyen multitud de variables dependientes del cultivo, de la máquina y del propio operario.

El convenio CPP Mecaolivar ha impulsado el desarrollo de prototipos de nuevos sistemas y materiales de agarre para vibradores de troncos que permiten:

- Limitar y controlar las presiones de apriete de la máquina al árbol.
- Adaptarse al tipo y tamaño de tronco a vibrar.
- Reducción de los daños al árbol por descortezado.
- Mejorar la transmisión de la vibración al árbol.
- Incrementar el porcentaje de derribo de frutos.

Las mejoras en los vibradores permiten que, una vez situada la máquina en frente del tronco, ésta lo escanea, lo detecta y realiza un agarre automático y preciso. Esta automatización permite agilizar la operación y asegurar un correcto agarre del tronco, independiente de las condiciones de visibilidad del tractorista. Posteriormente, la máquina aplica una o varias vibraciones de forma controlada, con modificación de la frecuencia, amplitud y tiempo de vibración, acordes con las necesidades del árbol. Esta automatización permite alcanzar el mejor derribo de frutos, dañar lo mínimo a

los árboles y gestionar la potencia disponible en el tractor para accionar correctamente la máquina.

Posteriormente, la máquina se detiene, suelta el tronco y vuelve a su posición original, permitiendo que el tractorista continúe con su trabajo. La automatización de las operaciones del vibrador de troncos no solamente persigue mejorar las condiciones en las que se realiza la operación sino que además ofrece la posibilidad de conocer y regular los parámetros en las que se realiza. Por ejemplo, el operario puede regular la presión de apriete del cabezal vibrador al tronco en función al tamaño del árbol, al momento de la recolección y al material del taco de agarre.



Prototipo de vibrador automatizado con amplitud variable.



Además, se ofrece al conductor la información sobre la temperatura del sistema de agarre, la cual es fundamental cuando se incrementa la velocidad de trabajo para la durabilidad de la máquina o detectar otros problemas.

El material de agarre de los vibradores también ha sido objetivo de mejora. Se han desarrollado materiales de comportamiento plástico, los cuales requieren menores presiones de apriete para realizar agarres rígidos máquina-tronco y reducen el riesgo de descortezado en la recolección temprana del olivar.

Adaptación por poda de los árboles a los prototipos de recolección.

En el caso del empleo de sacudidores de copa en olivar tradicional, y de las cosechadoras integrales por vibración del tronco para olivar intensivo, se requiere una adaptación de los

árboles a los prototipos de recolección mediante la poda. A la hora de realizar la poda es fundamental tener en cuenta las dimensiones de la máquina y su forma de trabajo para dejar como resultado un árbol con la forma y tamaño adecuado al trabajo de la cosechadora, y sin ramas u otros elementos que interfieran en el funcionamiento de la misma.

Durante el desarrollo del convenio CPP Mecaolivar se han desarrollado parcelas de pruebas para olivar tradicional e intensivo. La poda se ha realizado por métodos manuales, tanto de una forma tradicional como de una forma adaptada a las máquinas, y por combinación de poda mecanizada y manual. La adaptación del olivar tradicional a las cosechadoras por sacudidores de copa se requiere de un árbol con un contorno redondeado y una altura ligeramente superior a la máquina. En el caso de la poda realizada en el olivar intensivo se requiere una altura de formación de la cruz del árbol igual o supe-



EN CONTINUA INNOVACIÓN



Maquinaria Especializada en Recolección de Olivar

Tlf.: 957 630 243

E-mail: moresil@moresil.com

Web: www.moresil.com

Ctra. Córdoba-Palma del Río, s/n
Posadas (Córdoba)



Tecniagri: un antes y un después en la recolección



Prototipo: Cosechadora integral basada en vibrador de troncos

Se trata de la primera cosechadora automatizada desarrollada en España para la mecanización de la recolección de olivar intensivo mediante la vibración de troncos y que integra todos los elementos necesarios para el derribo, recepción (mediante una plataforma recolectora gemela y simétrica con capacidad de nivelarse longitudinal y transversalmente que se extiende a ras de suelo por lo que no existirán conflictos con las ramas bajas de los árboles), transporte (horizontal y vertical), limpieza y almacenamiento del fruto derribado mediante la aplicación de sistemas manuales y automáticos controlados por autómatas, que además incorpora un sistema GPS/GPRS que permite controlar el funcionamiento de la máquina de forma remota y que adicionalmente registra los eventos significativos de forma que pudiera hacerse la próxima cosecha de forma muy desatendida por el operario.



Prototipo: Vibrador de troncos automatizado

Este vibrador de troncos se caracteriza por la aplicación de diversas funcionalidades en la vibración (Parada en seco, re-apriete durante la vibración, cambio de sentido, periodo del ciclo, ...) que permiten definir los parámetros que intervienen de forma decisiva en la calidad de la vibración, en el porcentaje de frutos derribados y en la reducción de daños en el tronco. Aplicaciones hidráulicas y electrónicas, mediante autómatas, controlan la vibración y los movimientos de aproximación del vibrador al tronco, optimizando mediante el empleo de tecnología LS proporcional, y electrónica sensorizada la aplicación de la energía hidráulica en todos los procesos y la gestión automática de todos los procesos.

Por último se ha creado un poste de ensayos, que ha sido objeto de solicitud de patente, que ha posibilitado el análisis y registro de las principales variables que intervienen en la vibración.

rior a 1 m, con una formación en vaso que maximice la transmisión de la vibración. En cuanto a las dimensiones de la copa del árbol no deben superar el espacio libre dejado por la máquina durante la circulación en máquinas cabalgantes, o deben de ser inferiores a la superficie de recepción del fruto en cosechadoras que circulan sólo bajo el árbol.

Conclusiones

Los prototipos realizados son una realidad para el sector del olivar, los cuales abren posibilidades en la modernización y sostenibilidad de muchas explotaciones. De hecho, se ha presentado la primera cosechadora para el olivar tradicional. Sin embargo, los prototipos se encuentran en fase de desarrollo y requieren de mejoras y validaciones para llegar a ser comerciales. Sin lugar a dudas, los fabricantes de maquinaria, técnicos, agricultores y sus representantes, junto con los organismos públicos de I+D+i podrán acompañar en esta mejora y aportar soluciones tecnológicas al sector en su desarrollo hacia un cultivo sostenible económicamente, técnicamente y ambientalmente. El objetivo es la calidad del aceite de oliva, su trazabilidad y la seguridad alimentaria. Estas innovaciones y su transferencia

exigen una sinergia entre la investigación pública, los olivereros y el desarrollo empresarial.

Agradecimientos

Los autores agradecen la financiación recibida al Ministerio de Economía e Innovación a través de fondos FEDER, la colaboración por parte de las empresas (Moresil, Maqtec, Tecniagri, UTE Isotrol-MC2, Gascón, Crispe) y de los centros de investigación del IFAPA y la UPC. Además, agradecen la confianza y el apoyo económico de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español al presente convenio y a los desarrollos anteriores. Por último, los autores agradecen al Ministerio de Educación Cultura y Deporte por la concesión de la beca FPU a FJCR. 🇪🇸

Más información en: www.mecaolivar.com

Bibliografía

CAPDR. *Consejería de Agricultura, pesca y Desarrollo Rural. 2015. Plan director del olivar andaluz, 146 pp.*
 ESYRCE. *Encuesta sobre superficies y rendimientos de cultivos análisis de las plantaciones de olivar en España. 2013. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente 2013.*



Dentro del Proyecto CPP MecaOlivar



NUEVOS PROTOTIPOS PARA LA APLICACIÓN DE PRODUCTOS FITOSANITARIOS Y MANEJO DE CUBIERTAS EN OLIVAR

Los tratamientos fitosanitarios en olivar presentan una gran importancia para controlar, por una parte, las plagas y enfermedades más comunes y, por otra parte, las poblaciones de malas hierbas y las cubiertas vegetales cuando entran en competencia con el cultivo por el agua.

Su realización no suele ser eficiente debido, fundamentalmente, a la falta de criterios objetivos en cuanto a los volúmenes de aplicación necesarios, al mal estado del parque de maquinaria existente y a la falta de adaptación de los equipos más utilizados a las características del olivar tradicional e intensivo.

La importancia de estas aplicaciones la muestra la nueva legislación relativa a la aplicación de productos fitosanitarios, tanto a nivel europeo (Directiva 128/2009/CE sobre uso sostenible de plaguicidas) como español (Real Decreto 1311/2012 que establece el marco de actuación para el uso sostenible de productos fitosanitarios y Real Decreto 1702/2011 sobre inspecciones periódicas de los equipos de aplicación de productos fitosanitarios), obliga al cumplimiento de diferentes requisitos, como la reducción de la dosis empleada y los de salud y seguridad y de medio ambiente. Centrándonos en el primer aspecto, el atomizador convencional es un equipo muy utilizado por ser robusto y eficaz, pero, en él se requieren altas dosis para realizar aplicaciones que mojen homogéneamente la copa, con lo que una gran

parte del producto se pierde por aplicación fuera de copa, escurrimiento desde las hojas y deriva.

Por otra parte, en el olivar, se emplean barras pulverizadoras, para el control de la vegetación adventicia o las cubiertas vegetales cuando entran en competencia con el cultivo, que aplican producto de forma homogénea sobre toda la superficie del suelo, incluso en aquellas zonas en las que no hay vegetación objetivo ya que esta se suele encontrar en concentrada en rodales.

Los sistemas de desbroce existentes para controlar las cubiertas vegetales en primavera son adaptaciones de desbrozadoras forestales, que aunque realizan muy bien su función de erradicar la flora adventicia para evitar la competencia por agua con el cultivo, pican demasiado los restos lo que acelera su degradación y por tanto disminuye su capacidad

Barra herbicida con mezclado de producto a tiempo real.



de proteger al suelo frente a la acción erosiva de las lluvias.

De aquí surge la necesidad de desarrollar nuevos equipos que se adapten a las particularidades del cultivo en términos, no sólo de eficacia, sino de eficiencia. Por ello, en el convenio de compra pública precomercial Mecaolivar entre el Ministerio de Economía y Competitividad y la Universidad de Córdoba (grupo de investigación Mecanización y Tecnología Rural), con la orientación y apoyo económico del sector a través de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, se han desarrollado tres prototipos de nuevos atomizadores y dos de nuevas barras pulverizadoras y de desbrozadoras, que van encaminados a reducir los costes de producción del olivar, tanto en tradicional como en intensivo, como a limitar su huella ambiental, pues se reducirá la contaminación por agroquímicos y se mejorará la protección del suelo frente a la erosión.

Equipos de aplicación de productos fitosanitarios a la copa del árbol

La aplicación de fitosanitarios a la copa de los olivos se realiza, habitualmente, con dos tipos de equipos: los pulverizadores de pistolas y los atomizadores. Los primeros, si bien son profusamente utilizados, presentan multitud de inconvenientes respecto a los segundos. El atomizador es un equipo eficaz y robusto, pero poco eficiente. En diferentes estudios se estima que,

del producto aplicado por un atomizador en un tratamiento fitosanitario, más del 50% del producto se pierde como consecuencia de la deriva, el escurrimiento desde las hojas y las aplicaciones directas al suelo o entre árboles. Se ha detectado, por otra parte, que el atomizador comercial genera importantes diferencias de producto depositado en las distintas partes de la copa, lo que hace que, ante enfermedades que se combaten con productos de contacto, como los fungicidas cúpricos contra el repilo del olivo, existan partes más desprotegidas frente al agente.

Por último, pero no menos importante, hay que mencionar la seguridad del aplicador. Los equipos comerciales actuales presentan distintos peligros que podrían suponer riesgos para el encargado de llevar a cabo el tratamiento. Entre los más importantes están la ausencia de sistemas que aumenten su estabilidad en condiciones de alta pendiente, la ausencia de válvulas limitadoras de presión y la falta de asideros y estribos bien acondicionados, de resguardo de protección del ventilador, de un depósito de agua limpia, etc.

Solución a los problemas planteados mediante los equipos desarrollados.

Desde el grupo de investigación de la UCO se estableció la necesidad de dar solución a los problemas anteriormente seleccionados, y se interactuó al respecto con fabricantes, previamente contratados mediante un proceso de licitación pública.



PROTOTIPOS PRECOMERCIALES MECAOLIVAR	
Fabricante	Tipo de Maquinaria
Atasa	Atomizador con adaptación a copa (2 modelos)
Atasa	Desbrozadora + Pulverizador Hidráulico
Osuna Sevillano	Desbrozadora + Pulverizador Hidráulico
Mañez y Lozano	Atomizador con adaptación a copa

La calidad y la eficiencia de la aplicación se consiguen mediante la aproximación de los elementos de aplicación a la vegetación y la optimización del flujo de aire aplicado. La aplicación cercana a la copa consigue que la distancia de vuelo de las gotas sea menor, lo cual incide directamente en el tiempo en el que permanecen expuestas a la acción del viento y, por tanto, al porcentaje de producto que se pierde en concepto de deriva.

Entre los equipos presentados señalar el presentado por la firma Atasa (Foto 1) que tiene un diseño basado en un ventilador de flujo radial y seis toberas que distribuyen el flujo de aire y se adaptan a la forma de la copa acercándose y alejándose, a partir de la señal generada por seis sensores ultrasónicos analógicos. Cada una de las secciones de pulverización, correspondiente a una tobera, presenta 3 boquillas de turbulencia de cono hueco y un sensor ultrasónico que determinará, por una parte, la distancia a la vegetación para una aproximación óptima y, por otra, la existencia o no de vegetación para pulverizar o cerrar la electroválvula correspondiente. El prototipo completamente abierto alcanza una envergadura de 5.7 metros, lo que permite reducir considerablemente la distancia de vuelo de las gotas y, por tanto, el tiempo de exposición de las mismas y el riesgo de deriva.

Barras de tratamiento herbicida para el control de hierbas

La aplicación de productos herbicidas en el suelo de los cultivos arbóreos no está exenta de controversias, pues en mu-

El atomizador es un equipo eficaz y robusto, pero poco eficiente

chas ocasiones se realizan con equipos en malas condiciones de regulación, calibración y mantenimiento, sobre todo en suelos con elevada pendiente y poco protegidos de la erosión lo que ocasiona flujo de escorrentía y transporte de sedimentos hasta los cauces de agua, con los consiguientes problemas de contaminación difusa.

Dentro del proyecto CPP Mecaolivar se han desarrollado dos prototipos de barras de tratamientos, una por la empresa ATASA y otra por Osuna Sevillano, que tienen por objetivo:

1. Posibilidad para trabajar en parcelas de olivar tradicional mecanizable y en parcelas de olivar intensivo.
2. Permitir el tratamiento variable o sitio-específico de las hierbas, aplicando herbicida sólo en aquellos lugares donde aparezcan las mismas.
3. El prototipo, además, de tratar en pendientes moderadas, debe de poder hacerlo en terrenos con desniveles comprendidos entre el 15 y 25%.
4. En el caso de ser necesario debe permitir el trabajo conjunto con una desbrozadora enganchada también en el tractor. El prototipo 1 de barra pulverizadora (Foto2) permite el trabajo combinado con la desbrozadora, acoplándose a la parte delantera y trasera del tractor, respectivamente.

Desbrozadora de Atasa.



La barra es telescópica y se encuentra sectorizada en 5 tramos asimétricos, cada uno de ellos gestionados por un sensor de detección de hierbas basado en tecnología NIR, que sólo aplica producto donde existe vegetación. Puede trabajar en olivares de muy distinto marco. En su posición más cerrada permite el tratamiento con una anchura de 7 m, al extender los brazos la distancia aumenta hasta los 8 m y activando las boquillas terminales se podría llegar hasta los 11 m.

La barra presenta un sistema de trabajo en pendiente mediante la posibilidad de funcionamiento en planos asimétricos de los dos brazos exteriores, permitiendo la regulación hasta en pendiente negativa, por debajo de la horizontalidad. Tiene un modo de copia, con el apoyo de una rueda en el suelo, que mantiene el paralelismo con el suelo en plantaciones alomadas. El equipo se ha diseñado para que se realice la mezcla de la materia activa en tiempo real ("Sistema Dosatron"), para ello, dispone de un depósito de agua limpia de 400 l y otro para contener la materia activa pura.

El prototipo 2 de barra pulverizadora también permite el trabajo combinado con una desbrozadora. La barra es telescópica, pudiendo trabajar un ancho de 6,5 m totalmente plegada, 8 m desplegada y hasta 11 m cuando se activan las boquillas terminales.

Equipos de control de cubiertas vegetales: desbrozadoras

Los condicionantes edafoclimáticos de las regiones donde se enclava el olivar (terrenos con elevadas pendientes, escasa cobertura de suelo, frecuencia de chubascos de gran intensidad, etc.) originan unas elevadas pérdidas de suelo, hasta el punto de que la erosión es el mayor problema medioambiental de la olivicultura española.

Más del 50% del producto aplicado por un atomizador en un tratamiento fitosanitario se pierde

Para luchar contra ella, se implantan cubiertas vegetales entre las calles de la plantación, aunque, estas en primavera se han de eliminar para evitar que compitan por agua y nutrientes con los árboles. El método más utilizado es el desbroce mecánico, sin embargo estas máquinas que son en su mayoría adaptaciones de desbrozadoras forestales tienen una elevada demanda de potencia y pican en demasía los restos vegetales lo que acelera su degradación y por tanto, reduce su capacidad de proteger al suelo de las primeras lluvias del otoño.

Por ello, dentro del proyecto CPP MecaOlivar se han desarrollado dos prototipos de desbrozadoras, una por la empresa ATASA y otra por Osuna Sevillano, que tienen por objetivo:

1. Reducir la demanda de potencia y por consiguiente el consumo de combustible respecto a los sistemas de desbroce tradicionales.
2. Permitir el desbroce de las cubiertas tanto en bandas, como a todo terreno, con un ancho de trabajo de hasta 5 metros.
3. Permitir un correcto desbroce, reduciendo el número de cortes realizados a las hierbas, aumentando el tiempo de degradación de las mismas en campo respecto a los sistemas tradicionales de desbroce
4. El prototipo además de desbrozar en pendientes moderadas, también debe de poder trabajar en terrenos con desniveles comprendidos entre el 15 y 25%.



Las primeras pruebas hacen augurar muy buenos resultados en materia de homogeneidad de la distribución de los fitosanitarios y de la cobertura

5. En el caso de ser necesario debe permitir el trabajo solapado con una barra de pulverización enganchada al tractor.

Conclusiones

El desarrollo de equipos adaptados a las condiciones particulares de un cultivo tan problemático como es el olivar tradicional es clave en el proceso de optimización de las aplicaciones de fitosanitarios en materia de seguridad y sostenibilidad. De ahí la importancia de los prototipos que se han construido en el Convenio de CPP MECAOLIVAR. Estos prototipos cumplen con los requisitos impuestos en materia de versatilidad, facilidad de transporte, capacidad de trabajo y seguridad del aplicador. Aunque todavía se están desarrollando los ensayos de validación de las características de funcionamiento en condiciones reales de trabajo en campo,

los fundamentos en los que se basan y, más aún, las primeras pruebas realizadas hacen augurar muy buenos resultados en materia de homogeneidad de la distribución y de la cobertura.

Agradecimientos

Los autores agradecen al Ministerio de Economía y Competitividad el apoyo económico recibido a través del Convenio de CPP MECAOLIVAR. También agradecen el apoyo económico recibido por la Interprofesional del Aceite de Oliva Español (IAOE) para el desarrollo de este Convenio y de los trabajos previos. El tercer autor agradece, asimismo, al Ministerio de Educación, Cultura y Deporte su apoyo económico a través del Programa de Formación de Profesorado Universitario (FPU 2012). 🇪🇺



ATASA, líder en la investigación aplicada al olivar



Aplicador fitosanitario optimizado para la copa del olivar.



Desbrozadora de cubiertas vegetales, 5.1 metros de ancho de trabajo.



Equipo herbicida de pulverización selectiva mediante detectores electrónicos.

ASESORES Y TÉCNICAS AGRÍCOLAS, S.A.
Pol. Ind. Oeste, Avenida de las Américas, Parc. 17/3
30820 Alcantarilla (Murcia)
Telf.: 968 89 11 11 • www.atasa.eu

Rafael Sánchez de Puerta, responsable de los proyectos de

Mecaolivar, un proyecto estrat



La Interprofesional del Aceite de Oliva Español se ha convertido en un catalizador de la investigación en múltiples campos. Una vez más se ha vuelto a poner de manifiesto el carácter estratégico de la labor de fomento de la I+D+i y su clara apuesta por la investigación en el olivar y el aceite de oliva, tal y como se recoge en la extensión de norma y como lo demuestra el impulso y la financiación de distintas líneas y grupos de investigación a las que destina el 10% de sus presupuestos.

En este contexto, destacar las apuestas de la Interprofesional, más si cabe en los tiempos en los que la disponibilidad de fondos para la investigación es muy reducida. Hoy traemos a estas páginas uno de los proyectos en el ámbito de la agronomía donde la Interprofesional ha invertido del orden del 20% del coste global total del proyecto: Mecaolivar.

Olimerca.- Después de varios años de trabajo por parte de la UCO, ¿qué valoración nos hace de este proyecto?

Rafael Sánchez de Puerta.- Han bastado sólo dos años para que la iniciativa del Grupo de Mecanización y Tecnología Rural de la Universidad de Córdoba, con el respaldo de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, se materializase en la forma de Convenio de Compra Pública Precomercial (CPP) MECAOLIVAR, y haya dado sus frutos.

Estamos hablando de equipos que tratan de ofrecer nuevas soluciones técnicas a la recolección, la aplicación de fitosanitarios y al manejo de suelos en el olivar español. Aunque entre las máquinas desarrolladas (todas ellas modelos precomerciales, desarrolladas en colaboración con empresas de

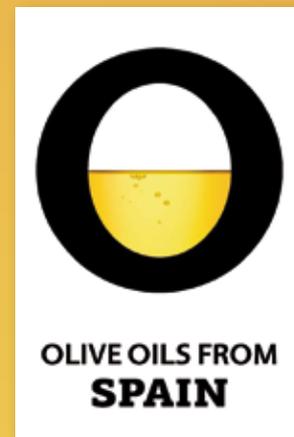
maquinaria) hay soluciones tecnológicas para el olivar intensivo, los mayores avances se han logrado en los desarrollos destinados al olivar tradicional, el que mayor superficie ocupa en España. De hecho, la estrella de la jornada fueron dos cosechadoras adaptadas a este tipo de olivar, capaces de trabajar con pendientes máximas del 17%. Ambas toman como base unos sacudidores de copa arrastrados. A la vez que se desplazan alrededor del olivo son capaces de derribar el fruto, hacer una pre limpieza y recogerlo, todo ello de forma autónoma.

Con los resultados hasta ahora alcanzados tanto el Magrama como la Interprofesional estamos muy satisfechos porque hemos llevado a cabo un proyecto muy complicado en un periodo muy corto de tiempo.

El proyecto ha dado lugar al desarrollo de 15 prototipos adaptados tanto al olivar tradicional como al intensivo

investigación de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español

éxico para el olivar español



Olimerca.- ¿Qué inversión ha realizado la Interprofesional en el proyecto Mecaolivar?

Rafael Sánchez de Puerta.- La Interprofesional del Aceite de Oliva ha apoyado a la Universidad de Córdoba con la aportación del 20% del coste global del proyecto y el resto ha procedido de aportaciones comunitarias en base a una línea de compra innovadora. Al final, hemos podido ayudar a las empresas a que desarrollen sus prototipos, que luego puedan comercializarse y llegar al sector. Y todo ha sido posible gracias a la colaboración de la UCO con el apoyo financiero de los fondos FEDER, a través del Ministerio de Economía y Competitividad. En total se han desarrollado 15 equipos destinados a mecanizar y modernizar el olivar español. Prototipos que se presentaron por primera vez a los profesionales del sector en una Jornada

técnica sobre mecanización del olivar que se celebró a finales del mes de noviembre en el Centro IFAPA de Cabra, en la provincia de Córdoba y que fue organizada por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente con la colaboración de la Junta de Andalucía.

Olimerca.- ¿En qué otros proyectos están estudiando su participación?

Rafael Sánchez de Puerta.- Desde la Interprofesional tenemos siempre abiertas diferentes líneas de investigación. En lo que se refiere a la mecanización del olivar, ya se está estudiando abrir una segunda línea de Mecaolivar para abordar nuevas maquinarias que permitan trabajar en terrenos de altas pendientes, o trabajar en nuevas maquinarias donde se combine la vibración del olivo con el sacudidor de copa.



La Interprofesional se ha convertido en un catalizador de la investigación en múltiples campos



EL PERSONAJE

CONSEJERA DE AGRICULTURA, PESCA Y DESARROLLO RURAL

Carmen Ortiz Rivas, nacida en la localidad almeriense de Fiñana en 1957, es licenciada en Psicología por la Universidad de Granada y funcionaria de la Diputación Provincial de Almería. Desde septiembre de 2014 ocupaba la presidencia del Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera de Andalucía (IFAPA). La consejera de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, nombrada el pasado mes de junio, tiene una larga trayectoria parlamentaria, que le ha llevado a ocupar escaños en el Parlamento de Andalucía, el Congreso de los Diputados y el Parlamento Europeo. Asimismo, ha sido concejal en el Ayuntamiento de Almería. Ortiz Rivas fue diputada del Parlamento de Andalucía durante cuatro legislaturas (III, IV, V y VI), del Congreso de los Diputados en la VIII Legislatura y europarlamentaria en marzo de 2004. En la Cámara andaluza fue secretaria primera de la Mesa del Parlamento y presidenta de la Comisión de Cultura, Turismo y Deporte.

Carmen Ortiz Rivas

“El panel test, clave para la mejora de la calidad de los aceites de oliva vírgenes”

Hablar de aceite de oliva en Andalucía es hablar del producto agrario más emblemático, que en los últimos años se ha convertido en la bandera de esta comunidad por todo el mundo. Y es que no sólo hablamos de calidad, sino de producto saludable, de un cultivo social muy importante y que tiene a las puertas el futuro más prometedor. Carmen Ortiz, Consejera de Agricultura de la Junta de Andalucía habla con Olinerca sobre las luces y sombras de este sector en esta comunidad

Olinerca.- **¿En qué estado ve al sector del olivar y el aceite de oliva en cuanto a competitividad, innovación e internacionalización?**

Carmen Ortiz.- El sector del olivar y del aceite de oliva viene invirtiendo grandes esfuerzos en mejorar la competitividad de las explotaciones y de la agroindustria asociada a la producción del aceite de oliva, incorporando a los procesos los últimos conocimientos técnicos disponibles, y en ello están apoyados desde la Consejería de

Agricultura a través de la transferencia permanente desde el Instituto de Formación e Investigación Agraria y Pesquera (IFAPA).

Como resultado de estas innovaciones y de la mejora en la proyección co-

“En las buenas prácticas comerciales deben respetarse una renta digna para los productores”

mercial que se ha desplegado en los últimos años, se ha logrado alcanzar niveles de exportación superiores al 60% de la producción, así por ejemplo en la campaña 2013/2014 se exportaron desde Andalucía más de 770.000 toneladas de aceite. Ello da muestras de la proyección internacional de este sector, cuyo comportamiento en los años de crisis económica ha demostrado su buena salud, contribuyendo al mantenimiento y absorción de empleo procedente de otros sectores.

Sobre todo sin perder de vista que la gran parte se exporta a granel, la consolidación de la presencia en los mer-

cados externos es resultado del buen trabajo realizado por el sector fuera de nuestras fronteras. Año tras año, se observa cómo el trabajo se orienta hacia el aumento de la cantidad exportada en envases, y aunque queda aún un largo camino, entendemos que se está trabajando en la línea correcta.

Olimerca.- ¿Es posible conseguir equilibrar la cadena de valor del aceite de oliva?

C.O.- El equilibrio en la cadena de valor del aceite, como en cualquier otro producto agroalimentario, tiene una dependencia relativa de la oferta. En la campaña que ha terminado 2014/15, con una producción corta, los precios han sido razonables; ahora entramos en una nueva cosecha que estará en la media y por desgracia ya estamos asistiendo a ciertas caídas de precios que si no se frena puede volver a suponer pérdidas de la renta en el agricultor.

Pero la clave para conseguir un equilibrio en la cadena de valor hay que buscarla en la relación entre los productores, que están muy atomizados, y la distribución muy concentrada. Por ello, tenemos que encontrar un punto donde la negociación sea equilibrada entre las partes, en la que se reconozca el papel de cada eslabón. Queremos que en las buenas prácticas comerciales deben respetarse una renta digna para los productores, sobre todo cuando es de todos conocidos los costes de producción.

Olimerca.- La ley 13/2013 sobre el fomento de la integración cooperativa ¿puede ser la solución a los problemas de comercialización y bajos precios que sufre tanto el sector del aceite como de la aceituna?

C.O.- Evidentemente, las políticas dirigidas a la integración cooperativa y aumento de la dimensión de las empresas suponen un avance fundamental en el sector agroalimentario. En este sentido, esta Consejería viene trabajando desde hace varios años con convocatorias de apoyo al aumento de dimensión de las empresas. Concretamente, para el sector del olivar se han destinado en los últimos años más de 5,3 millones de euros.



”Las ayudas a la modernización del sector de la aceituna de mesa ayudarán a evitar el abandono de los olivos”

Olimerca.- ¿No le parece muy exigentes las condiciones que marca la ley para poder poner en marcha una entidad asociativa en el sector del aceite de oliva y de la aceituna de mesa?

C.O.- Es una realidad demostrada que la ley marca unos requisitos mínimos muy exigentes y prácticamente inabordables por la gran mayoría de empresas, no sólo andaluzas, sino incluso de ámbito superior. Desde Andalucía hemos manifestado este aspecto en varias ocasiones a la administración central; hecho que además se ve corroborado por la escasa aplicación que ha tenido la ley hasta la fecha.

Olimerca.- El Ministerio junto a la Interprofesional del Aceite de Oliva y la Junta de Andalucía están buscando un método alternativo al Panel Test. ¿Cómo va este tema?

C.O.- El proyecto de conseguir un método alternativo al panel test es bastante ambicioso y a su vez complejo. En principio, desde la Consejería nos daríamos por satisfechos si finalmente se pudiesen desarrollar métodos complementarios al panel test que diesen confianza a las decisiones que sobre la categoría de los aceites de oliva vírgenes toman los envasadores y diferentes operadores, con la repercusión que a su vez esto tiene sobre los sistemas de control oficial que debe desarrollar la Administración. Hasta ahora se ha venido trabajando con diferentes grupos de investigación que empleaban diferentes técnicas científicas, a fin de evaluar la capacidad de las mismas. Una vez seleccionadas las técnicas que mejor resultado han dado, van a comenzar a ser testadas para evaluar su fiabilidad, remitiendo durante esta campaña a los diferentes grupos muestras de las cuales desconocen el resultado del panel test. Esperamos tener resultados satisfactorios al final de la misma.

El PDR destinará **nuevas ayudas** al sector de la aceituna de mesa

Determinadas variedades de olivar destinadas a producir aceituna de aderezo vienen teniendo dificultades en la remuneración de sus costes, provocado sobre todo por la falta de concentración de la oferta y el desajuste entre la producción y la comercialización. Para paliar esta situación el sector puede abordar, con el apoyo financiero del Plan de Desarrollo Rural (PDR), una serie de acciones entre las que están avanzar en el aumento de la dimensión, fomentar el consumo mediante acciones de promoción, y participar en los Grupos Operativos de Innovación para abordar la reducción de costes de recolección y de transformación.

Según Carmen Ortiz, el sector no debe descuidar el desarrollo de nuevas estrategias de mejora de la calidad de la producción destinada a su comercialización, mediante la adopción de extensiones de norma que eliminen los frutos de peor calidad, en la búsqueda de conseguir una mejor remuneración acorde a la calidad comercializada y que en España se ha demostrado que es excelente.

Hay que hacer todos los esfuerzos posibles y al alcance de nuestra mano para que no se produzca el abandono del importante patrimonio de nuestros olivares productores de gordal y manzanilla y que debería ser la última solución; sólo reservada a explotaciones marginales, para las que no haya posibilidad de mejora con otras medidas. Las ayudas a la modernización podrían apoyar una estrategia de esta naturaleza, apostilla Carmen Ortiz.



“El **equilibrio en la cadena de valor** hay que buscarlo en la relación entre los productores, **muy atomizados**, y la distribución **muy concentrada**”

Olimerca.- Cree que la eliminación del panel test ayudará a mejorar la imagen de calidad del aceite de oliva?

C.O.- No tengo noticias de que la eliminación se vaya a producir en el corto plazo. Hasta ahora creo que ha sido al contrario, y el panel test ha sido sin duda clave a lo largo de los últimos treinta años para la mejora de la calidad de los aceites de oliva vírgenes, y así ha sido reconocido en multitud de ocasiones por el propio sector. No creo que se pueda proceder a su eliminación, ya que es una de las características que se incluyen en la norma comercial del Consejo Oleícola Internacional (COI), que es base de la reglamentación de la Unión Europea.

Su eliminación requeriría el convencimiento de la mayoría de los países del la UE y de los firmantes del acuerdo del COI. Sólo sería posible su sustitución

por otras metodologías equivalentes, y como digo, en principio estamos lejos de conseguirlas.

Olimerca.- ¿Qué va a suponer el nuevo presupuesto del Plan de Desarrollo Rural aprobado el pasado verano por la CE?

C.O.- Como bien conoce, el pasado mes de agosto pasado se aprobó por parte de la Unión Europea el Programa de Desarrollo Rural de Andalucía 2014-2020, que recoge un paquete de medidas de apoyo a las empresas agroalimentarias y, en particular al sector del olivar con un Subprograma específico de apoyo con presupuesto de 304 millones de euros.

El PDR incluye un Subprograma Temático del Olivar, que es el soporte financiero para desarrollar el Plan Director del Olivar, que fue aprobado en mar-

zo de 2015, y que incluye una serie de medidas de apoyo al sector orientadas a fomentar los fines sociales, la mejora de la productividad y la rentabilidad del sector. Este instrumento va a permitir dar apoyo a productores y empresas para desarrollar actuaciones en modernización y agroindustria, la adopción de prácticas más respetuosas con el medio ambiente, así como aquellas orientadas a mejorar la formación y la innovación en este sector.

Olimerca.- Y en el sector del aceite ecológico ¿qué recomendaciones haría para poder mejorar la comercialización, siendo uno de los países líderes en producción?

C.O.- El sector ecológico, en el que Andalucía lidera la producción nacional, ha avanzado de forma notable en la comercialización de los productos transformados en los últimos años, siendo el aceite uno de los subsectores que están generando mayor valor añadido. No obstante, es posible incrementar su presencia en los mercados impulsando una estrategia de promoción y divulgación, tanto en el mercado exterior como en el nacional, en el que existe mucho margen para su desarrollo.



Lo que el ojo no ve...

Desde hace 20 años analizamos el mercado promocional ibérico con un sólo objetivo: ofrecerte las **respuestas** que necesitas para diseñar una estrategia comercial **ganadora**.

- **Universo:** Más de 300 enseñas auditadas.
- **Visión completa:** Precios, tipos de promoción y calidad de cada aparición.
- **Estudios con la información trabajada:** Mejor dedicar el tiempo en analizar que en obtener.
- **Equipo de soporte:** Respuestas inmediatas a necesidades particulares.



P U B L I N F O

Tu ventaja competitiva para negociar y vender

www.publinfo.com



ENTREVISTA

David Bensadoun

Consejero Delegado de Grupo Pompeiam

“Con **Dcoop** nos garantizamos **volumen, trazabilidad** y calidad en el **aceite de oliva**”

El Grupo Pompeiam, importador y distribuidor de aceite de oliva y otros aceites junto con vinagres, con sede en Baltimore, (EE. UU) ha dado un gran paso empresarial con la firma el pasado 2 de noviembre del acuerdo alcanzado con el Grupo Dcoop para constituir una nueva sociedad gestionada por su filial Mercaoleo





Para conocer más detalles de este acuerdo la revista Olimerca ha mantenido una entrevista con David Bensadoun, Consejero Delegado del Grupo Pompeiam.

Olimerca.- ¿Qué valoración nos haría del acuerdo alcanzado?

David Bensadoun .- Para Pompeiam es una gran satisfacción haber podido alcanzar un acuerdo con el grupo español Dcoop, el mayor productor y la mayor cooperativa de aceite de oliva en el mundo, que nos permite garantizarnos el abastecimiento adecuado del producto teniendo en cuenta la trazabilidad y la alta calidad que buscamos.

Con esta asociación tratamos de satisfacer la creciente demanda de aceites de oliva de alta calidad con pleno control de su trazabilidad desde el árbol hasta la botella. El acuerdo reúne las mejores materias primas posibles y las mejores instalaciones de producción y embotellado en el mundo, dado que la fusión de los activos incluye la planta de producción ultra-moderna de Mercaóleo en España y las dos plantas de envasado con las que contamos en Estados Unidos.

Además, hay otro término en el que coincidimos el Grupo Pompeiam y el Grupo DCOOP y es que compartimos los mismos valores y la pasión por trabajar directamente con los productores que se dedican en conseguir la máxima calidad de sus aceites de oliva.

Quién es **Grupo Pompeiam**

Pompeian Group USA, con sede en Estados Unidos, es el principal importador y fabricante de aceite de oliva en los Estados Unidos que en los últimos años se ha convertido en el número uno en ventas de aceite de oliva virgen extra en este mercado. Un grupo pionero en importar aceite de oliva de calidad con destino a los consumidores americanos y es la primera marca nacional que incorpora el sello de la Calidad USDA supervisado. Además, el compromiso de Pompeiam con la calidad se extiende a través de la Asociación Americana del Aceite de Oliva (NAOOA), la certificación de la British Retail Consortium y el certificado de calidad otorgado por el USDA Quality Monitored Seal.

Pompeiam incluye plantas de fabricación y dos plantas industriales en Montebello (California, Costa Oeste) y Baltimore (Maryland, Costa Este); además de un olivar en el estado de California. Mencionar así mismo que posee varias empresas relacionadas, entre otros productos, con el aceite de oliva como la filial Overseas destinada al comercio de aceite a granel, y la comercialización de la marca del distribuidor. En la actualidad la enseña Pompeian es líder en el segmento del virgen extra en Estados Unidos.



“El mercado americano puede **demandar y consumir más aceite de oliva** que en la actualidad tiene el **mercado español**”

Olimerca.- ¿Cuál es el objetivo más cercano?

David Bensadoun .- Queremos convertirnos en la compañía líder mundial del comercio de aceite de oliva y el Grupo Dcoop es el aliado perfecto porque nos puede proporcionar entre un 50 y un 70% de aceite de oliva que necesitamos, con el equilibrio necesario de precios y volúmenes para poder ser más competitivos. Somos conscientes de que en el sector del aceite de oliva no hay una economía de escalas y donde en muchas ocasiones se pierde dinero. Por ello es tan importante garantizarse volúmenes, precios estables a lo largo de un año y calidad de cara al consumidor, como una estrategia de crecimiento. Además me gustaría afirmar que estoy muy orgulloso de este proyecto porque ambos grupos coincidimos en la defensa de los valores sociales.



Olimerca.- ¿En qué consiste el acuerdo?

David Bensadoun .- El acuerdo lo suscribimos en la embajada española en Washington (Estados Unidos) entre el vicepresidente primero de Dcoop,

Francisco de Mora, y el miembro del consejo de dirección de Pompeiam, Sylvain Devico.

Pompeiam, a través del grupo de empresas de aceite de oliva en los Estados Unidos, y DCOOP, a través de su filial

Antonio Luque, Director General del Grupo Dcoop

Grupo Dcoop, el ave “Fénix” del aceite de oliva cooperativo

El mito del ave Fénix como elemento de supervivencia en el Más allá, donde el Fénix muere para renacer con toda su gloria se podría trasladar al Grupo Dcoop, tras sacrificar su marca emblemática Hojiblanca y ceder su planta de envasado en el 2014 a Deoleo, y tener que renunciar a un proyecto que pudo ser y que finalmente se quedó en eso, en el 2015 ha renacido con nuevos proyectos ambiciosos y de un gran futuro.

Si por algo se caracteriza la personalidad de Antonio Luque, director general del Grupo Dcoop es por tener siempre las ideas muy claras a la hora de la toma

de decisiones. Esta cualidad le ha convertido en todo un referente estrategia empresarial que en escasos dos años ha convertido al Grupo cooperativo Dcoop en un conglomerado de empresas de tal calibre que le permite negociar de tú a tú con los grandes de la industria del aceite de oliva y agroalimentaria a nivel mundial.

Cuando se acaba el año 2015 Antonio Luque nos habla del importante acuerdo con Pompeiam afirmando muy satisfecho que la nueva sociedad que han creado con el Grupo Pompeiam es uno de los mejores acuerdos porque

les va a permitir adentrarse en un mercado muy interesante como es el norteamericano, con importantes volúmenes de aceite de oliva, tanto a granel como envasado, lo que supondrá generar valor añadido a una parte importante de sus producciones.

Para Luque, el mercado de EE.UU está posicionado como el primer consumidor de aceite de oliva fuera del entorno comunitario con muy buenas expectativas de futuro. Y aunque en la actualidad se consumen del orden de 300 millones de litros de aceite de oliva al año, las expectativas futuras apuntan a que la demanda



“Pompeiam y el Grupo DCOOP

compartimos los mismos valores y la pasión por **trabajar directamente** con los **productores**”

Olimerca.- ¿Cuánto aceite de oliva moverán al año y qué calidades?

David Bensadoun .- Somos los importadores más importantes de EE.UU y en este contexto tenemos previsto importar del orden de 30-35.000 toneladas de aceite de oliva a granel, que será envasado en las dos plantas industriales sitas en Montebello (California, Costa Oeste) y Baltimore (Maryland, Costa Este), bajo la marca Pompeiam y distribuyéndose en las principales cadenas de distribución de Estados Unidos. Además, comercializaremos bajo la MDD, donde tenemos una cuota del mercado del 20%.

Respecto a las calidades vamos a importar tanto aceite de oliva virgen extra como refinado, todo en función de la demanda de nuestros consumidores. Somos conscientes de que en 10/15 años el mercado americano puede demandar y consumir más aceite de oliva que en la actualidad tiene el mercado español.

Mercaóleo, vamos a llevar a cabo un intercambio de acciones con una transferencia de activos entre ambas sociedades que posteriormente se completará con aportaciones de activos de ambas empresas.

Además del intercambio accionarial y la aportación de activos, la alianza está

abierta a crecer en el futuro para potenciar este liderazgo y abordar todos los eslabones de la cadena: desde el origen, pasando por la industria, con una capacidad dimensionada para abordar todos los mercados, y el consumidor, a través de marcas propias y externas.

se duplique, lo que lo convertiría en el primer consumidor mundial, por encima de Italia e incluso España.

Por todo ello, el Consejero Delegado de Deoleo afirma que “El acuerdo con Pompeiam nos va a permitir en un plazo de 3-4 años convertirnos en su socio al 50%. Estamos hablando de ser socios de la empresa líder en comercialización de virgen extra en el mercado americano y que comercializa al año entre 40/45 millones de kilos de aceite de oliva, y que puede llegar a 60 millones en un futuro cercano, en un proyecto en el que Dcoop va a tener mucho que decir”.

Las cifras son claras: Luque afirma que Dcoop está preparada para envasar en un plazo de 4/5 años un volumen del orden de 150 millones de

litros al año, frente a los 50 millones actuales y en esta línea vamos a seguir trabajando en otras oportunidades que los mercados nos brinden, sin olvidar que en la actualidad los productos elaborados por el grupo cooperativo llegan a más de 100 países.

Dcoop, la ficha de un líder

DCOOP es el mayor grupo agroalimentario del sur de España, siendo a su vez líder mundial en producción de aceite, aceitunas de mesa y vino. Es el mayor productor mundial de aceite de oliva virgen y aceitunas de mesa, con 400.000 hectáreas de olivar y 50 millones de olivos. Cuenta con una producción media de aceite de oliva de más de 250.000 toneladas. Exporta a más de 100 países, en muchos de los cuales es líder: China, Estados

Unidos, Italia, México o Rusia y opera en los sectores ganadero (porcino blanco, vacuno de carne, leche de cabra), cerealista y de suministros. Lo conforman más de 170 cooperativas de Andalucía, Castilla-La Mancha y Extremadura.

DCOOP es fruto de la adhesión individual de cooperativas y de la fusión de 11 cooperativas de segundo grado: Oleícola Hojiblanca de Málaga, Cordoliva, Acorsa, Agromálaga, Sumicoop, Agrocórdoba, Agropecuaria del Sur, Sierra Norte de Sevilla, Tierras Altas de Granada, Procasur y Baco. Ésta última es fruto de la reciente fusión llevada a cabo, habiendo sumado las mayores cooperativas andaluza y castellano-manchega, líder en producción de vino.

Para comenzar este artículo quisiera aclarar que he querido hacer un ejercicio de reflexión a partir de mi experiencia personal. Es decir, es más una opinión que un análisis y no pretende diagnosticar el problema, solo sembrar algunas dudas.

Raúl Peralba
www.positioning.ws
(Posicionamiento
Competitivo & Branding
Estratégico)

LA IMPORTANCIA DE UNA MARCA "POSICIONADA"
ES LO QUE AYUDA A DIFERENCIAR UNAS DE OTRAS

Aceite de oliva: "Marca" o MDD

Según me cuentan los amigos de Olimerca sorprende y preocupa que el aceite de oliva, un producto con tanta "personalidad" y marcas con larga tradición, haya llegado a cotas tan altas de participación de las conocidas como MDD.

Entre el 65/70% del total del mercado del aceite de oliva envasado en España lo copan las marcas blancas o más conocidas como marcas de la distribución. Es demasiado para un producto con tantas referencias que permiten crear percepciones en la mente de sus clientes para diferenciarlo. Sobre todo si comparamos ese porcentaje con el alcanzado por otros alimentos y bebidas.

Revisando otras categorías de productos agroalimentarios, podríamos decir que similares, resulta que las MDD son el 24,9% para cervezas, 28,7% para agua mineral y solo 13,3% en refrescos. (El líder es Coca-Cola, con un 66,8%) Incluso la cuota de las MDD en productos que suenan más a commodities, como el arroz y las pastas, es menor; ninguna de las dos llega al 55%.

El consumidor decide

Pero las cosas son así porque los consumidores lo deciden. No olvidar que "el mejor producto" es aquel que, con una calidad suficiente, es el que más gente considera "el mejor". Y las empresas





Walter Landor: “Los productos se construyen en las fábricas, las marcas se construyen en la mente”

tienen dos variables para influir en la decisión de compra, la eficacia operativa (buen producto, precio adecuado, comodidad de compra) y una imagen diferenciada y atractiva en la mente de los clientes, una marca “especial”.

En España la mejora de eficacia operativa se sabe de qué va, pero hay muchos “miopes” que creen que es la única variable que nos hará competitivos. ¡No es así! Hace falta manejar con mucha más inteligencia los valores intangibles que dan soporte a la marca. Falta entender su enorme peso para la competitividad.

Realmente el del aceite de oliva es un sector peculiar. De hecho nos encontramos con un producto que es la razón de ser para muchas familias rurales por considerarlo un alimento “hecho en casa”, hasta encontrarnos a los grandes productores que sólo se han preocupado por “vender ya” más que crear valor para el activo intangible más importante “la marca”. Como decía Walter Landor, pionero del diseño con estrategia; “Los productos se construyen en las fábricas, las marcas se construyen en la mente”, y dada la situación actual parece que no se ha tenido paciencia...

Si preguntáramos a los clientes en un supermercado sobre marcas de aceite de oliva, seguramente podrán mencionar a las más reconocidas; pero luego ¿por qué compran una marca u otra?

La respuesta debería estar relacionada con una característica concreta del producto que las diferenciara en su mente, pero me temo que no es así. En la mayoría de las ocasiones el precio es la razón más importante cuando las marcas no se “diferencian”. Esta es una de las razones de porqué las MDD de aceite de oliva controlan una cuota de mercado tan alta.

La marca posicionada es la clave

El precio es la variable más mencionada en todas las encuestas en las que se pregunta la razón principal de decidir por una MDD. Sin embargo en el otro extremo hay marcas como Coca-Cola, Bimbo, Campofrio o Cola-Cao que resisten este embate. ¿Dónde está el secreto? Precisamente en que son “seres ideales” perfectamente “caracterizados y reconocidos”; que ocupan un lugar muy claro y preferente en la mente de los clientes. Tienen un “posicionamiento” ventajoso sobre sus competidores.

La importancia de una marca “posicionada” es lo que ayuda a diferenciar unas de otras. En Marcas de Distribuidor hay dos clases; la Marca Blanca, que coincide con la del establecimiento; y la que tiene “nombre propio” y distinto. Es el caso de Hacendado. ¿Cuánta gente comprará Hacendado sin saber que es la MDD de Mercadona?

Creo que esa es una diferencia muy importante. Es decir no es lo mismo un tipo de MDD que el otro. En el primer caso la marca producto se liga a la ima-

gen de la cadena y en el segundo se le pueden agregar atributos más concretos.

Siendo un producto que se podría comparar con el aceite de oliva, la cerveza es un caso revelador. Solo tiene un porcentaje de MDD del 24,9%. Ahora bien, mientras muchos aceites son “marcas blancas”, curiosamente la mayoría de las cadenas tienen cervezas “suyas” con nombres llamativos distintos del propio. Además los bebedores parecen tener criterios relacionados con “beneficios” que van más allá del precio.

Otro sector que también llama la atención por la limitada penetración de las MDD, 28,7%, es el del agua mineral. Si bien tampoco buscan posicionarse con percepciones diferenciadas relacionadas con el producto propiamente dicho, sí tienen “nombres propios”, normalmente de su manantial de origen que aporta cierta “personalidad”.

También llama la atención que en Italia la situación sea totalmente diferente con marcas de aceite de oliva muy arraigadas y claramente posicionadas que limitan la entrada de MDD.

En mi opinión las grandes marcas fabricante de aceite de oliva tendrían que hacer un ejercicio de reflexión muy concienzudo sobre posicionamiento competitivo y branding estratégico. Pienso que es muy probable que descubran que no es solo cuestión de precios y de quién controla el canal y seguramente podrían hacer algo para que sus marcas tengan clientes más fieles y comprometidos.

Nosotros lo hemos comprobado en China...

El aceite es un imprescindible en las cocinas españolas, un básico en nuestra tan apreciada dieta mediterránea. Solo así se explica que su consumo se mantenga en un momento en que los precios marcan su máximo histórico desde los alcanzados a comienzos de 2006.

Sebastián Rodríguez-Correa,
Client Executive de Nielsen



EL PVP DEL ACEITE DE OLIVA SUBIÓ UN 25% EN NUEVE MESES

Más caro, más infieles

El instigador de esta subida de precio es el aceite de oliva debido a causas productivas tanto en España como en Italia, otra de las grandes potencias mundiales en producción de este oro líquido (ambos producen el 70% del aceite de oliva virgen del mundo). En ambos países, el calor y la falta de lluvias han provocado una mala cosecha de aceituna, a lo que se ha unido en Italia la aparición de la bacteria llamada *Xylella Fastidiosa*, que ha echado a perder la mitad de la producción.

Este caldo de cultivo ha provocado que el precio del aceite subiera un 17% en los nueve primeros meses de 2015. Sin embargo, en el caso del aceite de oliva el incremento ha sido del 25%, de tal modo que un litro de este producto en tienda costaba ya una media de 3,75 euros en el mes de octubre (3,57 euros la marca de distribución y 4,05 euros la marca de fabricante).

En este contexto, el consumidor se mantiene en sus trece en su comportamiento frente al lineal, hipersensible al precio y dispuesto a cambiar de producto en su cesta de la compra. Con un aceite de oliva en máximos de precio, el aceite de semillas, principalmente el de girasol, se ha convertido en una al-

La industria debería esforzarse en prescribir y aconsejar al consumidor sobre la idoneidad de utilizar cada tipo de aceite

ternativa, máxime si tenemos en cuenta que su precio ha caído un 3% de enero a septiembre.

En este sentido, la industria debería tener como objetivo potenciar sus esfuerzos en prescribir y aconsejar al consumidor sobre la idoneidad de utilizar cada tipo de aceite según cuál será su uso o preparación, y con ello intentar superar esa barrera de la hipersensibilidad al precio.

Las marcas del fabricante caen un 10%

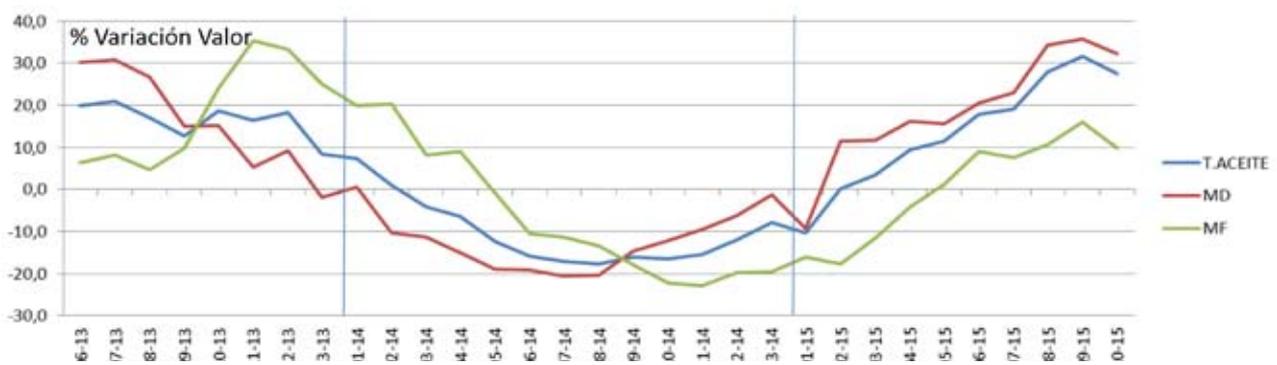
Este comportamiento tan infiel al producto también se observa en las marcas. El contexto actual nos depara un incremento en el diferencial de precio del aceite entre la marca del fabricante y del distribuidor hasta los 64 céntimos de euro. Esto provoca que las compras en el caso del primero desciendan un 10% (oliva -15%, semillas +3%) y en el segundo estén más estables con un ligero crecimiento del 1% (oliva -2%, semillas +6%).

La infidelidad del consumidor con un producto tan imprescindible en nuestras despensas como es el aceite es siempre un reto para el mercado, pero si además los precios tocan máximos históricos el desafío resulta aún más extremo. Afinar las estrategias comerciales y persistir en la educación de uso de cada tipo de aceite se nos antojan retos importantes.

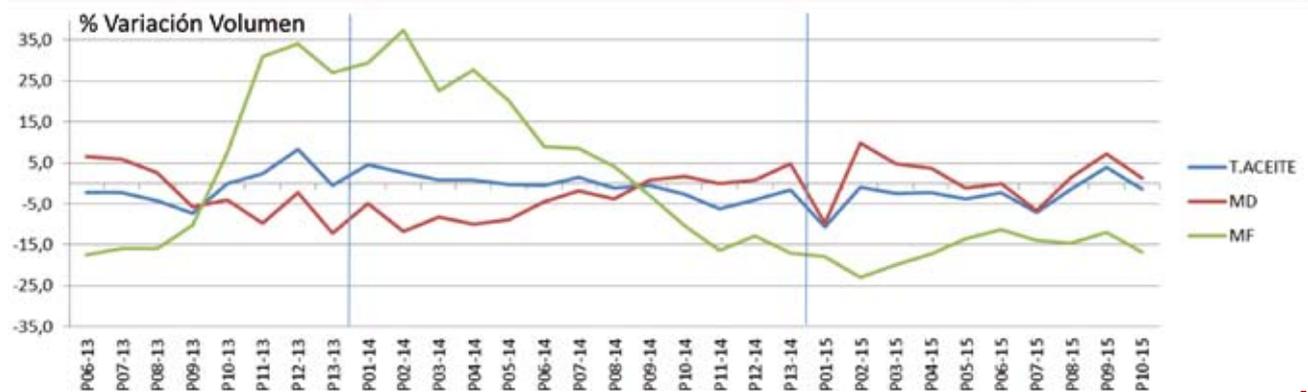
Recordar que el aceite de oliva representa menos del 2% en el total de la cesta de la compra de los españoles, en torno a 1.075 millones de euros de los 70.000 millones que se gastan los españoles en alimentación al año.



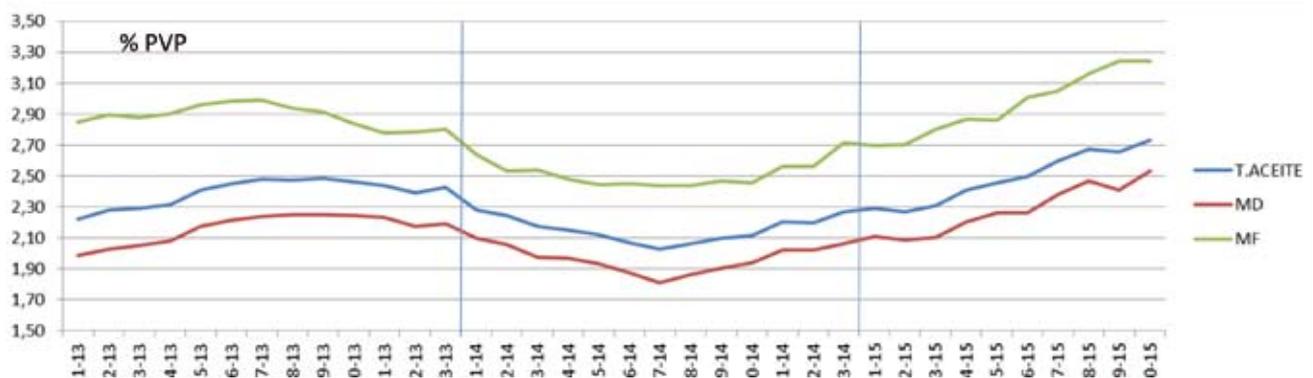
Evolución en valor de las MD vs las MF



Evolución en volumen de las MD vs las MF



Variación de precios de las MD vs las MF





ENTREVISTA

Juan Gómez Ortega

Rector de la Universidad de Jaén

“La **UJA** debe ser **vanguardia**, inconformista, creativa e innovadora”

Aunque desde hace muchos años la Universidad de Jaén ha sido todo un referente por su estrecha vinculación con el sector del olivar y del aceite de oliva, coincidiendo con la incorporación de Juan Gómez Ortega, como nuevo Rector, son muchas las novedades y proyectos que se van a poner en marcha y que buscan dar un nuevo aire a la importante investigación que allí se realiza con una mayor implicación con otras universidades de otras partes del mundo.



La **UJA** mira al futuro con una gran proyección **internacional**

“Desde la Universidad de Jaén es necesario seguir avanzando en la concepción de la internacionalización de nuestra Universidad más allá de un concepto ligado exclusivamente a la movilidad, reforzando el establecimiento de alianzas estratégicas que permitan aumentar notablemente nuestra capacidad de colaboración con otras universidades e instituciones, en los diferentes ámbitos ligados al desarrollo de todas las misiones de nuestra Universidad, así afirma Juan Ortega.

Por ello el Rector de la UJA considera que se debe proporcionar un enfoque más global a la internacionalización de esta Universidad, que les permita la promoción de su imagen, como una institución con alcance y proyección internacional, aumentando la visibilidad y mejorando el posicionamiento de la Universidad de Jaén en el contexto internacional, con especial atención al latinoamericano y al europeo.

Herramientas como las dobles titulaciones internacionales o las titulaciones impartidas total o parcialmente en otros idiomas, así como la consecución de acreditaciones de calidad internacionales deben ser un camino a consolidar en este proceso de internacionalización. Además, debemos mejorar nuestra capacidad para atraer alumnado y profesorado con talento, especialmente en la formación de postgrado -máster y doctorado-

En este contexto se quiere aumentar la capacidad para captar financiación en programas internacionales de investigación, educación superior y cooperación al desarrollo.

No se puede olvidar que están apareciendo nuevos mercados, con clientes con diferentes expectativas, en donde la cultura del aceite tiene también una oportunidad. Están apareciendo nuevos productores con diferentes características, lo que sin duda representa siempre una oportunidad. España como país referente en la producción de aceite de oliva debe convertirnos en líderes en este sentido y ver este escenario como una oportunidad y no como una amenaza. En definitiva, para Juan Ortega “ la investigación, el desarrollo y la innovación son esenciales para el futuro desde diferentes prismas del sector. Desde luego, en la cuestión de la olivicultura creo que hay cosas que se pueden hacer importantes y por lo tanto la investigación es esencial”.

Olimerca ¿Cómo valora la capacidad y el desarrollo investigador de la UJA en el ámbito del olivar y del aceite de oliva?

Juan Gómez Ortega.- La Universidad de Jaén es referente en muchos campos de investigación en torno al olivar, y no sólo en nuestro ámbito más cercano, también en el contexto internacional. Desde que la investigación llegó al sector del olivar muchos e importantes han sido los avances, y la creación de la Universidad de Jaén ha sido clave. Dichos avances han repercutido en la mejora de la vida de los ciudadanos, en el desarrollo social y en el crecimiento económico.

De hecho, la Universidad contribuye a impulsar todo esto desde diferentes ámbitos. Desde la formación en capital humano, donde estamos empezando a ir en esa dirección. Pero es fundamental

que se mejore y aumente la profesionalización del sector. En este aspecto, la Universidad puede aportar un valor añadido importante en relación a la formación; y en cuanto a la generación del conocimiento, se trata de una de las misiones de la Universidad.

Y por lo que respecta al desarrollo y la innovación, tenemos que tener muy claro, no solamente con el sector del olivar, sino en general, que una buena parte de nuestra generación de conocimiento tiene que tener una vocación de retorno a la sociedad. Tenemos que estar muy atentos a cuáles son las necesidades y los problemas que, en este caso, el sector nos demanda, para procurar que nuestro esfuerzo investigador al final se traduzca en un esfuerzo de innovación y desarrollo. Es decir, que esa generación del conocimiento finalmente se traduzca en resultados que sean útiles para la sociedad y en este caso para el sector.

“El **Curso de Experto Universitario en Cata de Aceite** de Oliva Vírgenes ha formado más de **300 catadores** en todo el mundo”

Olimerca.- ¿Con qué presupuestos cuentan en la actualidad destinados a la investigación?

Juan Gómez.- En estos momentos estamos trabajando en la elaboración del Plan Propio de Investigación de la Universidad de Jaén, que va ser distinto a lo que ha habido hasta ahora y va a tener como objetivo el procurar que los diferentes grupos de la universidad sean capaces de conseguir la financiación externa.

También tenemos claro que hay que cubrir las singularidades de cada grupo de investigación. Hay equipos que tienen potencial para generar proyectos internacionales o europeos, de hecho ya lo han hecho, mientras que hay otros grupos que su objetivo es más modesto y también habrá que apoyarlos con las líneas que correspondan para la naturaleza de sus proyectos. De aquí a final de año, mi intención es sacar a la comunidad universitaria el plan en el que estamos trabajando para debatirlo y luego aprobarlo. El nuevo plan debe entrar en vigor en enero de 2016.

El Plan de Apoyo a Investigación que está vigente ha contado con un montante de 1.850.000 de euros anuales, lo que representa unos 460.000 euros más (un 33 por ciento) que el Plan anterior (2012-2013), que tuvo un importe de 1.390.000 euros.

Olimerca.- Ante los recortes del gobierno, tanto económicos como de personal cualificado, ¿cómo está afrontando esta situación la UJA?

Juan Gómez.- La situación económica está afectando a las universidades en todos sus ámbitos de actividad y, muy especialmente, a las expectativas profesionales de sus plantillas, al desarrollo de la investigación y al sistema de becas para el alumnado. Si a ello le sumamos las modificaciones frecuentes en materia de legislación universitaria, se está



generando un profundo desgaste en todos los colectivos de la Universidad. Además, las posibilidades y las formas de acceder a la financiación de la investigación también han evolucionado en los últimos años, exigiendo de las universidades nuevas estrategias para mantener y potenciar su actividad investigadora.

Dicho lo cual, tenemos la obligación y la necesidad de aprovechar los cada vez más estrechos márgenes que la autonomía universitaria nos concede, para hacer frente a los retos que nos presentan los numerosos cambios que se están produciendo y que se van a producir en torno a la educación superior.

Ese nuevo impulso requiere, en estos momentos, de una renovación de nuestra vocación de evolución constante, que debe sustentarse en nuestras principales fortalezas y en el trabajo continuo, para superar nuestras debilidades, así como regenerar también nuestras ilusiones, para afrontar esta nueva etapa, con las máximas perspectivas de éxito.

La institución universitaria ha de ser proactiva en el diseño de una oferta que a los estudiantes les va demandar el mercado, por lo que incentivaremos el emprendimiento, que debe entenderse como forma de autoempleo. Vamos

a seguir trabajando en la generación y en la creación de empresas basadas en el conocimiento. Estamos trabajando en un Plan Propio de Inserción Laboral y Emprendimiento. Todas estas medidas tienen que tener un objetivo claro: el aumento de la tasa de empleo. Y no sólo hay que llevarlas a cabo; también hay que comprobar su efecto.

La Universidad de Jaén debe ser vanguardia, inconformista, crítica, y antes autocrítica, creativa e innovadora, como se espera de una institución generadora de conocimiento, y en la que las iniciativas más ambiciosas no sólo tengan perfecta cabida, sino que sean valoradas como les corresponde. La Universidad debe ser un elemento estimulador y motivador de la sociedad.

Olimerca.- ¿Cuáles serán los temas principales sobre los que girarán las distintas investigaciones en el ámbito del olivar y del aceite de oliva?

Juan Gómez.- De los en torno a 120 grupos de investigación que tenemos en la Universidad de Jaén, 39 de ellos trabajan de una u otra forma, completamente o parcialmente, en temas relacionados con el olivar y el aceite de oliva. Es decir, casi el 33 por ciento de los grupos están de alguna u otra manera relacionados con el sector desde diferentes disciplinas. Desde la agroa-

limentación, donde tenemos grupos líderes en esta cuestión, hasta biología, ciencias sociales, económicas y jurídicas, tecnologías de la información y la comunicación, ciencias de la salud, recursos naturales y medio ambiente o tecnologías de la producción. En definitiva, abordamos casi cualquiera de las ramas del conocimiento enfocadas hacia el sector del oleícola. Por dar algunos datos, en cuanto a proyectos de investigación en los últimos diez años hemos desarrollado en torno a 35 proyectos, tanto con financiación autonómica, como nacional y de la Unión Europea, y hemos defendido 40 tesis doctorales relacionadas con el aceite de oliva en los últimos 20 años. En este aspecto me gustaría hacer algo de autocrítica puesto que considero que estos números son mejorables y tenemos que trabajar en esta dirección.

Olimerca.- Tendrá cabida el aceite de oliva en los nuevos proyectos que se lleven a cabo dentro de la Oficina de proyectos Internacionales?

Juan Gómez.- Precisamente, una forma de internacionalizarse es a través de la investigación y el aceite de oliva tiene mucho que decir. Hemos creado la Oficina de Proyectos Internacionales y la estamos dotando de personal y de servicios, para que los grupos de

The world's best
Food, Drinks
and Gastronomy
Experience

“En los **últimos diez años** hemos desarrollado en torno a **35 proyectos de investigación** relacionados con el aceite de oliva”

investigación que acudan a ella tengan un soporte administrativo y de asesoría importante. Hemos aprobado la normativa de profesorado visitante y a corto plazo tendremos financiación para ello.

Es importante que vengan profesores de otras universidades, tanto de España como del extranjero. También vamos a potenciar que los profesores puedan optar al año sabático, que puedan eximirse de su actividad en esta universidad y dedicar un año a desarrollarla en otra universidad, para colaborar y generar sinergias. Si creamos la posibilidad del año sabático pero ningún profesor se interesa por el programa y viaja a otra universidad, no estará funcionando. No queremos sólo crear la posibilidad, queremos que se pongan en marcha, ser proactivos.

Olimerca.- A nivel de formación académica dedicada al olivar y al aceite de oliva ¿cuáles son los cursos que en estos momentos son estrellas por su grado de aceptación y demanda?

Juan Gómez.- Destacaría, sin dudarlo, el Máster Oficial en Olivar y Aceite de Oliva, que presenta como novedad dos especialidades (Olivicultura y Elaiotecnología), así como la unificación del número de créditos para los Trabajos Fin de Máster, y la existencia de Prácticas Externas para todo el alumnado. Este nuevo diseño formativo, manteniendo sus contenidos en materia de olivar y aceite de oliva, pone al día al alumnado sobre los últimos avances del sector, y les facilita la adquisición de competencias que le abrirá nuevos horizontes de cara a su integración y desarrollo en el mundo laboral. También resaltaría el Curso de Experto Universitario en Cata de Aceite de Oliva Vírgenes, que a lo largo de 13 ediciones ha formado más de 300 catadores en todo el mundo.

abono complejo **NPK (S) Olivo** con lignosulfonato y carbolita

un nuevo equilibrio más ajustado
a las necesidades del olivo

Fruto de largos procesos de investigación y análisis en colaboración con las más prestigiosas universidades de nuestro país, **lanzamos al mercado el nuevo complejo NPK especial olivo, más preciso y más eficiente que nunca.**

Con lignosulfonato de zinc y carbolita, novedosos aditivos desarrollados en los laboratorios de I+D+i de Fertiberia, **esta innovadora fórmula ofrece un perfecto equilibrio de nutrientes ajustado a las necesidades específicas del olivar.**

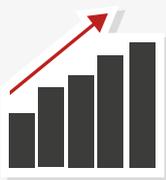


La evolución de la fórmula tradicional
que tantas cosechas de éxito ha supuesto
al olivar español.



mayor **eficiencia**

Gracias al lignosulfonato de zinc, el nitrógeno que contiene es más activo, con menores dosis se obtienen mejores resultados



mayor **rentabilidad**

La carbolita aumenta las posibilidades de la planta de absorber hierro, lo que incrementa la producción



mejor **asimilación**

El fósforo es totalmente soluble y por tanto más eficaz para el desarrollo de la raíz de la planta



mayor **calidad**

Su alto contenido en azufre favorece la absorción de micronutrientes del suelo y mejora la calidad del aceite

abono complejo

NPK (S) **Olivo** con lignosulfonato y carbolita

17-8-10 (25) con boro, hierro y zinc

Características Agronómicas

El nuevo abono complejo especial olivo con lignosulfonato de zinc y carbolita, contiene un nitrógeno más efectivo, alta concentración de azufre, y una perfecta combinación de micronutrientes. **Está específicamente diseñado para satisfacer las necesidades del olivar, garantizando al agricultor un equilibrio nutricional sin precedentes** en el mercado.

Nitrógeno (N)

Determinante en el crecimiento y desarrollo de la planta
Componente esencial de las proteínas, aminoácidos y enzimas

Fósforo (P)

Su alta solubilidad en agua, del 90%, facilita su transporte hasta la raíz de la planta, siendo el más eficaz del mercado
Favorece el desarrollo de raíces y mejora la floración y el cuajado

Potasio (K)

Incrementa la resistencia de los cultivos al frío y a enfermedades, y regula los mecanismos de transpiración favoreciendo un mejor comportamiento del olivo en épocas de sequía
Factor de producción que potencia el rendimiento graso en las cosechas

Azufre (S)

Aporta sanidad y acidifica el suelo, favoreciendo la asimilación de micronutrientes que mejoran la calidad y el rendimiento graso

Boro (B)

Resulta imprescindible en suelos calizos y con pH alto
Mejora la polinización y el cuajado, favoreciendo con ello una mayor producción
Favorece un desarrollo equilibrado del olivar
Es un factor condicionante en la producción

Hierro (Fe)

Necesario para la activación de enzimas
Incrementa el nivel de clorofila, y por tanto la calidad y el rendimiento graso de la aceituna
En suelos calizos, mejora la asimilación del fósforo

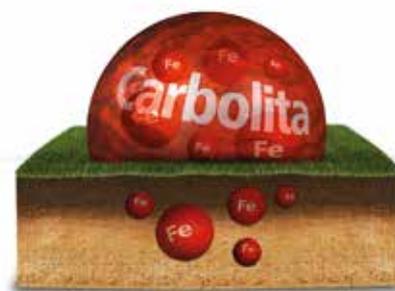
Zinc (Zn)

Su aplicación con nitrógeno mejora la eficiencia del mismo
Es un factor determinante en la formación de enzimas que favorecen el crecimiento
Potencia el alargamiento de los entrenudos, lo que influye en la base de la siguiente cosecha



lignosulfonato de zinc

Mejora la eficiencia del nitrógeno, obteniendo mejores resultados con un menor número de unidades, y es de 5 a 10 veces más eficaz que el zinc no complejo.



carbolita

Aporta hierro en dos formas, una inmediatamente asimilable y otra de liberación más prolongada que permanece estable en el suelo hasta que es requerida por las raíces.

**Fertiberia** Creciendo juntos.

Torre Espacio, Paseo de la Castellana, 259 D. Planta 48. 28046 Madrid.
Telf.: (34) 91 586 62 00 • E-mail: fertiberia@fertiberia.es • www.fertiberia.com

grupofertiberia.com



LOS AOVE SE IDENTIFICAN ESPECIALMENTE POR SU ALTO CONTENIDO EN ÁCIDOS GRASOS MONOINSATURADOS

Los perfiles **acídicos** en los Aceites de oliva **Virgen Extra**

La grasa constituye uno de los ingredientes fundamentales en cualquier dieta equilibrada, tanto es así que aproximadamente el 20 % de las calorías ingeridas en una dieta deben de provenir de las grasas aportadas con la alimentación

Autores: Wenceslao **Moreda** Investigador del Instituto de la Grasa de Sevilla (CSIC) y Juana **Ortega** (Consultor en Olivicultura y Elaiotecnía)





Desde el punto de vista de la aportación calórica todas las grasas tienen similares características, es decir cada gramo de cualquier grasa aportan 9 cal, en consecuencia se trata del componente de la dieta más energético.

Por ello, debemos de prever para una alimentación saludable la ingesta de grasas que aporten las calorías de mayor calidad nutricional a la vez que se acompañen de otros compuestos, que más allá del aporte calórico conlleven una serie de beneficios metabólicos, nutricionales y saludables.

Los filtros que nos imponemos para una dieta saludable nos dirigen de forma definitiva hacia el consumo del Aceite de Oliva Virgen Extra. Estos aceites se identifican especialmente por su alto contenido en ácidos grasos monoinsaturados acompañados de compuestos antioxidantes importantes entre los que cabe destacar la Vitamina E y los fenoles, cuyo máximo exponente de reconocida actividad es el hidroxitirosol.

Los ácidos grasos en la aceituna se encuentran en forma de triglicéridos, siendo los ácidos grasos que quedan libres los que nos indican el índice de acidez del aceite de oliva virgen. Existe una acidez muy baja, pero natural, ya que se trata de la que procede de la propia naturaleza en su proceso metabólico equilibrada en el entorno químico. Cuando la acidez de un aceite virgen tiene valores muy altos, se trata de una respuesta orgánica a procesos degenerativos.

La actual normativa COI reconoce los ácidos grasos como un criterio de pureza de los aceites de oliva virgenes,



y establece que los ácidos grasos que están presentes en esta categoría de aceites de manera natural por orden decreciente en su composición son:

- Ácido oleico
- Ácido palmítico
- Ácido linoleico
- Ácido linolénico
- Ácido araquídico
- Ácido esteárico
- Ácido gadoleico
- Ácido palmitoleico
- Ácido heptadecanoico
- Ácido behémico
- Ácido lignocérico
- Ácido mirístico

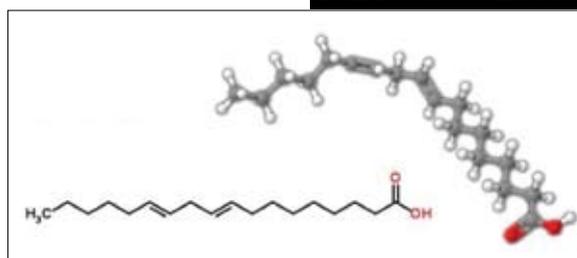
Hay una importante diferencia de concentración entre ellos, por lo que centraremos nuestra exposición en los de mayor concen-

tración y en consecuencia mayor incidencia en el consumo de los mismos.

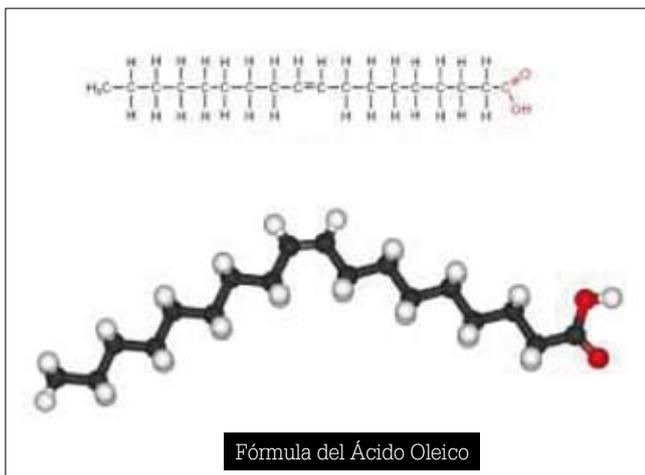
La joya del AOV: el ácido oléico

El ácido oléico se trata de un ácido graso monoinsaturado, con su única insaturación en el carbono 9, este en los aceites de oliva se encuentra, en función de la variedad y otros aspectos agronómicos en proporciones entre el 55 y el 83%. Se le reconocen propieda-

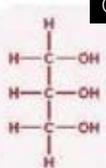
Fórmula del Ácido Linoleico



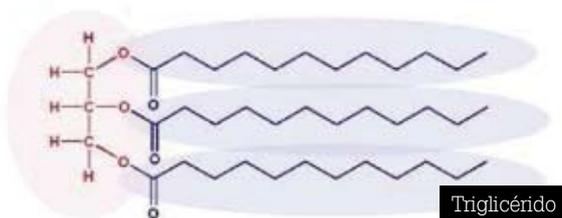
Fórmula del Ácido Oleico



Glicerol



Ácido graso libre



Triglicérido

El ácido linoléico y los AOVE tempranos



En los últimos años el sector productor de AOVE que había apostado por la recogida de la aceituna temprana, de la que se obtiene la máxima calidad, se había encontrado con un problema respecto a los límites del ácido linoléico recogidos en los reglamentos comunitarios.

Concretamente, aceites de oliva procedentes de la variedad picual, que contiene un alto porcentaje de ácido oleico, cuando la recogida del fruto es temprana, cuenta con un índice de ácido linoléico por debajo de los que tenía establecidos la norma COI. Esto ha provocado innumerables problemas dado que los aceites de mejor calidad para algunas variedades se han estado encontrando fuera de norma.

De hecho, hay evidencias científicas de que cuando la aceituna es recogida y murturada en enero, es en éste momento de la maduración del fruto cuando se encuentra elaborado por el fruto todo el aceite cuando se obtiene la mayor calidad del mismo.

Una vez comprobado científicamente que ésta "alteración", estaba ligada a procesos metabólicos naturales y no a la presencia de aceites espúrios con fecha 13 de octubre de 2015 y a instancias de la comisión de expertos del COI, la Unión Europea ha emitido el Reglamento Delegado 2015/1830 de 8 de julio de 2015, por el que se modifica el Reglamento 2568/91 relativo a las características de los aceites de oliva y de los aceites de orujo de oliva y sobre sus métodos de análisis.

De este modo queda establecido el límite inferior de ácido linoléico en 2,5, que sustituye al 3,5 de la anterior reglamentación, siendo ésta una magnífica decisión que permite que todos los aceites tempranos, de alta calidad se encuentren amparados por la norma comercial de los mismos.

Esta decisión es muy importante si tenemos en cuenta que el ácido graso insaturado, el linoléico (18:2n-6), puede estar presente hasta en un 20% y el α -linoléico (18:3n-3), en un máximo del 1%; mientras que el ácido graso saturado más abundante, el palmítico (16:0), cuenta con porcentajes entre 7,5-20%.

El ácido linoléico se trata de un ácido graso con dos insaturaciones que a su vez tiene atribuidas características como la reducción de la masa grasa, propiedades antiaterogénicas, hipolipemiantes, antidiabetogénicas e inmunomoduladoras, entre otras. Y su combinación con un alto porcentaje de ácido oleico favorece los caracteres cardiosaludables de los aceites de oliva virgen.

Es importante hacer la consideración de que si bien los aceites de oliva refinados no pierden su composición en ácidos grasos, carecen del resto de los componentes minoritarios de actividad antioxidante.

La conclusión de que un parámetro analizado con criterios de pureza sea directamente responsable de la calidad de un alimento, es lo más significativo de éste estudio de los perfiles acídicos en el aceite de oliva.



Quando la **acidez de un aceite virgen** tiene valores muy altos se trata de una **respuesta orgánica** a procesos degenerativos

des saludables considerándolo como una de las grasas mejores para formar parte de la dieta.

Las principales propiedades de las grasas monoinsaturadas:

- Ayudan a prevenir el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares.
- Ayudan a rebajar los niveles de colesterol alto, especialmente en colesterol LDL.
- Recomendadas en el tratamiento nutricional de pacientes con cáncer de mama.

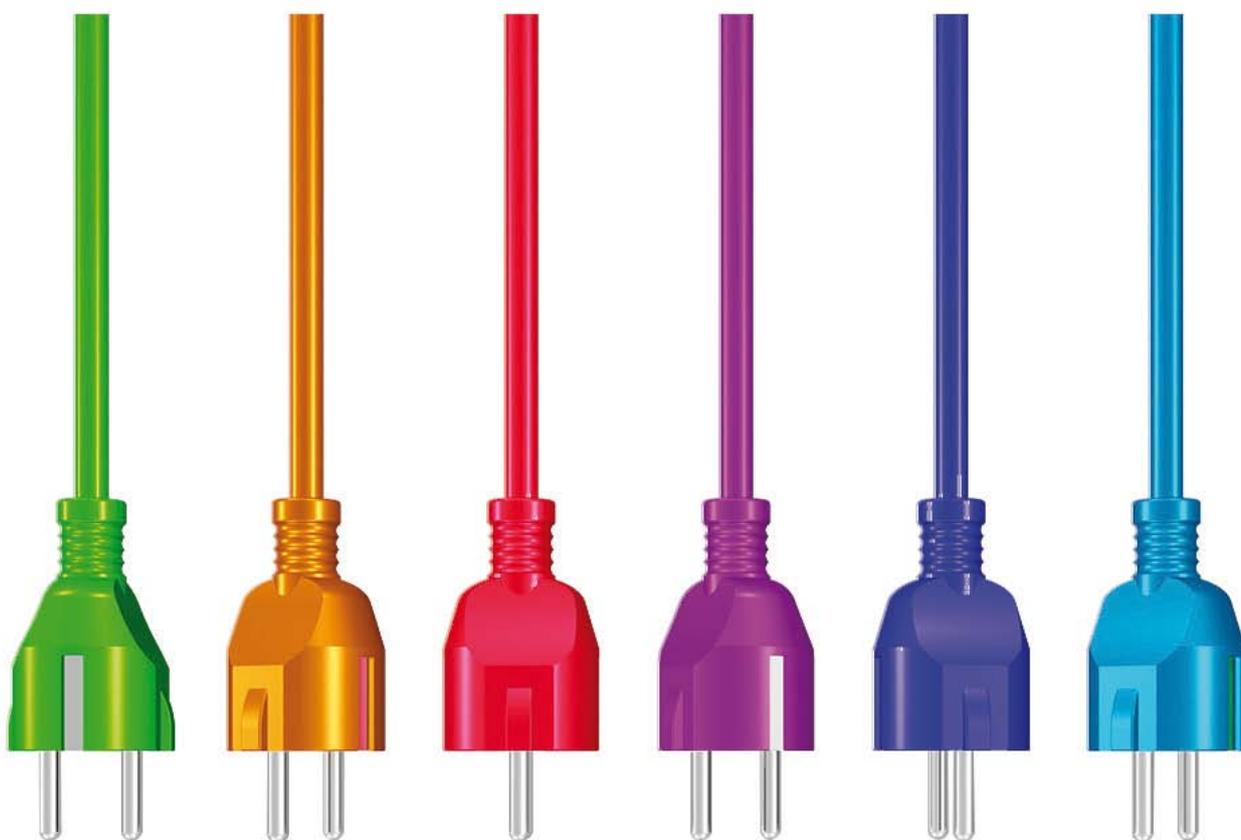
Los aceites de oliva Virgen Extra, especialmente de algunas variedades como la variedad picual tiene una altísima proporción de éste compuesto

Como el grado de insaturación de un aceite o grasa se relaciona con su inestabilidad oxidativa, la importancia cuantitativa del ácido oleico proporciona al aceite de oliva propiedades importantes porque este ácido graso es el menos oxidable dentro de los ácidos grasos insaturados y ello hace que el aceite de oliva sea particularmente estable frente a otros aceites vegetales.

PLANTACIONES DE OLIVAR EN SETO **MULTI**VARIETALES

Personalizadas

Imperial i-23[®] Arbosana i-43[®] Koroneiki i-38[®] Sikitita[®] Arbequina i-21[®]



CONECTA

CON LOS SENTIDOS DE
MILLONES DE CONSUMIDORES

Obteniendo

COUPAGES de aceites **VÍRGENES EXTRA**

con sabores y aromas **FRUTADOS**

ÚNICOS en el mercado



INCORPORA NUEVA TECNOLOGÍA DE BATIDO QUE MANTIENE LA MÁXIMA CALIDAD DE LA PASTA

Aubocassa: nueva almazara para nuevos proyectos



Coincidiendo con la celebración de la Fiesta de la Recolección de la Aceituna, Aubocassa ha inaugurado su nueva almazara que le permitirá obtener el mejor aceite de oliva virgen extra de su historia

La nueva almazara, integrada dentro de uno de los edificios más antiguos de la finca del siglo XII, permite extraer el aceite al mismo tiempo que se recogen las aceitunas, eliminando las esperas y los transportes habituales. El aceite se elabora con un proceso nuevo que modifica el batido de la pasta de aceituna y la forma de atemperarla, un sistema que consiste en un intercambiador de calor o frío que consigue la temperatura óptima en pocos segundos, acortando los tiempos que ésta pasa en la máquina y las oxidaciones consecuentes que provocan la pérdida de los aromas. De este modo, se obtiene una pasta de la máxima calidad, que mantiene los detalles más sutiles de las aceitunas, representativos del paisaje donde proceden los olivos (100% arbequina).

Según afirma el Director General, Agustín Santolaya, "después de 20 años desde la plantación de los olivos en la finca, se inicia con esta almazara una nueva etapa, que vendrá ligada a



un nuevo proyecto para la empresa: el nuevo aceite L'Amo Aubocassa, que saldrá al mercado en febrero de 2016. Se tratará de un aceite de distinto perfil al de Aubocassa, hecho con aceitunas procedentes de otros olivares de la zona y cuyo cultivo será supervisado por los técnicos de la empresa aunque no sea propietaria de las tierras. Este nuevo aceite rendirá homenaje al amo, la persona que en Mallorca, sin ser propietario, cultiva los campos, está ligado a la tierra y a cambio de esto disfruta de una buena parte de los productos obtenidos.

El aceite Aubocassa

La finca AUBOCASSA, una antigua heredad del siglo XII situada en la localidad mallorquina de Manacor, es uno de los pocos lugares donde el sabor de la Mallorca agraria ha sabido perdurar a lo largo del tiempo. La finca, de 24 hectáreas, posee 7.380 olivos, todos ellos de la variedad arbequina, que se adapta muy bien a terrenos pobres y se

La recepción de la aceituna se llama **Asigran**

Uno de los puntos clave en el momento en el que la aceituna entra en la almazara es la línea de recepción y limpieza del fruto. Por ello la firma Aubocassa ha apostado por los equipos de Asigran que dan respuesta a la demanda de equipos y soluciones de las pequeñas y medianas almazaras gracias a su fiabilidad, versatilidad y eficiencia para pequeñas producciones de hasta 8 toneladas por hora, con la misma calidad de trabajo de los equipos para grandes producciones. Es decir, equipos que cuentan con la misma tecnología de limpieza y lavado de aceitunas genuinas de la marca, especialmente adaptadas a las pequeñas producciones que buscan la máxima calidad en sus aceites.

Los modelos Aqua y Tersum, de hasta 4.000k/h y 8.000k/h respectivamente, son dos sistemas ultracompactos con opciones para adaptarlos completamente a los diferentes tipos de cosecha obteniendo de ellos el máximo rendimiento y calidad de trabajo.



Después de **20 años desde la plantación de los olivos** en la finca, se inicia con esta almazara **una nueva etapa**

la considera una de las mejores para la obtención de aceite. De esos olivos se obtiene Aubocassa, un aceite suave de enorme intensidad frutal que está acogido a la Denominación de Origen Oli de Mallorca y que ha recibido diversos reconocimientos tanto a nivel nacional como internacional. ●



asigran.com

La marca de la Limpieza y el Lavado de Aceituna



100/120 tn/h

70/80 tn/h

30/45 tn/h

15/18 tn/h

Equipos adaptados a todas las necesidades

Rendimiento y Calidad Siempre



2/8 tn/h



Autovía A92, salida 203. Apdo. nº23

18360 Huétor Tájar, Granada

+34 958 333 744

+34 958 333 784

info@asigran.com



LA ALMAZARA JUEGA UN PAPEL IMPORTANTE A LA HORA DE FOMENTAR EL OLEOTURISMO

Valdecuevas implantarán las certificaciones IFS y BRC en su bodega y almazara

Con más de 35 años de experiencia en el sector agroalimentario, el grupo Valdecuevas, llamado desde sus orígenes Explotaciones Agrarias Páramo de Valdecuevas por su vinculación histórica con la producción del cereal en la región de Castilla y León, decidió en 2008 dar un giro empresarial plantando 150Ha de olivar y una nueva almazara.

El objetivo de la empresa era producir y comercializar sus propios aceites, por lo que además de cultivar sus propios olivos, comenzaron a construir una almazara dentro de la finca. Con la finalización de la construcción de la misma, el año 2012 se convirtió en un año clave en la historia del Grupo Valdecuevas ya que, después de un gran trabajo de campo, investigación y producción pudieron sacar al mercado su primer AOVE Pago de Valdecuevas.



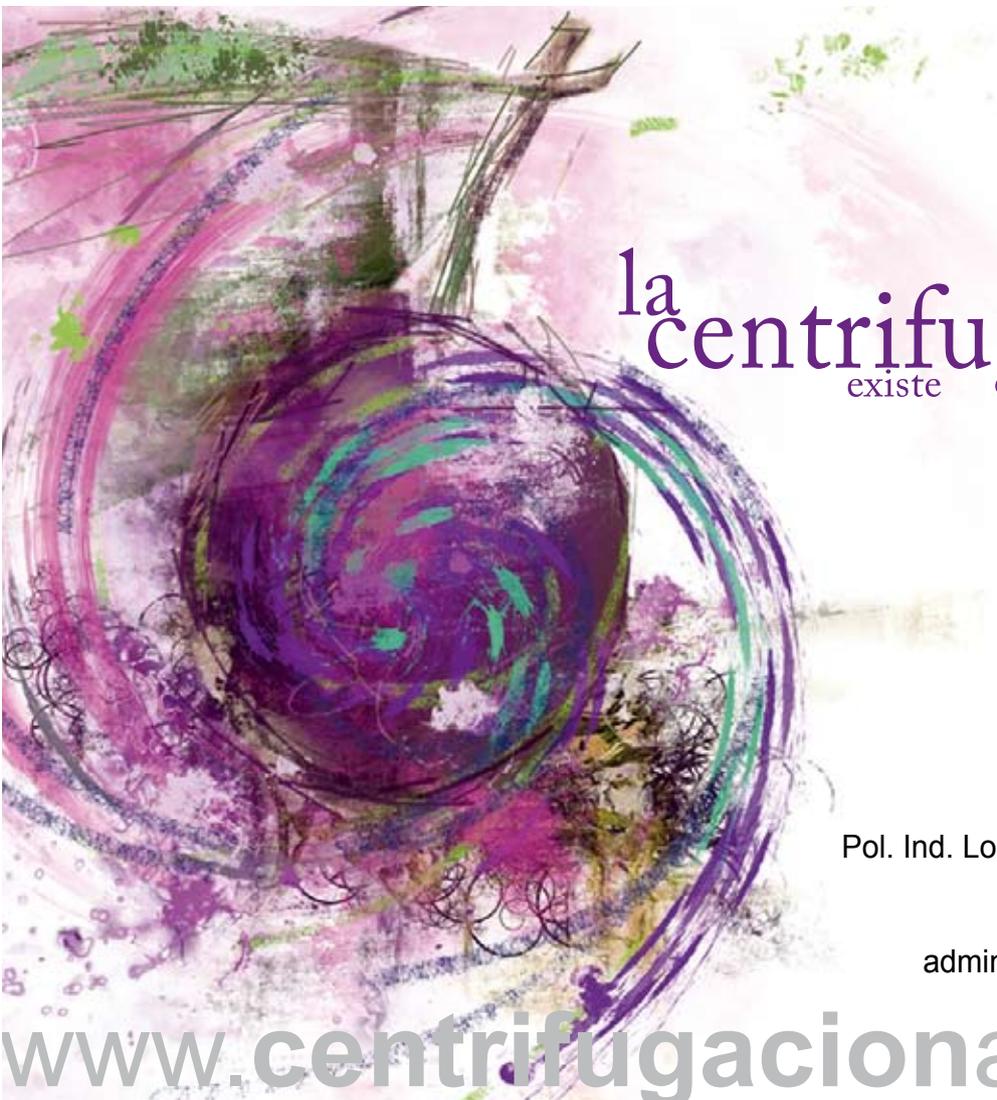
En tan sólo **tres años** sus aceites han conseguido ya una **Medalla de Bronce** en los **Premios Mario Solinas**

Un año después terminarían las obras de construcción de su propia bodega.

Una almazara de vanguardia

La almazara, situada en Medina de Rioseco, es la única de la provincia ubicada en el mismo olivar, lo que garantiza la calidad y frescura de la aceituna antes de su molturación

Diseñada con equipos de última tecnología destacar el modelo de decanter Hiller HS120CA que cuenta con una capacidad 120 Tm/día y que sobresale por sus altos rendimientos, garantía de capacidad real, muy poco mantenimiento y todo ello gracias a la tecnología ale-



centrifugación alemana 

la **centrifugación** perfecta
existe



 **centrifugación alemana**
ALMAZARA ECOLOGICA

Pol. Ind. Los Olivares, Ronda Los Olivares, 51-53
23009 - Jaén - Spain
Telf.: (0034) 953 281 584
administrador@centrifugacionalemana.com

www.centrifugacionalemana.com



Buen año en producción y calidad

Para este año las previsiones de recogida en sus 150 hectáreas de olivar, en la que predomina la variedad arbequina, alcanzarán los 700.000 kg de aceitunas con las que producirán, aproximadamente 100.000 kg de aceite. Una parte de su cosecha es recolectada de forma manual con el objetivo de elaborar, en un futuro cercano, un exclusivo coupage de las variedades arbequina, manzanilla cacereña y picual. Las condiciones climatológicas han sido favorables durante todo el año, por lo que se espera volver a obtener un aceite oliva virgen extra de la máxima calidad, con un alto nivel aromático y buenas cualidades organolépticas.

Sara Brezmes, relaciones públicas de la almazara, ha destacado que “en la campaña de este año se espera recoger una aceituna de excelentes cualidades gracias al clima – caluroso durante el verano y acompañado de contrastes térmicos entre la noche y el día al final del ciclo –, lo que ha favorecido la maduración y el rendimiento graso del producto”.

En tan sólo tres años sus aceites han conseguido el reconocimiento a su calidad, destacando la Medalla de Bronce en los Premios Mario Solinas y la Medalla de Oro en los Premios CINVE 2015. Estos galardones y premios están siendo claves para su gran acogida y consolidación en mercados exteriores tan importantes como EEUU, Japón y el resto de Europa.

mana en constante innovación, lo que le permite reducir los tiempos de elaboración y realizar un mayor control sobre el proceso de producción, mejorando con ello la calidad final del producto. Además, la almazara cumple con la norma IFS (International Food Standard) que

garantiza la seguridad y calidad alimentaria, en la que ha obtenido una valoración Higher Level, la máxima puntuación existente.

Todo ello, sin olvidarnos del importante papel que la almazara juega a la hora de fomentar el oleoturismo y que

Su objetivo es **consolidarse** en mercados tan importantes como **EEUU, Japón y el resto de Europa**

permite situar a Valdecuevas, en uno de los referentes de este modelo vacacional de la provincia de Valladolid.

De cara al futuro el Grupo Valdecuevas tiene previsto aumentar la producción con la intención de convertirse en una empresa de referencia en el sector, además de implantar las certificaciones IFS y BRC en su bodega y almazara.

A nivel internacional, la empresa quiere continuar su apertura exterior y consolidarse en mercados tan importantes en el sector como EEUU, Japón y el resto de Europa. En este camino hacia la consolidación exterior, los premios y reconocimientos en mercados internacionales juegan un papel clave, puesto que son la llave para introducir el producto en dichos países, ya que suponen una garantía de calidad para los consumidores finales. 🌍



Mientras que Norteamérica incrementa sus compras un 21%

Los países del Este recortan un 33% sus importaciones

El sector exportador de aceituna de mesa vive momentos agridulces. Con los últimos datos de la Dirección General de Aduanas aportados por Asemesa, correspondientes al periodo enero/octubre de 2015, se puede observar que, aunque a nivel global hay un descenso de las salidas de tan sólo el 2,03%, el comportamiento de los mercados es muy desigual. Por áreas geográficas, destacar la caída de las ventas a los países de Europa del Este y Balcánicos en un 33,02%, seguido de los países del centro y Sudamérica con un recorte del 26%; mientras que las exportaciones a Norteamérica han subido un 21%



Norteamérica

recupera los volúmenes de importación, tras la caída en el 2014

De enero a octubre de 2015 el total de aceituna de mesa comercializada se ha cifrado en 291.775 toneladas, de las cuales 123.409 toneladas corresponden a la Unión Europea, lo que supone un descenso del 2,27% respecto al mismo periodo de 2014 y suma el 42,3% del total de ventas. Esta leve caída se produce tras un 2014 en ascenso, ya que de enero a octubre de 2014 las ventas crecieron casi un 12%.

El siguiente destino en importancia es Norteamérica, con una cuota de mercado del 29,6%, cuyas ventas han aumentado un 20,99%, el mayor crecimiento de exportaciones a nivel mundial. De hecho, Estados Unidos sigue siendo el país del mundo que más aceituna de mesa española compra, con un 25,4% del total, seguido a muchísima distancia de Italia, que representa sólo el 9,7%.

Tras Norteamérica se sitúan los países árabes, con 27.061 toneladas métricas y un descenso del 2,01%; tras los países de Europa del Este y Balcánicos, con 19.852 toneladas métricas, seguidos de los de América Central y del Sur, que han registrado una caída del 29,59%, aunque hay que tener en

EXPORTACIONES DE ACEITUNAS POR ZONAS GEOGRÁFICAS enero-octubre (peso neto escurrido)

2013		2014		2015	
TM		TM	% 14/13	TM	% 15/14
UNIÓN EUROPEA					
112.904		126.269	+11,84	123.409	-2,27
NORTEAMÉRICA					
71.493		71.404	-0,12	86.390	+20,99
PAÍSES DEL ESTE Y BALCÁNICOS					
26.654		29.639	+11,20	19.852	-33,02
CENTRO Y SUDAMÉRICA					
12.607		28.028	+122,32	19.733	-29,59
PAÍSES ÁRABES					
23.626		27.616	+16,89	27.061	-2,01
OTROS					
12.860		14.860	+15,55	15.330	+3,16

(*) Incluyen exportaciones a Puerto Rico. Fuente: D.G. Aduanas.

cuenta que el año anterior, esta zona había registrado un crecimiento atípico del 122,32%, debido a las malas cosechas de Argentina y Venezuela. Cierran el ranking por áreas geográficas "Otros", cuyas ventas se han cifrado en 15.330 toneladas, un 3,16% más que en el mismo periodo del ejercicio anterior.

Otros países destacados

Tras Estados Unidos e Italia, Alemania se coloca en tercera posición como importador de aceituna de mesa española, acumulando el 7,8% del total de las ventas y escalando tres posiciones respecto al año pasado. Le sigue Francia, con el 7,5% de las ventas (un porcentaje idéntico al de 2014); tras ella se sitúa Arabia Saudí con el 5,3%, y Brasil, con el mismo porcentaje y una significativa caída respecto al año anterior, en que se situaba en tercera posición como país importador. La siguiente posición la ocupa Rusia, con el 4,7% del total y también en claro descenso respecto a 2014, en que contaba con un 7% del total comercializado.

El ranking de los diez principales importadores de aceituna de mesa española se completa con Portugal (4,6% del total); Reino Unido (4,1%) y Canadá (2,6%).

PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE ACEITUNAS enero-octubre (peso neto escurrido)

PAIS	2014			2015		
	KILOS	%	% ACUM	KILOS	%	% ACUM
EE.UU./P.RICO	59.161.163	19,9	19,9 1	74.035.965	25,4	25,4 1
ITALIA	29.291.760	9,8	29,7 2	28.308.213	9,7	35,1 2
ALEMANIA	20.067.151	6,7	36,4 3	22.703.885	7,8	42,9 3
FRANCIA	22.224.505	7,5	43,9 4	21.966.020	7,5	50,4 4
ARABIA SAUDÍ	14.324.203	4,8	48,7 5	15.385.533	5,3	55,7 5
BRASIL	22.568.519	7,6	56,3 6	15.341.442	5,3	60,9 6
RUSIA	20.811.280	7,0	63,3 7	13.700.769	4,7	65,6 7
PORTUGAL	17.881.816	6,0	69,3 8	13.504.657	4,6	70,2 8
REINO UNIDO	10.987.910	3,7	73,0 9	11.829.758	4,1	74,3 9
CANADÁ	7.904.332	2,7	75,6 10	7.545.705	2,6	76,9 10
POLONIA	5.557.504	1,9	77,5 11	5.617.152	1,9	78,8 11
MÉXICO	4.338.813	1,5	78,9 12	4.808.309	1,6	80,5 12
EMIRATOS ARABES UNIDOS	3.461.546	1,2	80,1 13	3.943.139	1,4	81,8 13
OTROS	33.599.191	11,3	100,0 26	28.031.938	9,6	100,0 26
TOTAL	297.816.445			291.774.792		

(*) Incluyen exportaciones a Puerto Rico. Fuente: D.G. Aduanas.



HOMOLOGADO POR UN ORGANISMO NOTIFICADOR

IMS Pesaje

presenta su Sistema de pesaje automático para aceituna

La firma jienense IMS Pesaje acaba de implantar en dos almazaras de Jaén (Aceites La Purísima -Jimena- y Cooperativa Nuestra Señora de la Misericordia -Torreperogil-) un sistema de pesaje automático para aceituna homologado y certificado por un organismo notificador (LEM).



Según ha comunicado la empresa: "Estas dos fábricas son las primeras en el mundo en implantar este sistema para que sus cosecheros puedan tener una total confianza de que sus pesos están verificados y así ser los primeros en cumplir la ley vigente y obtener el "Módulo F", de verificación del producto".

Módulo F

Lo que IMS ha conseguido al implantar el "Modulo F" es poder homologar las básculas existentes en las almazaras, sin tener que hacer grandes y costosos cambios, para ello ha tenido que homologar por una parte su electrónica y

por otra, adaptar las básculas que los clientes poseen en sus instalaciones para el cumplimiento de la normativa recogida en el RD 889/2006.

Y todo esto a su vez, ha sido verificado por un organismo notificador (LEM) acreditado para pesaje automático el cual ha sido realizado en las instalaciones del cliente con masas calibradas y producto como exige la norma.

En concreto, estos sistemas están ligados a unos equipos electrónicos e informáticos para poder realizar y organizar la entrada del producto en las fábricas y así comenzar el primer paso de la trazabilidad.

Con la implantación de un sistema de pesaje automático para aceituna

homologado y certificado, IMS Pesaje puede afirmar que satisface la petición de la organización agraria UPA realizada al Ministerio de Industria, en la que señalaba que ninguno de los sistemas de pesaje automáticos estaban homologados y que por lo tanto no se verificaban ni precintaban por parte de organismos certificados.

Por parte de IMS Pesaje esta demanda ha sido satisfecha, gracias al exhaustivo trabajo de un gran equipo de ingeniería, con una dilatada experiencia en el sector oleícola y del pesaje en general, ya que los sistemas de pesaje que suministra cumplen con los requisitos obligados por el Real Decreto 889/2006. 🌍

CUENTA CON UNAS INSTALACIONES DE 5.000 METROS CUADRADOS Y 11 MILLONES DE FACTURACIÓN

Aceites Sandúa: éxito investigación de aceites

Aceites Sandúa, ubicada en Ablitas (Navarra), cumple 40 años de experiencia en la comercialización de aceites, en los que ha ido evolucionando hasta centrarse en el desarrollo de aceites de diseño saludables, sobre todo especiales para freír. En la actualidad, la compañía cuenta con unas instalaciones de 5.000 metros cuadrados, veinte empleados, factura 11 millones de euros y se encuentra entre las veinte empresas más importantes de España en el sector del aceite





basado en la saludables

La historia de Aceites Sandúa

Aceites Sandúa se creó en 1975, de la mano del matrimonio formado por Lorenzo Sandúa y Merche Escribano. Sus fundadores llevaban más de catorce años dedicándose a la venta de aceite. Tras unos años de implantación sobre todo local, a mediados los años 90, Laura y José Luis Sandúa decidieron dar un giro a la empresa y pasó de unas instalaciones de 500 metros cuadrados hasta los casi 5.000 actuales.

En 2007, la empresa llevó a cabo una reforma completa de sus instalaciones, con nueva maquinaria y un laboratorio propio, en la que se invirtió más de un millón de euros. En 2014, Sandúa volvió a hacer una inversión muy importante en maquinaria, que alcanzó los 500.000 euros y que estuvo motivada por el incremento de las ventas en el mercado exterior y por la implantación de normas internacionales de calidad.



Han pasado cuarenta años desde la creación de Aceites Sandúa, en los que la empresa ha pasado de contar con unas instalaciones de 500 metros cuadrados a los 5.000 actuales y de dar trabajo a tres personas a una plantilla de veinte empleados junto a otros veinte empleos indirectos. De su producción, un 60% corresponde a aceites vegetales, especialmente de girasol, mientras que el 40% restante corresponde a aceites de oliva, sobre todo a aceite de oliva refinado; sin olvidar que año tras año la empresa está registrando un incremento importante de las salidas de AOVE.

En la actualidad la empresa comercializa sus aceites bajo las marcas Sandúa, Sandusol, Maritxalar, Capricho Navarro, Mendianike y Soliterra, además de la marca de distribución. Aunque la firma se ha centrado en el desarrollo de aceites saludables especiales para freír, hay una clara apuesta por los aceites de oliva y virgen extra, uno de sus motores para la exportación.

Proyección internacional

La compañía está posicionada como una de las 20 empresas españolas más

importantes del sector, con unas ventas que se sitúan en los 9 millones de litros de aceite y una facturación prevista para 2015 de más de 11 millones de euros. De esta cifra, el 25% procede de la exportación y de ella, el 70% de los aceites que Sandúa exporta son virgen extra; un 15% son "blended" y el 15% restante son aceites vegetales, como el de girasol y los especiales para freír.

Sus productos se distribuyen en prácticamente toda Europa: Francia, Irlanda, Reino Unido,



De su producción, un **60% corresponde a aceites vegetales**, especialmente de girasol, mientras que el **40% restante** corresponde a aceites de oliva

Alemania, Países Bajos, Portugal, Suecia, Polonia, Eslovaquia, Serbia, Islandia y Rusia. En Asia, está presente en China, Emiratos Árabes Unidos, Japón e India, y también vende su aceite en Australia.

En el mercado americano, los aceites Sandúa se venden en Ecuador, Miami y Colombia, y el objetivo de la empresa para el próximo año es afianzarse en esta zona. Para ello, está trabajando activamente para expandirse en México y Colombia y ha firmado acuerdos de colaboración con dos empresas de estos países, que ya han iniciado el trabajo comercial. Al mismo tiempo, la empresa está llevando a cabo reuniones de trabajo con las empresas en destino.



Investigación en **alimentos saludables**

Como explica Laura Sandúa, gerente de la empresa desde 1997 e hija de los fundadores, "Sandúa dispone de un laboratorio para realizar análisis físico-químicos que está equipado con una moderna tecnología y que se emplea para realizar pruebas de resistencias de los aceites así como para investigar nuevos aceites para freír".

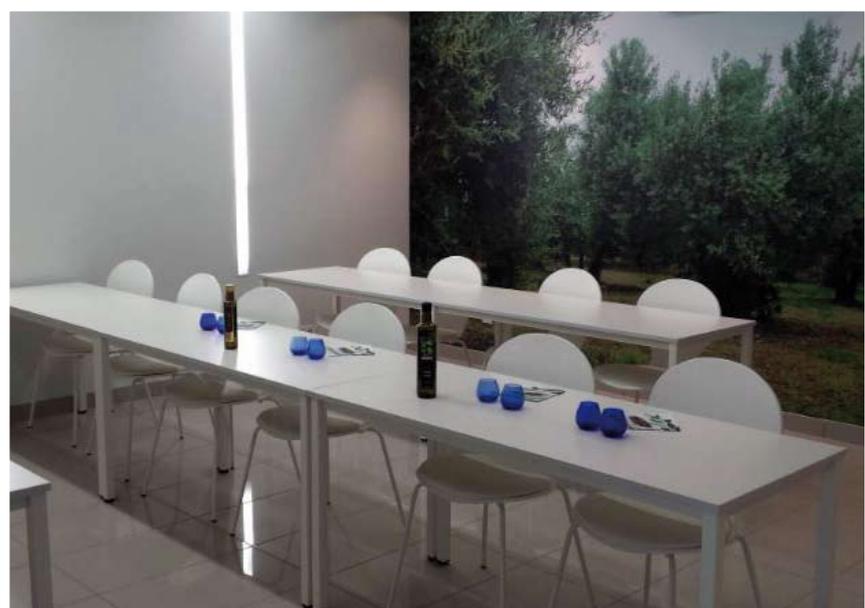
En este laboratorio se desarrollan y aprueban nuevos productos especiales que aguanten altas temperaturas; reduzcan los malos olores y humos y mantengan la calidad y buen estado del producto frito durante más tiempo.

Esta línea de trabajo dio comienzo en el año 2000, cuando Aceites Sandúa lanzó el primer aceite de este tipo a partir de un proyecto llevado a cabo junto con la Universidad Pública de Navarra.

La compañía tiene un compromiso con el desarrollo de productos saludables, por lo que ninguno de sus aceites contiene aceites de palma o coco (ricas en ácidos grasos saturados) ni potencialmente alérgenos, como el de soja y cacahuete. En su lugar, se emplean otras variedades con alto contenido en ácidos grasos monoinsaturados y poliinsaturados, que ayudan a controlar el nivel de colesterol. El pasado mes de noviembre, ha lanzado un nuevo formato del aceite especial para freír con alto contenido en ácido oleico, dirigido al consumidor final.

Sala de catas y atención al cliente

Sandúa realiza además una puesta por el asesoramiento al cliente, "sobre tipos de aceites a utilizar, modo de uso, momento de compra, reservas de contratos, etc." afirma Laura Sandúa. Por ello, desde 2011 incluye en sus instalaciones una sala de catas "destinada a



Desarrollan **nuevos productos especiales** que aguanten altas temperaturas, reduzcan los malos olores y humos y mantengan la **calidad y buen estado del producto** frito durante más tiempo

impartir talleres de formación sobre el buen uso del aceite, saber apreciar sus cualidades (sabor, aroma), formas idóneas de utilización, etc., dirigidos tanto a nuestro personal como a los clientes, y, todo ello, de manera gratuita" añade la gerente, que forma parte del panel de cata del Gobierno de Navarra. Desde su apertura, la sala de catas organiza sesiones mensuales de cata con clientes, personal de la empresa, colegios, etc.

Aceites Sandúa cuenta actualmente con dos sistemas de calidad de reconocimiento mundial, IFS y BRC, que ha renovado en 2015. Para su cumplimiento, el año pasado, la empresa realizó nuevas inversiones y renovó maquinaria. Además, desde el pasado mes de marzo, la empresa posee un certificado Kosher para el mercado judío, que aglutina el 5% de sus ventas, asegurando así un control exhaustivo de la calidad del producto y de los procesos de producción. ●



COMO NOVEDAD, SE HAN PREMIADO LOS ACEITES DE LAS DOP DE MONTES DE GRANADA Y LUCENA

Dcoop premia el esfuerzo de sus socios cooperativistas

Un año más el Grupo Dcoop ha hecho entrega de sus XIX Premios a la Calidad correspondientes a 2015 con los que distingue a las almazaras del grupo y a sus olivareros por haber obtenido los mejores aceites del año en su categoría

El acto, que tuvo lugar el pasado mes de octubre en el Salón de los Mosaicos del Alcázar de los Reyes Cristianos de Córdoba, estuvo presidido por la consejera de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, Carmen Ortiz, quien fue la encargada de hacer entrega de los galardones a los presidentes de las cooperativas premiadas. Además, acompañando a los doscientos cooperativistas que se han dado cita, entre otras autoridades han asistido la alcaldesa de Córdoba, Isabel Ambrosio; el subdelegado del Gobierno, Juan José Primo; y el presidente de la Diputación, Antonio Ruiz.

Este año, por primera vez, tales galardones han resultado ser las obras artísticas seleccionadas en el I Concurso de Ideas para los Premios Dcoop a la Calidad, que se fallaron el pasado mes de julio.



Relación de premiados

- **Premio Alcuza 2015: Premio a la Calidad del Aceite de Oliva (Mejor Bodega) de la Campaña:** SCA Olivarera Nuestra Sra. del Rosario de Humilladero (Málaga)
- **Premio al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra de la Campaña:** SCA La Purísima Concepción de Alameda (Málaga)
- **Premio al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra Ecológico:** SCA Nuestra Sra. de la Fuensanta de Alcaudete (Jaén)
- **Premio al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra de la DO Montoro-Adamuz:** SCA Nuestra Madre del Sol de Adamuz (Córdoba), comercializado por Dcoop
- **Premio al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra de la DO Antequera:** SCA Oleoalgaidas de Villanueva de Algaidas (Málaga), comercializado por Dcoop
- **Premio al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra de la DO Lucena:** SCA Olivarera Jesús Nazareno de Aguilar de la Frontera (Córdoba), comercializado por Dcoop
- **Premio al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra de la DO Montes de Granada:** SCA San Isidro de Deifontes (Granada), comercializado por Dcoop.

Récord de muestras presentadas a concurso

En total han sido 2.860 las muestras de la pasada campaña de entre las que, como cada año, se ha seleccionado el aceite de oliva virgen extra que ha obtenido la mejor puntuación, así como la bodega clasificada con la mejor media de calidad de sus aceites. Como novedad, se han reco-

nocido los mejores aceites de las DOP de Montes de Granada y Lucena (Córdoba) con lo que suman cuatro las categorías orientadas a reconocer la calidad de los aceites de oliva con un diferencial geográfico, junto con Montoro-Adamuz y Antequera. Asimismo, Dcoop ha premiado la calidad del mejor aceite de oliva virgen de producción ecológica. 🌱

PARA DAR UNA MAYOR OPORTUNIDAD A LAS EMPRESAS

El pabellón Multiple Foods de Alimentaria sabrá a Aceite de Oliva

Alimentaria calienta los motores de su próxima edición, que tendrá lugar del 25 al 28 de abril de 2016 en el recinto Gran Vía de Fira de Barcelona. El Salón Internacional de la Alimentación y Bebidas prepara su cuarenta aniversario con una profunda reconceptualización de su oferta expositiva

A sí, junto a sectores locomotora como Intervin, Interlact y Restaurama y salones de larga tradición y trayectoria como Interlact, Alimentaria 2016 proyecta Multiple Foods para dar cabida a empresas multiproducto, del sector del dulce, conservas, aceites, participaciones internacionales y autonómicas, además de acoger alimentos propios de la Dieta Mediterránea y de carácter funcional, ecológico, orgánico y Premium.





Olive Oil Business



Multiple Foods será un espacio único en **innovación**

En palabras de Gonzalo Guillén, miembro del Comité Organizador de Alimentaria, "la decisión de dar entrada a los mejores aceites de oliva en este pabellón es porque Multiple Foods será un espacio más atractivo, que ofrece a través de las empresas participantes una mayor variedad de oferta de productos, con el objetivo de atraer a un mayor número de visitantes a sus stands.

"Hemos querido romper con el tradicional espacio de Olivaria en Alimentaria porque en la actualidad, muchas de las principales empresas aceiteras han ampliado su portfolio de productos alimentarios y ya no son sólo aceite de aceite de oliva. Ahora además producen o distribuyen productos como vinagres, aceites de semillas, salsas, aceitunas, etc. Por tanto, en su mayoría, las empresas aceiteras se encontraban mejor representadas en pabellones que no fuesen muy específicos de un solo producto, apostilla Guillén.

Novedades de Alimentaria

Según afirma Gonzalo Guillén, "Como ha quedado demostrado a lo largo de sus 40 ediciones, Alimentaria cada año es una nueva experiencia, tanto para

las empresas como los visitantes profesionales. Es una feria diferente. Ofrece el atractivo de la dieta mediterránea, la experiencia gastronómica, Innoval, multitud de actividades vinculadas a la alimentación, tendencias y un envidiable trabajo de atracción de los principales compradores de alimentos de todos los rincones del planeta. Todo esto es posible gracias a la colaboración de la FIAB con la que se organizan los encuentros con compradores donde la participación es enorme y extremadamente positiva".

Así el Comité Organizador de Alimentaria está preparando acciones de todo tipo incluyendo la gran "Barra de aceites de oliva virgen extra" junto con diversas catas organolépticas, charlas, invitación a compradores de primer nivel de las principales cadenas de supermercados a nivel mundial, presencia de los mejores chefs y show-cooking, etc.

Centro de negocios

A pesar de que la crisis económica ha pasado factura a todas las ferias a nivel mundial, de una u otra manera en los principales países; sin embargo, según Guillén, claramente, la tendencia ha cambiado y las grandes ferias de alimentación vuelven a ser un centro atractivo para el encuentro entre industrias y distribución, para presentar innovaciones, dar a conocer nuevos productos o diseños, y para estrechar

Las **empresas que acudan a Alimentaria** contarán con una **gran plataforma** para llegar a sus potenciales clientes

lazos. La demanda de espacios crece, la participación de empresas también, y se disparan las visitas a la feria aumentando el interés de los compradores internacionales por Alimentaria.

En el caso del sector del aceite de oliva Alimentaria debe de ser el punto de encuentro y de negocio donde estén presentes tanto las grandes como las pequeñas firmas demostrando que somos los líderes en producción de calidad y en comercialización

Por todo ello, Gonzalo Guillén anima a la participación de todas las almazaras españolas y de otros países a participar en un espacio único y el más idóneo para dar a conocer su empresa, almazara o marca, para iniciar contactos con potenciales clientes a nivel nacional e internacional, o para establecer alianzas o reuniones con empresas de otros sectores que pueden resultar interesantes de cara a iniciar o incrementar sus ventas. 🌍

LOS ACEITES MELGAREJO COSECHA PROPIA Y VERDE SALUD, PREMIOS ALCUZA 2015

La DOP **Sierra Mágina** del **Olivar** y premia sus



El Consejo Regulador de la DOP Sierra Mágina ha celebrado la Fiesta del Olivar y del Aceite de Oliva Virgen Extra, donde se entregaron sus premios anuales. Estos galardones, según fuentes de la DOP, “reconocen el esfuerzo de los productores, almazaras y marcas inscritas en esta Denominación de Origen como estrategia diferenciadora para alcanzar la máxima calidad”.

En la XVI edición de la Fiesta del Olivar, los distinguidos con el Premio Alcuza 2015 a los mejores aceites de la campaña 2014/15 fueron los vírgenes extra Melgarejo Cosecha Propia y Verde Salud. El Premio Lechuzza a las mejores bodegas recayó en la SCA Cristo de la Misericordia de Jódar (bodega grande) y su marca ‘La Quinta Esencia’, y la almazara Nuestra Sra. de

la Esperanza de Mancha Real (bodega pequeña), con su marca ‘Conde de Argillo’.

Además, en bodegas pequeñas, se otorgó un primer accésit a Monva de Mancha Real, que embotella las marcas ‘Dominus’ y ‘Valle Mágina’. En bodegas grandes, el primer accésit fue para la cooperativa Nuestra Sra. de los Remedios de Jimena, que embotella bajo la marca ‘Oro de Cánava’, y el segundo

accésit para la cooperativa Santa Isabel de Torres, cuya marca es ‘Señorío de Camarasa’.

El galardón a la comercialización volvió a recaer en la empresa Aceites Andaluces Sierra Mágina de Bedmar, con sus marcas ‘Magnasur’, ‘Oro de Magnasur’ y ‘Sunteroliva’. Finalmente, el premio Tesoro de Mágina se entregó a Francisco Martínez Lanzas, quien fue durante más de cuarenta años adminis-



celebra la **Fiesta** mejores aceites

Sierra Mágina

ampara una superficie de 60.000 hectáreas de olivar, con unos **13.000 olivareros** censados

trativo de la cooperativa de Bedmar. Este galardón distingue a una persona del municipio donde se celebra esta fiesta que haya tenido una vinculación especial con el aceite de oliva.

Garante de un sector clave en la provincia de Jaén

El evento tuvo lugar en la sede del Consejo Regulador, ubicada en Bedmar, en el corazón del Parque Natural de esta comarca jiennense. El acto fue presentado por Asensio López y participaron Francisco Reyes, presidente de la Diputación de Jaén; Juan Balbín, delegado territorial de Agricultura y Medio Ambiente; Rafael de la Cruz, presidente del Consejo Regulador de la DOP Sierra Mágina; Juan Francisco Serrano, alcalde de Bedmar, y Lorenzo Herrera, presidente de la SCA Bedmareense.

Rafael de la Cruz desatacó que "estos galardones anuales tienen un significado especial, puesto que en este 2015 se cumplen veinte años desde el reconocimiento provisional de esta Denominación de Origen por la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía". De la Cruz invitó a los productores, las almazaras y las marcas inscritas "a celebrar de manera conjunta la labor desarrollada, los resultados obtenidos y los logros alcanzados durante este periodo". Asimismo, recordó que la DOP representa "la apuesta de Sierra Mágina por la calidad y por rentabilizar el aceite de esta tierra".

Por su parte, Francisco Reyes recordó los inicios de esta DOP y enfatizó

Los premiados

- **Premio Alcuza 2015:** Melgarejo Cosecha Propia (Aceites Campoliva S.L. / Pegalajar) y Verde Salud (Trujal de Mágina / Cambil).
- **Premio Lechuza:** SCA Cristo de la Misericordia de Jódar (La Quinta Esencia) y la almazara Nuestra Sra. de la Esperanza de Mancha Real (Conde de Argillo).
- **Primer accésit bodegas pequeñas:** Monva de Mancha Real (Dominus y Valle Mágina) en la categoría de bodegas pequeñas
- **Primer accésit en bodegas grandes:** Cooperativa Nuestra Sra. de los Remedios de Jimena (Oro de Cánava)
- **Segundo accésit en bodegas grandes:** Cooperativa Santa Isabel de Torres (Señorío de Camarasa).
- **Premio a la Comercialización:** Aceites Andaluces Sierra Mágina de Bedmar (Magnasur, Oro de Magnasur y Sunteroliva)
- **Premio Tesoro de Mágina:** Francisco Martínez Lanzas



"su papel como garante de la calidad y su compromiso con un sector clave para la provincia de Jaén".

Trabajando desde 1995

El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Sierra Mágina fue reconocido en 1995. Ampara una superficie de 60.000 hectáreas de olivar, con unos 13.000 olivareros censados en 15 términos municipales, que producen princi-

palmente aceite de oliva de la variedad picual.

La DOP Sierra Mágina cuenta con 50 marcas de aceite de oliva 100% virgen extra amparadas por su certificación, que han obtenido los galardones más prestigiosos a la calidad de sus aceites, tanto nacionales como internacionales. Sus aceites son muy frutados, con picor y amargor equilibrados, destacando notas de tomate, higuera y verde hierba. 🌿

FINCA LA PONTEZUELA CONSIGUE EL PRIMER PREMIO

La DOP **Montes de Toledo** entrega los Premios **Cornicabra**



A finales del mes de septiembre, la Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen de Aceite Montes de Toledo entregó sus tradicionales Premios Cornicabra. El primer premio fue a parar a Finca La Pontezuela, de Los Navalmorales (Toledo), que comercializa todo su producto bajo la marca '5 Elementos'. El accésit recayó en Casas de Hualdo, de El Carpio de Tajo (Toledo) y Morlin, de Nambroca (Toledo)

La DOP Montes de Toledo es la más antigua de las localizadas en Castilla-La Mancha. A la entrega de sus premios, que van por la decimotercera edición, asistió el Consejero de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha, Francisco Martínez Arroyo, que destacó la importancia del olivar y "concretamente de la aceituna cornicabra, una variedad característica que da un acei-

te de gran prestigio dentro y fuera de nuestras fronteras". Estuvo acompañado en el acto por Andrés Gómez Mora, Presidente de la Fundación C.R.D.O. Montes de Toledo y el resto de su patronato.

Panel de catadores

La DOP destaca que el panel de catadores de los Montes de Toledo está compuesto por una veintena de personas que han sido entrenadas por el jefe de

panel durante un periodo de tiempo que en algunos casos supera los diez años y han sido elegidos mediante un riguroso proceso de selección, para pasar posteriormente a ser formados y entrenados en el reconocimiento y cuantificación de los atributos del aceite de oliva.

Todo ello cumple el objetivo de armonizar los criterios de valoración y que los resultados obtenidos en los análisis sean estadísticamente válidos. Montes de Toledo "es el único Consejo Regu-



Los premiados

▪ Primer premio: Finca La Pontezuela

La empresa cuenta con una almazara con una línea de molturación, que procesa aceites de las variedades cornicabra, picual y hojiblanca con una producción media de 75.000 kilos.

En cuanto a su perfil organoléptico, es un frutado verde con aroma de manzana, hierba fresca, kiwi y almendra. Un aceite fragante y equilibrado, con amable entrada en boca y valores medios de amargo y picante.

▪ Accésit: Casas de Hualdo

Su almazara dispone de una línea de molturación para producir una media de 500.000 kilos de aceite de las variedades: cornicabra, arbequina, picual y manzanilla. Respecto al perfil organoléptico, es un frutado verde intenso con aroma de manzana, hierba, tomate y otras frutas frescas. Aceite fragante y equilibrado con valores medios de amargo y picante.

▪ Accésit: Morlin

Cuenta con una almazara con dos líneas de molturación, para una producción media anual de 150.000 kilos de aceite de las variedades cornicabra, picual y arbequina.

Su perfil organoléptico es de frutado verde intenso de gran frescura. Destacan aromas de manzana junto a otras frutas cítricas y aguacate. Su agradable paso de boca junto a un picante y amargo de intensidad moderada le proporcionan un notable equilibrio.

Los mejores aceites se seleccionan para su envasado con las marcas "Sierra de Nambroca" y "Toletum", amparadas por la D.O.P. Montes de Toledo.

Premio Maestro Molinero, patrocinado por Peralisi

Peralisi España ha sido el patrocinador de los Premios Cornicabra y especialmente del premio "Maestro Molinero 2014", que ha sido otorgado a Esteban Gómez-Arevalillo Martín, encargado de la elaboración del aceite en Finca La Pontezuela.

Según fuentes de la empresa, "todos los premiados utilizan en su almazara maquinaria Peralisi, lo que pone en valor una vez más su garantía de calidad". En la entrega de premios estuvieron presentes Vicente Sanz, director comercial para España y Portugal; Raúl Maroto, delegado comercial de la Zona Centro, y Giuseppe Parma, director general de Peralisi España, que entregó el premio "Maestro Molinero 2014".



lador español que cuenta con un panel de catadores reconocido por el Consejo Oleícola Internacional (COI), autorizado por el MARM y la Consejería de Agricultura de Castilla La Mancha y acreditado por ENAC, lo que aporta mayor credibilidad a las certificaciones realizadas", añade la DOP.

Producción certificada

La DOP Los Montes de Toledo cuenta con más de ocho mil agricultores y treinta y seis almazaras, que deben cumplir con los requisitos establecidos el pliego de condiciones que regula todas las etapas de producción, desde las condiciones del suelo en el que se asienta el olivar; la recolección y el transporte de la aceituna; hasta la obtención del aceite, su almacenamiento y envasado.

La certificación la realiza la Fundación C.R.D.O. Montes de Toledo, cumpliendo la norma internacional UNE-EN-ISO

45011 tras una exhaustiva auditoría de los procesos e instalaciones, así como del sistema de autocontrol de cada empresa suministradora, que incluye la toma de muestras para su posterior análisis. Además, el organismo de control realiza auditorías periódicas y tiene establecido un plan de vigilancia que abarca todas las etapas de la vida comercial de los aceites, incluyendo toma de muestras para su control. Además, todos los aceites certificados son sometidos a ensayo por el laboratorio de análisis organoléptico de la Fundación para comprobar que están libres de defectos y que se adecuan al perfil.

El laboratorio, siguiendo la norma UNE-EN ISO/IEC 17025, analiza cada muestra a ciegas usando un equipo de expertos catadores; para pasar posteriormente al tratamiento estadístico de los datos que dará lugar al informe de resultados.

Una campaña con poca producción

La pasada campaña vino marcada, según fuentes de la DOP, "por las condiciones climatológicas extremas que provocaron la menor cosecha de los últimos años, como en el resto de España. Una ola de calor que coincidió con los delicados momentos de la floración del olivo provocó que el fruto no llegase a cuajar, lo que, unido a la fuerte sequía hizo que finalmente se alcanzase solo un 30% de la producción media".

Ante esta reducción de la producción, "se ha hecho más necesaria que nunca una rigurosa selección de los aceites por parte de los productores para conseguir que aquellos que se comercializan bajo el marchamo de la Denominación de Origen sigan siendo los mejores de entre los producidos en la zona y cumpliendo los más estrictos estándares de calidad", añaden. 🌍

LA MÁS ANTIGUA DE ESPAÑA

La DOP **Les Garrigues** celebra sus **40 años** de existencia

La DOP Les Garrigues, Denominación de Origen alimentaria más antigua de España, ha conmemorado su 40 Aniversario durante este otoño. El primer acto de celebración tuvo lugar en La Llotja de Lleida y reunió a los máximos representantes de la Administración, tanto actual como de los últimos 40 años, así como a los principales agentes del sector agrario





La jornada de celebración del 40 Aniversario de la DOP Les Garrigues contó con el apoyo de la Generalitat de Catalunya y la Diputación de Lleida, y en su transcurso se reconoció la labor de varias personas, entidades y autoridades que han participado de manera activa en la historia de la Denominación de Origen:

Pere Bofías, presidente del Consejo Regulador Provisional; Ramon Flix, presidente, y el resto de los miembros del Primer Consejo Regulador electo de la DOP; Francisco Esquerda, presidente de la Plataforma en Defensa de les Terres d'Olivera; Josep Grau, ex consejero de Agricultura; la Diputación de Lleida y la Generalitat de Catalunya. La ceremonia se ha cerrado con un homenaje a las 23 cooperativas/operadoras inscritas en la DOP.

La Denominación de Origen más antigua de España

La DOP Les Garrigues, que reúne la comarca de Les Garrigues y el sur del Segrià y del Urgell, es, además de la Denominación de Origen alimentaria más antigua de España, la primera DO de aceite virgen extra reconocida en nuestro país (1975), que fue certificada por la Unión Europea como Denominación de Origen Protegida en 1986.

La tradición de la producción de aceite en esta comarca procede de la Edad Media. Sus orígenes están en Mallorca, desde donde, según la tradición, el Rey Jaime I la trasladó a Cataluña. Uno de sus súbditos feudales, el señor de Arbeca, implantó el cultivo de la variedad arbequina, impresionado por sus propiedades y la calidad de su aceite. Posteriormente, el gobernador de Lleida, el Conde de Bessacourt, promovió el cultivo de esta variedad de aceitunas, especialmente en la zona de Les Garrigues.

En cuanto a la historia de la Denominación de Origen, ésta trabajó en sus primeros años para mejorar la calidad del aceite y divulgar sus propiedades, siendo pionera en promoción del aceite virgen extra con certificación de origen y calidad. Su trayectoria tiene un antes y un después en las heladas de 2001, que dañaron el 70% de la producción del año y provocaron que 37.000 hectáreas de olivo arbequina dejaran de producir. El 90% de la producción se perdió,

Reivindicaciones actuales: incrementar la superficie de regadío

Actualmente, la DOP sigue activa en cuanto a reivindicaciones para mejorar la calidad, producción y comercialización de sus aceites. En los últimos años, ha reclamado más superficie de regadío en su zona de producción para garantizar la viabilidad de muchas de sus explotaciones, que no pueden competir con las explotaciones súper intensivas.

Fuentes de la entidad explican que “a pesar de la proximidad geográfica con el canal Segarra-Garrigues, la zona de producción de la DOP cuenta con menos de un 10% de superficie de regadío en aquellas zonas donde se pudieron convertir las fincas al riego, hace 20 años”. La mejora que el regadío ha supuesto para muchas explotaciones de olivos “es más que evidente: aunque en los últimos 15 años se ha producido el abandono de muchas fincas en las comarcas de la DOP Garrigues, la producción que se registra en las explotaciones con riego han conseguido que el total de producción se mantenga. Hace 20 años, durante la campaña del 95/96, la producción de aceite fue de 3.576.000 kilos, mientras que la de la campaña 2013/14 fue de 3.617.000 kilos: con un aumento del riego, la producción también se vería aumentada”.



Su trayectoria tiene **un antes y un después** en las heladas de 2001, que **dañaron el 70% de la producción** del año

y las plantaciones nuevas resultaron las más afectadas: se perdieron todos los olivos de menos de 4 años y el 80% de las cooperativas cerró con importantes pérdidas, poniendo en peligro la supervivencia de muchas familias. La Federación de Cooperativas estimó las pérdidas entre 32 y 33 millones de euros, con 8.000 profesionales afectados.

Tras estos acontecimientos, con el objetivo de defender el sector y man-

tener las familias arraigadas al territorio, nació la Plataforma en Defensa de les Terres d'Olivera, con una fuerte implicación por parte de la DOP y un destacado apoyo del sector agrario. Gracias a la sensibilidad de personas e instituciones, como el entonces Consejero de Agricultura Josep Grau, los agricultores de la zona lograron un plan de ayudas que garantizaba la supervivencia de sus explotaciones. 🌱

AGENDA

MADRID FUSIÓN

Del 25 al 27 de enero – IFEMA (Madrid)

Web: <http://www.madridfusion.net/>

UN AÑO MÁS, LLEGA A LA CAPITAL MADRID FUSIÓN, cuyos objetivos son mostrar la vanguardia culinaria, propiciar el acercamiento de las cocinas del mundo, fomentar el debate y la reflexión acerca de la gastronomía y los múltiples ámbitos vinculados a ella (enología, industria alimentaria, innovación tecnológica, investigación científica y nuevos modelos de negocio). El encuentro contará con demostraciones en vivo de los cocineros más relevantes del panorama internacional, presentaciones de las técnicas gastronómicas más revolucionarias, debates, etc.

AGROEXPO

Del 28 al 31 de enero – Don Benito (Badajoz)

Web: <http://www.feval.com/>

LA INSTUCIÓN FERIAL DE EXTREMADURA ORGANIZA AGROEXPO EL PRÓXIMO FEBRERO, en la que se ha reforzado la presencia de empresas y asistentes portugueses. Una de las novedades de la nueva edición será la reducción del número de jornadas técnicas y ponencias, con la posibilidad de adelantar la mayoría de ellas a los días previos y el objetivo de evitar que se solapen. Se trata de un importante escaparate para el sector agrario de toda la región, que va por su XXVIII edición.

GULFOOD

Del 8 al 12 de febrero – Dubai

Web: <http://www.gulfood.com/>

DUBAI SERÁ LA CAPITAL MUNDIAL DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN EL MES DE FEBRERO, en que se celebrará Gulfood en el World Trade Center. El encuentro cubrirá los sectores de alimentación y bebidas, restauración y cafeterías, foodservice y maquinaria para la industria de bebidas y contará con más de cinco mil expositores. En 2015, la feria contó con cerca de 85.000 asistentes profesionales procedentes de 156 países.

BIOFACH 2016

Del 10 al 13 de febrero – Nuremberg (Alemania)

Web: <https://www.biofach.de>

BIOFACH 2016 PRESENTARÁ EN NUREMBERG una amplia diversidad de alimentos biológicos, expuestos bajo

criterios estrictos de admisión y certificaciones rigurosas. Además de un salón profesional, Biofach constituye una plataforma de intercambio para todo el sector de producción biológica y en él se presentarán las últimas novedades y tendencias de esta categoría, que cada vez cuenta con mayor demanda.

SOL D'ORO

Del 14 al 20 de febrero – Verona (Italia)

Web: <http://www.solagrifood.com/>

LA COMPETICIÓN SOL D'ORO PARA EL HEMISFERIO NORTE tendrá lugar en Verona, del 14 al 20 de febrero. Su objetivo es poner en conocimiento de operadores y consumidores los mejores aceites de oliva de esta parte del mundo. El concurso contará con un jurado acreditado para las siguientes categorías: Virgen Extra, Monovarietal y Orgánico. A su vez, la categoría Virgen Extra está subdividida en frutado suave, medio e intenso. Cada compañía puede participar con un máximo de tres marcas en cada categoría.

SIMA-SIMAGENA

Del 26 de febrero al 2 de marzo – París (Francia)

Web: <https://en.simaonline.com/>

LA PRÓXIMA EDICIÓN DE SIMA, EL SALÓN MUNDIAL DE PROVEEDORES DE AGRICULTURA y ganadería será la número 77 y se desarrollará en el recinto ferial parisino Nord Villepinte. En 2015, el encuentro contó con la participación de 1.740 empresas de 40 países, cerca de 240.000 asistentes profesionales de 142 países y celebró 130 conferencias, talleres prácticos, foros y eventos, en los que se presentaron 600 nuevos productos. Bajo la etiqueta "Innovation First », presentada por primera vez el año pasado, la innovación será el eje del próximo SIMA.

UNA PUBLICACIÓN PARA DAR SOPORTE A LOS NUEVOS RETOS DEL SECTOR



TODA LA
INFORMACIÓN
SOBRE
EL RETAIL,
LA INDUSTRIA
Y EL CONSUMO
DEL SIGLO XXI

LA MEJOR OFERTA DEL MERCADO
6 REVISTAS IMPRESAS + NEWSLETTER DIARIO
SUSCRÍBASE AHORA POR SÓLO 130 € AL AÑO

EDITA:

ÁGORA
COMUNICACIÓN Y ANÁLISIS S.L.

SÍGANOS EN  @info retailnews

Plutone, Marte y Saturno, los SUPERSEPARADORES

El sistema de lavado automático
Mister CIP está ahora integrado
en el panel de control con PLC



AHORRAN TIEMPO Y DINERO EN LA ALMAZARA

No requieren costosas paradas de máquina. El **sistema patentado Mister CIP** permite lavar los platos internos del tambor sin interrumpir la producción, con la máquina en movimiento y sin tener que desmontar el tambor.

Mister CIP se puede activar en cualquier momento desde el panel de control.

SON AMIGOS DEL MEDIO AMBIENTE

La separación se puede producir sin aporte de agua y por tanto sin producción de agua contaminante. Por otra parte, los separadores **Plutone, Marte** y **Saturno** consumen menos energía eléctrica a igual cantidad de aceite tratado.

902 403 403
Asistencia técnica
De 7:30 a 22:00 h. 365 días al año



SEDE CENTRAL

Polígono Industrial PLAZA.
C/ Burtina, 10
50197 ZARAGOZA (España)
Tel. +34 976 466 020 • Fax +34 976 515 330
info.spain@pieralisi.com



GRUPPO
PIERALISI
INNOVADORES POR PASIÓN

www.pieralisi.com



DELEGACIÓN SUR

Parque Tecnológico y Científico Geolit
Avda. de la Innovación, manzana 41
23620 MENGIBAR, Jaén (España)
Tel. +34 953 284 023 • Fax +34 953 281 715
jaen@pieralisi.com