

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

6 de mayo de 2024



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



La importancia de la promoción en los años de poca cosecha y precios elevados.

El valor de las soluciones digitales y los datos en la industria oleícola.

Entregado el VII Premio Internacional Castillo de Canena de Investigación Oleícola 'Luis Vañó'.

El secreto del éxito de Lecciana: rusticidad y gran potencial en el segmento Premium.

Nace una nueva comunidad oleícola en Italia.



La importancia de la promoción en los años de poca cosecha y precios elevados



La promoción de nuestros aceites de oliva en cualquier año es importantísima, pero en épocas como las que estamos atravesando como estos dos últimos años es de vital importancia. Así, de esta forma, nos estaremos anticipando al problema que nos podemos encontrar en años de una cosecha media normal, una oferta mucho mayor que la demanda. Haciendo una buena promoción iremos aumentando esta demanda de forma que también nos aseguremos un equilibrio en los precios.

La base está en asegurarnos el consumo que ya existe y que, a pesar de los precios alcanzados este año, ha demostrado que son fieles al aceite de oliva, siendo la caída del consumo menor al porcentaje de subida en precios y, por supuesto, debemos ir ganando más consumidores a través de la promoción.

Afortunadamente tenemos un producto que se vende solo, él mismo ya tiene unas cualidades beneficiosas más que demostradas. Por ello, tan solo tenemos que centrarnos en darlo a conocer un poquito más, no solamente centrarnos en el extranjero, que también por supuesto, sino también entrarnos en nuestros consumidores más jóvenes.



Tenemos un gran trabajo de promoción con las nuevas generaciones de nuestro país, estas generaciones serán los próximos embajadores del aceite de oliva fuera de nuestras fronteras, haciendo un buen trabajo desde bien pequeños, inculcando hábitos de alimentación saludables, donde el aceite de oliva sea un pilar fundamental y así estaremos haciendo el mejor trabajo de promoción que pueda existir a largo plazo.

Ellos se encargarán de llevar nuestro producto y divulgar sus virtudes a cada sitio donde vayan, ya sea en sus futuras casas, en sus viajes al extranjero, cenando con amigos, desayunando con compañeros de trabajo. De mil formas diferentes estos jóvenes harán llegar nuestro aceite a otros muchos más futuros consumidores.

Fuente: [Oleum Xauen](#)

El valor de las soluciones digitales y los datos en la industria oleícola

Para definir y abordar los principales desafíos de la digitalización en el sector oleícola, es importante entenderlo como un todo, la cadena de valor desde el árbol y hasta el mercado. El reto está en la calidad, la eficiencia y la sostenibilidad.

Tanto la producción agrícola en el campo, como la posterior transformación de los frutos en aceite de oliva y su conservación, deben ser parte de un flujo digital único e integrado, dando soporte a la trazabilidad digital del producto en todo momento, así como a la eficiencia y orquestación de todos los procesos. Es en el campo, en la aceituna, donde se genera el aceite de oliva de la máxima calidad, tras lo cual hay que elegir el momento óptimo de recolección y molturar las aceitunas sanas en el menor tiempo posible (en almazaras con buenas condiciones sanitarias y de trazabilidad, a temperatura y presión controladas).

Posteriormente, hay que almacenar el aceite en las mejores condiciones de temperatura, luz y en atmósferas no oxidantes, para mantener la calidad del producto. En todo ese ciclo, es clave contar con la colaboración y apuesta clara por la digitalización de ecosistemas completos de producción, transformación y comercialización.



El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

For Earth, For Life. Kubota

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



Es importante que se entienda bien el valor que las soluciones digitales y los datos pueden aportar, haciendo por parte de las empresas oleícolas una apuesta decidida, con inversión suficiente, y exigiendo retornos de negocio claros. Debemos superar la dinámica de los pilotos, de asignar a la digitalización presupuestos, con frecuencia, muy bajos o ligados sólo a ayudas públicas. Los ahorros, tanto en la producción primaria, como en la industria y el almacenamiento, pueden ser muy relevantes con soluciones digitales integradas y especializadas, como también con la mejora del valor en el producto. El sector oleícola debe apostar de forma definitiva e inequívoca por digitalizarse desde el campo y hasta el mercado.

Para mejorar la rentabilidad del sector oleícola, es básico capturar datos digitales, en tiempo real, en todos y cada uno de los procesos de la cadena de valor. ¿Cómo se consigue recopilar e interpretar todos estos datos? Mediante sensores y actuadores IoT, Apps móviles, maquinaria o equipos de fertirriego integrados, imágenes de satélite, dispositivos de control de calidad, sensores y automatismos en todos los procesos de transformación y almacenamiento en la industria, soluciones digitales de distribución y comercialización. Esto permite tomar mejores decisiones, controlar y medir costes y márgenes, poniendo en valor con información enriquecida al consumidor de los mejores aceites de oliva, de forma digital. Tenemos códigos QR, que pueden aportar muchos datos al consumidor, con una visión de resaltar la excelencia, hacer único cada lote o partida, generando un vínculo digital, de conocimiento, entre el consumidor y la cadena de valor del aceite de oliva, sus territorios, variedades, formas de elaboración, propuestas gastronómicas, oleoturismo.

En cuanto a la sostenibilidad medioambiental, las soluciones digitales facilitan el control y la medición en tiempo real del consumo de agua, energía, fertilizantes, fitosanitarios, maquinaria, pérdida alimentaria, materiales, envases, embalajes, emisiones, erosión de suelos, contaminación de aguas, transporte, etc. También aspectos como emisiones GEI o captura de CO₂ donde el olivar tiene potencialidades interesantes, en ámbitos como la economía circular y valorización de residuos, de nuevo con ejemplos muy buenos en el sector oleícola. Todo ello, entendido en términos de impacto por litro de producto comercializado, que aporta una idea comparativa bastante válida entre distintos modelos productivos. Más allá de medir y controlar, la riqueza en datos, su combinación y puesta a disposición de los decisores en el momento adecuado, permite tomar mejores decisiones a lo largo de toda la cadena de valor.

En cuanto al uso de los datos a partir de la creciente digitalización e integración de las cadenas de valor del sector, con frecuencia suscita interrogantes y diversas cuestiones éticas -quizás algo magnificadas-, dado el todavía “modesto” volumen de datos digitales e intercambio de estos.

Planta de aprovechamiento de los subproductos del olivar

bioland
ENERGY

GRUPO oleícola jaén

Av. Vilches, KM 3.5 - La Carolina (Jaén)
(+34) 953 68 08 15 - bioland@grupoolaicolajaen.com



Partiendo de la base de que un dato tiene razón de ser sólo en la medida en que vaya a ser intercambiado y usado por, al menos, dos partes, desde el sector Agro se ha trabajado en el código de conducta europeo sobre el intercambio de datos agroalimentarios. En este código se establecen las recomendaciones para lograr cadenas de valor de datos más equilibradas, limitando el poder de las plataformas con vocación oligopolista. Debemos profundizar en las pautas y recomendaciones del propio sector, con el propósito de hacer un buen uso de los datos, quizás evitando la parálisis por las cautelas excesivas o cuestionamientos éticos muy estrictos.

El sector oleícola, donde España es líder destacado a nivel mundial, tiene una gran oportunidad de acelerar el proceso de digitalización integral, contribuyendo a diferenciar sus productos frente a un consumidor exigente y que demanda información. Todo ello, con eficiencia económica y mejorando la sostenibilidad ambiental de toda la cadena de valor. España cuenta con un sector de empresas Agrifood Tech potente, agrupado en su mayoría en torno a AMETIC, capaz de acompañar, ayudar en el proceso de transformación digital, para incrementar la competitividad y oportunidades de futuro del sector oleícola.

Artículo de opinión publicado en el [número 196 de Óleo](#).

Fuente: [Oleorevista](#)

Entregado el VII Premio Internacional Castillo de Canena de Investigación Oleícola ‘Luis Vañó’

Un trabajo sobre la aplicación de compost y la reducción de fertilización nitrogenada para promover una producción sostenible en olivares de alta densidad en el Valle Central de California (Applying compost and reducing nitrogen fertilization promotes sustainable olive production in super-high-density orchards in California’s Central Valley) ha obtenido el VII Premio Internacional Castillo de Canena de Investigación Oleícola ‘Luis Vañó’, que convoca la compañía oleícola con la colaboración de la UJA y de la Universidad de California en Davis.



Sobre el trabajo premiado, contribuye a la revisión de las recomendaciones para la aplicación de nutrientes en olivares de alta densidad en California. Además, investiga los efectos del ajuste de compost en los ciclos dinámicos de nitrógeno y en las emisiones de gases de efecto invernadero. Sus autores son los investigadores Andrew J. Curtright, Savannah Haas y William H. Horwath (Universidad de California en Davis) y Xia Zhu-Barker (Universidad de California en Davis y Universidad de Wisconsin-Madison).

En el acto de entrega de este galardón, celebrado en el Castillo de Canena, estuvieron presentes destacadas autoridades locales y provinciales de Jaén, y de profesores y catedráticos de la Universidad de Jaén, muy vinculados a la actividad docente e investigadoras del olivar y del aceite de oliva virgen extra.

Luis Vañó, como presidente de Castillo de Canena, destacó la importancia de la investigación y la innovación en el avance del sector olivarero y oleícola, que ha sido desde sus inicios el pilar fundamental del premio que lleva su nombre u que ha conseguido unir, con el apoyo de la empresa Castillo de Canena, a dos universidades tan importantes como la de Jaén y el la UC Davis en California. Un premio que este año ha destacado un trabajo científico que avala la importancia de la sostenibilidad y de las prácticas respetuosas con el medio ambiente en el olivar.

Por su parte, Francisco Vañó, director de Castillo de Canena, también destacó la importancia de compartir conocimientos entre dos centros tan importantes en materia agronómica, y de poner en valor y poder aplicar en el sector olivarero, aquellos conocimientos de la investigación.

Durante el acto, el Rector de la Universidad de Jaén, Nicolás Ruiz, se ha referido a este reconocimiento como un premio que “estimula el conocimiento científico y tecnológico en el sector del olivar y del aceite de oliva” y ha felicitado a la familia Vañó por esta iniciativa que “pretende generar nuevo conocimiento y aplicarlo para mejorar el sector oleícola”. “Este certamen es una de las formas de dar respuesta a la necesidad que tiene el sector oleícola de apostar por la investigación y la innovación. En sentido, la Universidad de Jaén y la compañía Castillo de Canena compartimos un objetivo clave para el desarrollo de nuestro territorio: modernizar y fortalecer nuestra agricultura, nuestra agroindustria y nuestras capacidades de comercialización, a través de la investigación, la innovación y la apertura de nuevos mercados”, ha declarado Nicolás Ruiz.

Fuente: [Revista Almaceite](#)



 **oliveCEPT**[®]

Pulsos Eléctricos: más aceite y mejor calidad

Optimiza la extracción de aceite de oliva con la tecnología de pulsos eléctricos

-  Mayor rendimiento de AOVE
-  Calidad mejorada
-  Mejor eficiencia

[Infórmate sin compromiso](#)



El secreto del éxito de Lecciana: rusticidad y gran potencial en el segmento premium

Poco a poco, la **variedad Lecciana** va ganando nombre entre los productores de aceite como atestiguan algunos de los profesionales del sector que han podido entrar en contacto con la variedad.

A pesar de su juventud, la variedad Lecciana se está labrando una buena reputación entre los productores de AOVE. Sus características organolépticas la diferencian de las variedades tradicionales, ofreciendo un gran potencial en la elaboración de AOVes destinados al segmento premium del mercado. Además, su comportamiento en campo destaca por la elevada rusticidad ante episodios de sequía y se adapta de forma idónea al manejo en agricultura ecológica.

Así lo relatan algunos de los expertos consultados por Olint, la publicación técnica editada por Agromillora.

Pelayo Domecq, técnico en Agricosur señala que “entra más tarde en floración, pero se cosecha antes que Arbequina. Tanto el árbol como la aceituna sufren mucho menos que Arbequina y Arbosana, en condiciones de sequía no tira aceitunas y estas se conservan bastante bien. El primer año de cosecha sacamos unos 16.200 kg con un rendimiento del 16%, rendimiento que se compensa claramente con los números de la producción. La poda la hago bastante 'dura' para que el árbol sufra menos, ya que igualmente produce mucho. Creo que la clave reside en no escatimar en tratamientos (todos preventivos) siempre sin derrochar nada”.

Sin salir del terreno agronómico, Francisco Vera, técnico de la Cooperativa Ntra. Sra. de Los Ángeles indica que "en estos años complicados, en que tanto secan como el riego lo están pasando mal, hemos visto que la variedad Lecciana que plantamos en 2020 está teniendo un muy buen comportamiento. Llevo poco tiempo trabajando con el superintensivo y solamente he trabajado con esta variedad. Hemos visto que aunque no lloviera cuando se plantó, aguantaron muy bien hasta las primeras lluvias, con mucho agarre y poca pérdida de planta. me ha llamado mucho la atención el



gran poder enraizante que tiene la variedad. Pienso que es una apuesta de futuro bastante buena, ya que cada vez habrá más problemas con el agua y Lecciana, con un buen manejo, tiene mucho potencial".

Sobre su comportamiento en manejo ecológico, Rubén Bujaldon, ingeniero agrónomo, destaca que "en la finca que manejaba en Huéscar-Benasurera había una pluviometría media de unos 450 litros al año, en una zona con muchos bajos y cerros en los que hacía frío. En esa plantación se plantó Arbequina, Shikitita y Lecciana. Al principio era una gestión convencional hasta que se pasó a ecológico. La que mejor se adaptó al cambio fue Lecciana, que fue la que menos mermas tuvo y más resistió a la falta de abonado y a la sequía, además de resistir mejor a las heladas. A mediados de octubre ya se puede cosechar, unos 10/15 días antes que Arbequina. Ahora en la zona de Baza-Granada (más fría y menos agua) creo que Lecciana se desenvolvería bien".

Una variedad para distinguirse en el mercado del AOVE

Si en la fase agronómica estamos ante una variedad que se adapta sin problema a los condicionantes climáticos, en lo que atañe al mercado Lecciana está demostrando que sus cualidades son muy apreciadas por los productores de AOVE.

Maria Isabel Simón, vicepresidenta de la Asociación de Mujeres Catadoras afirma que "es una variedad que he conocido recientemente y me ha sorprendido gratamente. Es un aceite con potencia en paladar, es persistente y con cierto bravío, amargos y picantes medios acompañados un toque agradable de astringencia y al tener un contenido alto en fenoles nos asegura la estabilidad en los tiempos de comercialización. Creo que este aceite en el segmento Premium, puede llevar de la mano la palabra triunfo, ya que se han utilizado dos variedades, Leccino y Arbosana como sus padrinos de lujo, si ambas por sí solas ya son interesantes, juntas sacaron su mejor versión, o sea Lecciana".

Juan Ignacio Madueño, gerente de aceites Estrella del Guadalquivir 'Oiltopia' destaca que "el aceite de Lecciana aporta nuevas experiencias sobre todo olfativas con recuerdos a manzana verde y un equilibrio entre amargo, picante y potencia del frutado bastante interesante. Creemos que está



surgiendo un nuevo segmento de consumidores jóvenes y de mediana edad con un poder adquisitivo algo mayor y con apetencia por nuevas experiencias y nuevos sabores y la Lecciana puede ser un gancho excepcional para este público".

Fuente: [Interempresas](#)

Nace una nueva comunidad oleícola en Italia

Los próximos días 9 y 10 de mayo tendrá lugar en la localidad italiana de Trani la presentación de una nueva comunidad oleícola, denominada Favolosa, en honor a una variedad de olivo italiana, también conocida como FS-17, obtenida mediante la selección masiva de plántulas de la variedad Frantoio, presente desde hace más de veinte años en casi todos los territorios italianos, que ha saltado a la fama por ser una variedad resistente a Xylella.

Este evento, organizado por Oliveti d'Italia, un consorcio de agricultores, cooperativas de almazaras, asociaciones de productores y empresas dedicadas a la producción y promoción del consumo de AOVE, contará con la participación de productores, técnicos, expertos de la Academia Nacional de la Oliva y del Aceite, de la Universidad de Bari, del Irta de Cataluña y catadores y profesionales del sector alimentario, tal y como publican varios medios italianos.

El objetivo de estas jornadas es crear una comunidad nacional en torno a la variedad Favolosa, adecuada tanto para el cultivo de olivos en alta densidad como para sistemas tradicionales. Además, permite la optimización de los costes de gestión, la recolección temprana y una alta productividad constante a lo largo de los años.



Se trata también de una variedad autofértil, no necesita variedades polinizadoras, cuyo rendimiento del aceite es alto y de excelente calidad con un contenido medio-alto en polifenoles y un alto contenido en sustancias volátiles.

Fuente: [Olimerca](#)



LABORATORIO
unaproliva

LABORATORIOS UNAPROLIVA SOCIEDAD ANONIMA
NIF/CIF A-23319619
Domicilio: Pol.Ind. Los Olivares C/Mancha Real Parc 38 23009 JAEN
Telefono 953 240 530 Movil 601 430 255
Correo Electronico: Lab@laboratoriounaproliva.com
www.laboratoriounaproliva.com

Especializados en el análisis físico químico y organoléptico del Aceite de Oliva

NUESTRO COMPROMISO EFICACIA Y RAPIDEZ

