

anuario  
**ECA**  
**OLIVE**



2021

**eCA** eCOMERCIOAGRARIO.COM

**ESPECIAL EXPOLIVA**

Expoliva vuelve en septiembre  
de manera presencial

**DOSSIER OLIVAR DE MONTAÑA**

El olivar de tradición busca  
un valor añadido para su aceite

**ESPECIAL CONTROL BIOLÓGICO**

El control biológico se acerca al olivar  
como una herramienta de futuro



**El olivar ecológico,  
un nuevo valor añadido  
y sello diferenciador**

Edita:

*Siete*

Agromarketing



# OLEOMAQ

8 Sal3n Internacional  
de Maquinaria y Equipos para  
Almazaras y Envasado

8 International Olive  
Oil Mill Machinery, Equipment  
& Packing Show



oleotec.es

# Oleotec

8 Sal3n Internacional  
de T3cnicas y Equipos para la  
Olivicultura

8 International Olive-Growing  
Techniques and Equipment  
Show



# FEBRERO 2023

# Lo mejor para un cultivo milenario

---

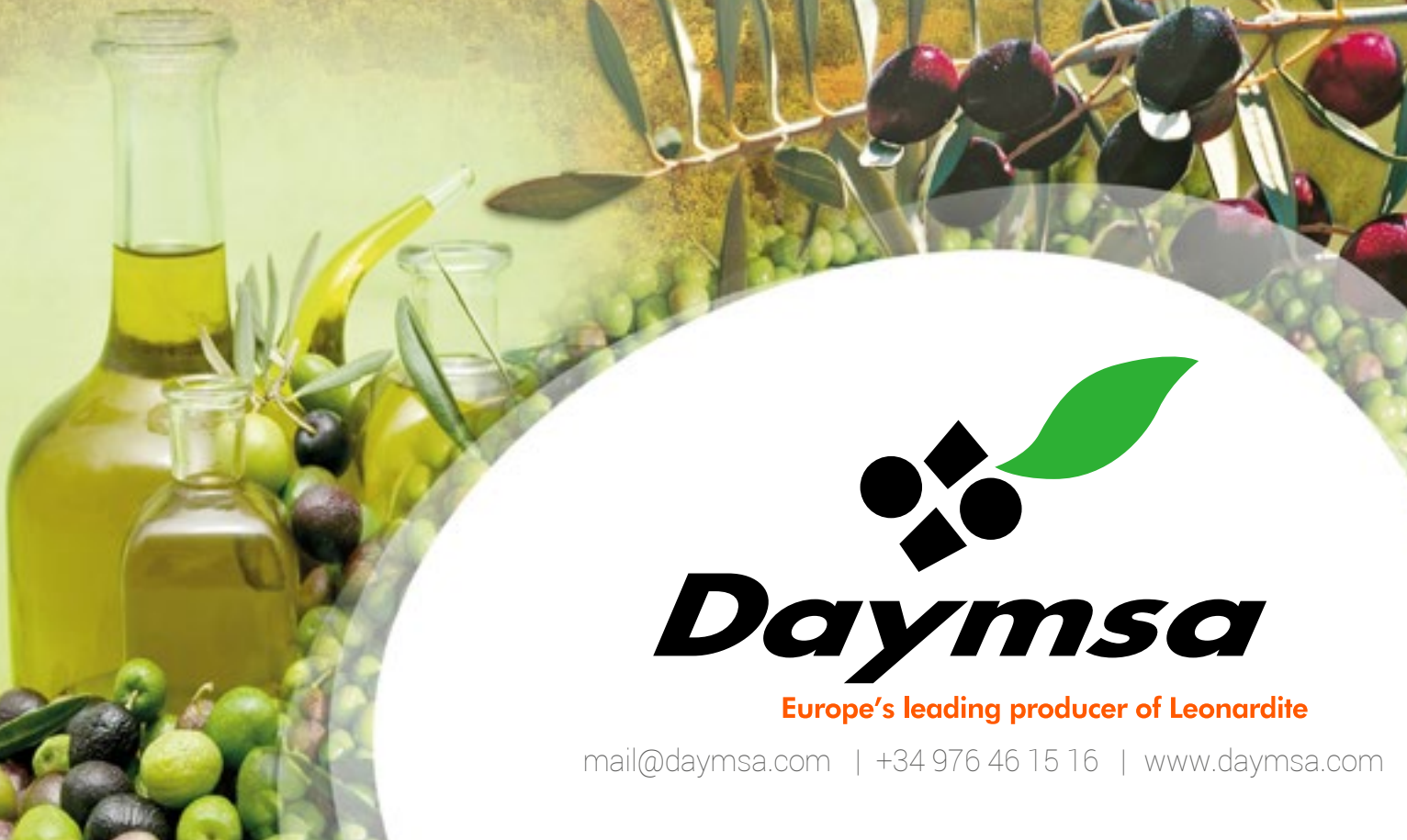
 **EnerPlus®**



**Naturamin®-WSP**

**Olivo-Vital®**

**Naturmix Olivo®**



  
**Daymsa**

Europe's leading producer of Leonardite

mail@daymsa.com | +34 976 46 15 16 | www.daymsa.com

# SUMARIO

ACTUALIDAD	6
ENTREVISTA CON ACENTO	8
ESPECIAL EXPOLIVA	12
DOSSIER ESPECIAL ECOLÓGICO	14
DOSSIER ESPECIAL OLIVAR DE MONTAÑA	18
ESPECIAL CONTROL BIOLÓGICO	20
MERCADOS	23
DOSSIER I+D+i	24
MUJER AGRO	35
EMPRESAS	36

**Edita:** Siete Agromarketing Cultural, S.L. y eComercio Agrario • **Directora general:** Gissele Falcón Haro

**Directora de publicaciones:** Gissele Falcón Haro • **Responsable de proyectos marketing y comunicación:** Marga López

**Coordinador general de publicaciones y contenidos:** Juan Herrera y Marga López • **Prensa:** José Esteban Ruiz, Bárbara Aguayo

**Colaboraciones:** Josep Sanchís, Judit Cortés, Flor Cid, Martín Pacherras (Perú) • **Diseño gráfico y maquetación:** Bruno A.

**Publicidad:** Josué Falcón Haro | publicidad@sieteagromarketing.com • **Redacción:** comunicacion@sieteagromarketing.com

**Administración:** siete@sieteagromarketing.com

**Oficinas centrales:** SAGRA, 29 BIS - 9D • TEL.: 00 (34) 910 710 570 • LEGANÉS • 28915 LEGANÉS - MADRID • ESPAÑA

**COLABORAN EN ESTE NÚMERO:** OLEOTEC | OLEOMAQ • DAYMSA • AFRASA • AGROMILLORA • ECA COMERCIO AGRARIO  
COMERCIAL QUÍMICA MASSÓ • EXPOLIVA • FIMA 2022 • ORGANIC FOOD • SIPCAM • BASF • TRADECORP • SIETE AGROMARKETING




[www.sieteagromarketing.com](http://www.sieteagromarketing.com) | [www.ecomercioagrario.com](http://www.ecomercioagrario.com)

Síguenos en:

@eComercioAgr 

@ecomercioagrario 

[www.linkedin.com/company/ecomercio-agrario](https://www.linkedin.com/company/ecomercio-agrario) 

eComercioAgrario 

# La buena salud DEL SECTOR RESISTE A LA PANDEMIA



El aceite de oliva español se mantiene en buena forma. Impulsado por un consumo al alza en un periodo de pandemia en el que los consumidores han apostado con fuerza por productos de calidad y saludables, el oro líquido nacional ha registrado una última campaña muy positiva en términos productivos y de comercialización.

Con una cosecha de 1,4 millones de toneladas y un descenso de producción a la baja en el resto de países, las ventas siguen disparadas. Así lo confirman los últimos datos ofrecidos por la Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores Comestibles (Anierac) y la Junta de Andalucía. Precisamente, en la región andaluza, principal zona oleícola del mundo, las cifras son reveladoras: en los primeros cinco meses del año, las exportaciones de aceite de oliva en los mercados internacionales crecieron un 21,6% respecto a 2020, con 1.078 millones de euros e Italia, Estados Unidos y Portugal como principales animadores del mercado.

De esta manera, los precios están acompañando y la eliminación de los aranceles impuestos por el Gobierno de Donald Trump han favorecido un resurgimiento de las exportaciones a Estados Unidos, un mercado clave en el crecimiento y la expansión del aceite de oliva 'made in Spain'.

Más allá de la indudable buena salud del sector, hay asuntos que siguen generando debate en el entorno del mismo, como es el caso del olivar tradicional y su viabilidad en un momento de plena transformación y modernización de las plantaciones olivareras hacia modelos intensivos más productivos y rentables. Sin embargo, en España, aproximadamente un 15% de las explotaciones no pueden transformarse por su propia orografía y características, y su futuro pasa, además de por ayudas específicas que los agricultores demandan a Bruselas para la supervivencia de este olivar de montaña, por aportar un valor añadido a través del sello ecológico o las figuras de calidad. El potencial de mercado es enorme y el consumidor sabe valorar un producto que es ejemplo de calidad, diferenciación y prácticas sostenibles.

En definitiva, el sector avanza con determinación pese a las incertidumbres que genera la pandemia en la que estamos inmersos. Una crisis sanitaria que poco a poco va remitiendo y que va a permitir la celebración de la feria más importante del sector a nivel internacional, Expoliva. Y eso es motivo de celebración.

Gissele Falcón. Directora  
@FalconGissele

## El fin de los aranceles estadounidenses da un respiro al aceite de oliva español

Las ventas en el país norteamericano se redujeron hasta en un 80%, mientras que países competidores como Túnez y Portugal aumentaron exponencialmente sus exportaciones a Estados Unidos.

El pasado 15 de junio se dio a conocer la esperada noticia: Estados Unidos y la Unión Europea (UE) habían llegado a un acuerdo comercial que ponía fin a la disputa entre Boeing y Airbus y que llevaba consigo el fin, al menos durante los próximos cinco años, de los aranceles que encarecían productos como el aceite de oliva español, la aceituna verde o el vino, que se vieron gravados durante un año y medio con un 25% adicional. Por el contrario, la aceituna negra se ha quedado fuera del acuerdo y mantiene el gravamen estadounidense.

“Se trata de un buen resultado para la Unión Europea y para España. Los conflictos comerciales perjudican tanto a productores como a consumidores, por lo que esta es una noticia por la que debemos felicitarlos”, señaló la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto.



Así, la disputa había afectado a un total de 113 categorías de productos de la industria de alimentación y bebidas españolas que representan el 53,1% de los productos comercializados a Estados Unidos y que están entre los 20 productos más vendidos a ese país. De esta manera, las exportaciones de estos productos agroalimentarios descendieron en gran medida entre noviembre de 2019 y febrero de 2021, periodo en el que se aplicaron tales aranceles, en comparación con el periodo sin aranceles comprendido entre noviembre de 2017 y febrero de 2019.

### El caso del aceite de oliva

En el caso concreto del aceite de oliva, el de origen España era el único afectado por la subida de aranceles, por lo que muchos productores nacionales optaron en este período por envasar producto de otros países para sortear el obstáculo y no perder cuota de mercado. No obstante, la solución fue relativa, ya que los aceiteros españoles no pudieron vender producto a terceros países que lo envasaban con destino a Estados Unidos.

En muchos otros casos, para evitar que el incremento del 25% reper-

cutiera en el precio final, productores, importadores y distribuidores asumieron el coste, lo que se unió a las dificultades de un año marcado por la pandemia.

### Pérdidas millonarias

En datos, en el año 2018, ejercicio previo a la subida de aranceles, España exportó a Estados Unidos unos 300 millones en aceite de oliva y unos 180 millones en aceitunas. Unas cifras que se desplomaron hasta un 80% en el caso del aceite de oliva de origen español, que prácticamente desapareció de los lineales estadounidenses. Por el contrario, países como Portugal y Túnez aumentaron sus ventas al país norteamericano en un 850 y un 700%, respectivamente.

En este sentido, cabe destacar que hasta la imposición de los aranceles, Estados Unidos era el segundo país importador de nuestro aceite de oliva de origen, solo por detrás de Italia, con unas ventas que se situaban en torno a las 150.000 toneladas al año, de las que la mitad eran envasadas. En el caso de la aceituna de mesa, las exportaciones totalizaban 75.000 toneladas, generando un volumen de negocio total por encima de los 650 millones de euros.



## Dos firmas amparadas bajo la DOP Priego de Córdoba, galardonadas en Ecotrama

A inicios del mes de junio se publicaron los premios Ecotrama, que este año ha celebrado la XX edición del Concurso Internacional que organiza Ecovalia y la Diputación de Córdoba, en colaboración con la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO).

Estos galardones, referentes en el sector del Aceite de Oliva Virgen Extra de producción ecológica, apuestan por el desarrollo de este sector, sirviendo de apoyo para su promoción y reconocimiento, favoreciendo su imagen y contribuyendo a una correcta comercialización de los mismos.

En esta ocasión, el certamen ha reconocido a dos aceites de oliva virgen extra (AOVE) con DOP Priego de Córdoba.

La firma amparada Rincón de la Subbética de Almazaras de la Subbética, S.L., ha recibido el Premio Especial Diputación de Córdoba, al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra del Concurso.

Por su parte, la firma Rincón de la Subbética "Altitude", también de Al-

mazaras de la Subbética, S.L., ha sido galardonada con el Ecotrama de Oro.

Con estos reconocimientos, queda patente la calidad de los AOVES Ecológicos amparados bajo la Denominación de Origen Protegida Priego de Córdoba.



PREMIOS ECOTRAMA 2021

# GALAXIA<sup>®</sup> MAX

¡Con uso en varetas de olivo!

- Eficaz para el control de las malas hierbas más difíciles de erradicar
- Combinación de dos herbicidas con distinto modo de acción

 **AFRASA**

Tu mejor aliado

[afrasa.es](http://afrasa.es)

# ENTREVISTA CON ACENTO

Entrevista a Pablo Montañés. CEO de SIPCAM Iberia

## “Cuidamos de la agricultura con productos respetuosos e innovadores”

SIPCAM Iberia es una empresa de formulación, comercialización, I+D y marketing de productos fitosanitarios, bioestimulantes y nutricionales, con vocación de liderazgo. Aplica soluciones innovadoras de investigación y desarrollo agrícola.



**SIPCAM Iberia se ha convertido en una empresa altamente innovadora. ¿En qué líneas están trabajando?**

Actualmente estamos trabajando en líneas enfocadas a reducir los residuos de fitosanitarios en los cultivos agrícolas, desarrollando productos que protegen a los cultivos de las plagas y enfermedades y que minimizan la aparición de residuos en el producto final. Sobre esa base, nuestro leitmotiv es cuidar de la agricultura con productos respetuosos y saludables sin olvidarnos de cumplir los requerimientos de productividad y calidad de nuestros clientes finales.

**¿Qué ofrecen a los agricultores para lograr cultivos más eficientes y de mayor calidad?**

Trabajamos activamente en el desarrollo de nuestra estrategia de cuidado de los cultivos y, para ello, el valor añadido que ofrecemos no está únicamente en el producto, sino en todo el servicio de asesoramiento integral al agricultor para el manejo de sus cultivos, acompañándole en todas las fases.

Por ejemplo, nos diferenciamos en tener un equipo de Delegados de Marketing Operativo dedicados exclusivamente a dar asesoramiento a nuestros distribuidores y usuarios

finales tanto de nuestros productos como de las buenas prácticas para maximizar resultados de producción, calidad y sostenibilidad.

**¿El objetivo es cumplir con el compromiso adquirido de apostar firmemente por el medio ambiente?**

El cuidado al medio ambiente está en el ADN de todos los trabajadores/as de nuestra compañía. Es más, últimamente pusimos en marcha un proyecto de sostenibilidad mediante el cual hemos calculado la huella de carbono de SIPCAM y de nuestros principales productos.

**¿Los productos de SIPCAM son válidos para los cultivos ecológicos?**

Un alto porcentaje de nuestro portafolio posee certificación ecológica, pero se utilizan de forma distinta tanto en convencional como ecológico y nuestro objetivo es incrementar aún más el peso de estos productos en nuestro catálogo.

Tanto la producción convencional como la ecológica serán imprescindibles en el futuro y debemos ser capaces de satisfacer las necesidades de los distintos tipos de consumidores.

No debemos olvidar que producir cultivos ecológicos, hoy en día en

muchos casos es muy difícil, dada la gran densidad de plagas y de enfermedades que sufren.

Esta pérdida de productividad agrícola tiene impacto directo sobre el precio de los alimentos, e indirectamente sobre el acceso a alimentos del resto de la población que no puede pagar dicho precio.

**¿Qué familias de productos comercializan?**

SIPCAM formula y vende un amplio abanico de productos fitosanitarios y bioestimulantes. Desde insecticidas de origen natural, como Zenith A26, certificado en agricultura ecológica, acaricidas con formulación muy avanzada, como es el caso de Flash UM con formulación basada en ultra-molienda, a biofungicidas como Araw, resultado de 8 años de investigación y desarrollo, así como diferentes herbicidas, fitorreguladores y productos bioestimulantes y nutricionales.

En definitiva, SIPCAM ofrece un catálogo completo de soluciones para los problemas más comunes a los que se debe de enfrentar el agricultor a lo largo de su ciclo de cultivo.

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





# Lecciana,

— la variedad italiana de los —

## GRANDES ACEITES

### AGROMILLORA: MULTIPLICANDO PLANTAS Y VALOR PARA NUESTROS CLIENTES.

La variedad Lecciana, es una variedad “made in Italy” propiedad de la Universidad de Bari. Plenamente adaptada al olivar en seto. Se caracteriza por su resistencia al frío, su vigor medio, su precocidad productiva, y la indiscutible calidad organoléptica de sus aceites. **Una variedad de premio.**



# ENTREVISTA CON ACENTO

Por José Esteban Ruiz. Periodista Agroalimentario | @RuizJoseEsteban

## “Nos preocupa la imagen del aceite de oliva que se pueda trasladar al consumidor a través de NutriScore”



**Teresa Pérez**  
Directora gerente de la Organización Interprofesional del Aceite de Oliva Español

La última campaña está dejando buen sabor de boca en el olivar español. La creciente demanda mundial de este producto tan nacional, está generando una tendencia al alza en los precios, también ajustados por la caída de la producción en los principales países productores. Entre las buenas noticias, este sector recibió, recientemente, un ‘empujón’, con la eliminación de los aranceles al aceite de oliva de España impuestos por el Gobierno de Trump en Estados Unidos.

### ¿Qué balance hace de la última campaña en el olivar?

Lo primero que hay que destacar es que está funcionando muy bien. La campaña de 2020-2021, se están registrando cifras record de comercialización y la evolución del mercado está siendo muy favorable, con la tendencia de precios al alza se consolida la situación del mercado.

### ¿A qué se debe esta tendencia?

La principal explicación reside en que se registra una creciente demanda de aceite en todo el mundo. Bien es verdad que la pandemia ha favorecido que los consumidores sean más sensibles y apuesten más por productos de calidad, más saludables. Esto es una de las claves que está incidiendo en el crecimiento de la demanda. El incremento de los precios está ligado a las existencias de aceite en los mercados a nivel mundial. Ha sido una campaña que España va a cerrar con una producción de

1.400.000 toneladas y en el resto de países la media ha tendido a la baja con respecto a la pasada campaña.

### ¿Ha aliviado al sector la eliminación de los aranceles impuestos por EE. UU. con la llegada de Biden?

Por supuesto, teníamos un hándicap. El mercado estadounidense está en crecimiento. La imposición de los aranceles perjudicó a los aceites producidos en España. Las exportaciones a Estados Unidos seguían creciendo pero no con nuestros aceites donde se registró una caída del 42% a dicho país. La eliminación de estos aranceles nos favorece mucho.

### ¿Qué evolución y posición tienen los competidores del aceite de oliva español en el mercado estadounidense?

Obviamente el mercado americano es de interés para todos los países a nivel internacional porque presenta la mayor potencia de crecimiento a

corto plazo, por su volumen de consumidores, su nivel adquisitivo, su conocimiento del producto y evolución. Sin duda hay mercado, pero hay que saber posicionarse. Ahora mismo la clave está en que el consumidor te identifique como la referencia en cuanto a aceite de oliva de calidad, por lo tanto, es ahí donde estamos trabajando para que el consumidor americano identifique a nuestros aceites de oliva, no solo como líder mundial en producción y comercialización sino también en calidad y ahí es donde se está jugando ese posicionamiento de cara a los consumidores en los lineales de los EE. UU.

**“Tenemos que seguir trabajando para mejorar la imagen de los aceites españoles en el mundo”**

## “Hay que apostar por llegar al mercado con nuestros aceites envasados”

¿Tenemos más competencia exterior de otros países en sector del aceite de oliva? ¿Va creciendo la competencia?

En la medida que creció la demanda se convierte en un cultivo con potencial. Sin duda se están incrementando las producciones en países que ya son productores, siendo más eficientes en aspectos como el riego, con sistemas de producción más modernos y tecnificados y esto conlleva a un aumento de su productividad. En este sentido, es de esperar que siga creciendo esa competencia, aunque España está muy por delante de los volúmenes de producción de sus competidores. No obstante, la producción mundial va a seguir creciendo en la medida que la demanda continúe aumentando.

¿Qué valoración hacen de NutriScore y la posición en la que deja al aceite de oliva?

Consideramos que el sistema no tiene en cuenta todas las bondades del producto. El etiquetado se ideó para llegar a los consumidores a hacer una elección más saludable de los alimentos, pero a la hora de diseñar el algoritmo tuvieron en cuenta los aspectos nutricionales sin atender a algunas bondades saludables reconocidas por la Autoridad Sanitaria Europea. Se trasladó al Ministerio de Consumo y a la ETAN este hecho y también la preocupación por parte del sector del aceite de oliva sobre



que la imagen que se podría trasladar al consumidor no es la real. Se hizo un llamamiento para que se revise, se evalúe y valore justamente.

¿Las campañas de promoción del aceite de oliva español están teniendo incidencia?

Por supuesto, lo hemos comprobado ahora durante la pandemia. Alguna de las campañas exteriores la hemos tenido que modificar por las restricciones de movilidad, y en cuanto pierdes visibilidad el mercado lo acusa. Tenemos que seguir incidiendo sobre todo en algunos mercados en los que estamos bien posicionados, como es el caso de China, por ser el gran potencial del mercado asiático por población y por desarrollo. Para la población china los aceites de oliva de referencia son los de España, sin duda. En el caso de Japón, llegó al liderazgo del mercado en 2013, hasta entonces lo fue Italia, y todavía tenemos que seguir luchando en la mente de los consumidores porque no tienen posicionado a España como referente a nivel mundial que es. Por eso tenemos que seguir trabajando en mejorar la imagen de los aceites de oliva españoles en todo el mundo.

¿Algún mercado objetivo a corto o medio plazo?

Alemania es nuestro próximo objetivo, con una campaña cofinanciada. Es uno de los grandes mercados europeos en los que todavía España no lidera la comercialización porque tiene mucha vinculación con el norte de Italia. Se trata de una gran oportu-

## “El mercado alemán supone una gran oportunidad para nuestro aceite de oliva”

unidad, porque es un mercado que aprecia y valora mucho la producción ecológica, la integrada y todo lo que tenga que ver con el respeto al medioambiente. En este sentido, también somos líderes, por lo tanto tenemos que saber jugar nuestras cartas y posicionarnos en el mercado alemán con vista a medio plazo y saber que la promoción no surte efecto de un día para otro.

¿Las ventas a granel disminuyen?

Para conseguir que el valor añadido revierta sobre toda la cadena de producción española, hay que llegar al consumidor final. Tenemos un gran volumen de comercialización porque somos la gran despensa de aceite del mundo y no hay que olvidar que nuestro mejor cliente es Italia que es deficitario en producción tanto en consumo propio como para exportaciones y eso hace que tengamos una alta demanda de aceite a granel. A raíz de los aranceles de Estados Unidos, se han acrecentado las exportaciones a Portugal. Pero tenemos que apostar por llegar al mercado con aceites envasados porque es lo que más margen de beneficios le deja al propio sector.



# ESPECIAL *expoliva*

por Juan Herrera. Periodista agroalimentario | @jherreraarenas

## Expoliva vuelve en septiembre de manera presencial



La vigésima edición de Expoliva, Feria Internacional del Aceite de Oliva e Industrias Afines, se celebrará en Jaén del 21 al 25 de septiembre.

Expoliva vuelve al Recinto provincial de Ferias y Congresos de Jaén, y de manera presencial, el próximo mes de septiembre. La pandemia de COVID-19 ha obligado a los organizadores del encuentro, IFEJA y Fundación del Olivar, a posponer la fecha de Expoliva 2021, prevista inicialmente para el pasado mes de mayo, y se celebrará del 21 al 25 de septiembre. En palabras de la presidenta del Consejo de Administración de Ferias Jaén, África Colomo, el objetivo principal es que el encuentro “pueda desarrollarse con las máximas garantías tanto para empresas expositoras como para el público que visitará la muestra”.

Además, y para evitar en lo posible la aglomeración de visitantes, se ha tomado como principal medida, la de ampliar a una jornada más los días de celebración, pasando de cuatro a cinco, habilitándose, igualmente, fórmulas para controlar el flujo de visi-

tantes por franjas horarias. “Este año, más que nunca, deseamos crear un espacio único que abra sus puertas al mundo para mostrar toda la pujanza y los avances de un sector que está en alza”, apunta Colomo.

### 2019: una edición de récord

En la pasada edición, Expoliva contó con 31.000 metros de superficie expositiva y con la participación de 382 expositores directos, que representaron a 1.021 empresas y a 4.847 marcas. Por su parte, el Simposium científico-técnico registró 188 comunicaciones y ponencias y se realizaron 1.407 inscripciones; mientras que el Salón de los Aceites contó con la participación de los mejores 165 aceites de oliva del mundo. Igualmente, se contabilizaron 58.123 visitantes, de los cuales 4.025 fueron internacionales, y se congregó a representantes de más de 70 países tan dispares como Irán, Montenegro,

Palestina, Uruguay, Japón, Pakistán, Japón o China, entre otros.

“Nuestra feria es por méritos propios, y desde hace más de tres décadas, la principal muestra de este tipo a nivel internacional, y la próxima edición, siempre que las circunstancias lo permitan, volverá a ser referente en el ámbito internacional”, añade Colomo.

No en vano, si nos atenemos al volumen de negocio que genera la feria, en 2019 se superaron los 600 millones de euros, teniendo en cuenta tanto el impacto comercial inmediato e inducido, como el efecto indirecto que supone para la provincia de Jaén y para las limítrofes, desde el punto de vista del comercio, la hostelería, restauración, transportes, etc.

### XX edición desde 1983

Estas cifras muestran, sin duda, la buena salud de la que goza una feria, Expoliva, que ha experimentado una enorme evolución desde su primera edición, celebrada en 1983. Entonces, el total de expositores fueron 112, todos nacionales

exceptuando 2 Italianos; se disponía de unos 8.000 metros cuadrados de exposición y espacios comunes; y la afluencia total fue de algo más de 10.000 visitantes generando un volumen de negocio global que superó los 3.000 millones de las antiguas pesetas, tanto directo, real e inducido, como indirecto. La mayor parte de los expositores fueron de maquinaria diversa, fitosanitarios, y aceites de la provincia todos ellos centrados y especializados en dotar de soluciones y tecnología, al entonces epicentro de la olivicultura internacional.

### Jornadas conmemorativas

Para rememorar este 20 Aniversario de Expoliva, IFEJA y la Fundación del Olivar, celebraron el pasado mes de mayo, del 11 al 13, un programa conmemorativo. Cuatro intensas jornadas, plagadas de mesas redondas, Webinar y conferencias en las que se realizó un análisis de la realidad actual del mundo oleícola y su vinculación directa con la evolución de Expoliva.

En este sentido, treinta y ocho años de experiencia y conocimiento del sector avalan la organización de las veinte ediciones de un evento que convierte a la capital jienense, durante unos días, en lugar de encuentro y de dinamización para todos los profesionales vinculados con el olivar y sus industrias. Esta trayectoria ha hecho que Expoliva haya adoptado un compromiso con el sector y con el progreso de la comunidad oleícola tanto en el ámbito nacional como internacional.

“Bajo estas premisas, y coincidiendo con la fecha tradicional de



Expoliva, que se ha venido celebrando en años impares durante la segunda semana del mes de mayo, hemos programado una serie de eventos, conferencias, mesas redondas y presentaciones para conmemorar en esta fecha el 20 Aniversario de Expoliva”, indicaba África Colomo, presidenta del Consejo de Administración de Ferias Jaén, en la presentación del programa de actividades.

Así, se creó una imagen específica del evento, bajo el lema “Gente que brilla”, poniendo de manifiesto que Expoliva es mucho más que una feria comercial. “Es lo que es a día de hoy gracias a las personas, instituciones y empresas que han apostado por este evento y que han permitido avances en tecnología, industria oleícola, investigación, I+D+i, salud, gastronomía... que nos han convertido en el referente en el que se mira el mundo”.

El programa de eventos comenzó con una cata-coloquio sobre la complementariedad de las distintas variedades de aceituna a través del análisis sensorial de sus aceites de oliva vírgenes extra, que se desarrolló en el Centro de Interpretación Olivar y Aceite de Úbeda, y continuó con un Webinar sobre “Prevención de riesgos laborales: Adicciones en la Agricultura”.

Durante la segunda jornada se celebraron varias mesas redondas desde el Museo Terra Oleum y desde el Auditorio Guadalquivir del Palacio de Ferias y Congresos de Jaén. Así, se debatió sobre las “Cuatro décadas de investigación e innovación en el Simposium de Expoliva”, el “AOVE como elemento vertebrador de la Dieta Mediterránea”, “Los Jaén Selección como una herramienta básica de promoción de los aceites de oliva vírgenes de calidad”; así como sobre “Innovación y estado actual en el ámbito de los tratamientos del olivo”, y “La inminente tercera revolución innovadora en la olivicultura internacional”.

El 13 de mayo también hubo varias mesas y conferencias. La primera llevó por título “Expoliva, testigo de la mejora de la calidad de los aceites de oliva vírgenes”, igualmente se hizo un balance de los 38 años de innovación, prescripción, experimentación y recuerdos, desde el primer año de celebración de la feria hasta ahora. En esta jornada también tuvieron cabida los principales aspectos en el desarrollo tecnológico del proceso de molturación, que protagonizó otra de las mesas redondas, así como el “Tratamiento de subproductos como generación de valor y renta neta”. Finalmente, hubo un diálogo sobre “La nueva Política Agraria Común y su incidencia en la olivicultura”.



# DOSSIER OLIVAR ECOLÓGICO

por **Marga López**. Periodista agroalimentaria | @Margalopez77



## El olivar ecológico, un nuevo valor añadido y sello diferenciador

No estamos ante el boom del olivar ecológico. Este llegó a nuestro país hace más de una década, pero sí es ahora cuando empezamos a tomar conciencia de su potencial, de su valor como sello diferenciador y argumento competitivo para el olivar tradicional o de montaña.

En 2019, más de 72,2 millones de hectáreas en el mundo se dedicaron a la producción ecológica, lo que significa un ligero crecimiento con respecto al año anterior (+1,6%), que evidencia la consolidación de este modelo agrícola, que sigue sumando ya no solo productores, superficies o volúmenes sino también consumidores.

El sector del olivar no podía quedarse atrás, y también crece y lo hace sobre todo como una oportunidad para aportar valor añadido al olivar tradicional o de montaña especialmente, o incluso como argumento para su supervivencia, pues está viendo cómo los sistemas de explotación intensivos o superintensivos le arrinconan comercialmente. A los

argumentos de “productos más sanos”, se le suman ahora el de la sostenibilidad, el fomento a la biodiversidad, y el cumplimiento de toda una serie de políticas y directrices europeas, hacia donde también empieza a caminar, de forma imparable, el resto de la agricultura.

### El olivar ecológico en el Mundo

En 2019, alrededor de 881.543 hectáreas a nivel mundial (22.566 hectáreas más que en 2018) estaban catalogadas como olivar ecológico, siendo el cultivo dentro de los permanentes que más creció en ese año (Fuente FiBL & IFOAM 2021). En total, el 8,4 % de la superficie mundial de olivar es ecológica, donde

Europa, con 624.260 hectáreas, es el continente como mayor extensión: el 10,5% de la superficie; seguida de África con 243.552 ha.

En la Unión Europea, la superficie de olivar eco supera las 541.776 hectáreas, representando el 10,7% del total de la superficie destinada a este tipo de agricultura, e incrementándose un 4,8% con respecto a 2018 y más de un 56% con respecto a 2015.

Por países, Italia, con 242.708 hectáreas lidera el ranking, seguida de España con 209.288 ha, que incrementó en más de 9.000 ha su olivar eco. A pesar de ello, si miramos la representatividad del olivar eco en relación con el total del cultivo en

## Toledo, Córdoba, Ciudad Real, Badajoz y Sevilla conforman el Top 5 de las principales provincias en extensión de olivar ecológico

cada país, Francia e Italia ocupan las primeras posiciones, pero no así España, que baja al puesto número 10. Solo el 8% de la superficie de olivar en nuestro país es eco.

Sin embargo, podemos esperar que, en los próximos años, este porcentaje se incremente de forma considerable, pues hay una clara tendencia hacia la conversión del olivar convencional a eco, como vehículo para aportar valor añadido, y también como respuesta a las nuevas tendencias de consumo, que miran hacia una alimentación más saludable y

donde los productos eco se convertirán en la base de esa alimentación.

### Impulso en la política comunitaria

También existe a nivel comunitario un claro enfoque a avanzar hacia la agricultura ecológica en su conjunto, y donde el olivar puede verse claramente representado y beneficiado.

La Comisión Europea presentó recientemente Plan de Acción para el desarrollo de la producción ecológica, con el objetivo de impulsar no solo la producción sino también el consumo de productos ecológicos, hasta lograr el hito de que el 25% de las tierras agrícolas en 2030 estén dedicadas a la agricultura ecológica.

Se trata de un El Plan de Acción que se ajusta al Pacto Verde Europeo y las Estrategias «De la granja a la mesa» y sobre Biodiversidad, y que se

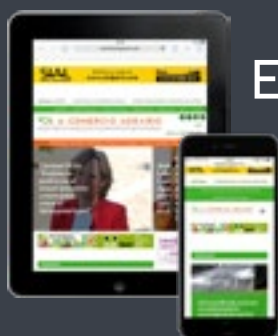
centra en gran medida en el «efecto llamada» de la demanda. Además, la PAC seguirá siendo un instrumento clave para apoyar la reconversión a la agricultura ecológica. En la actualidad, alrededor del 1,8 % (7.500 millones de euros) de la PAC se destina a apoyar la agricultura ecológica. La futura PAC contemplará regímenes ecológicos respaldados por un presupuesto de entre 38.000 y 58.000 millones de euros para el período 2023-2027, en función del resultado de las negociaciones de la PAC.

### Radiografía del olivar ecológico en España

Después de los cereales, el olivar ecológico es el cultivo en España con más extensión: 209.288 hectáreas. De esta superficie, 208.006 ha son de olivar para la producción de aceite y 1.281 para aceituna de mesa (Fuente MAPA).



# eCOMERCIOAGRARIO.COM



## El mundo agro en tus manos

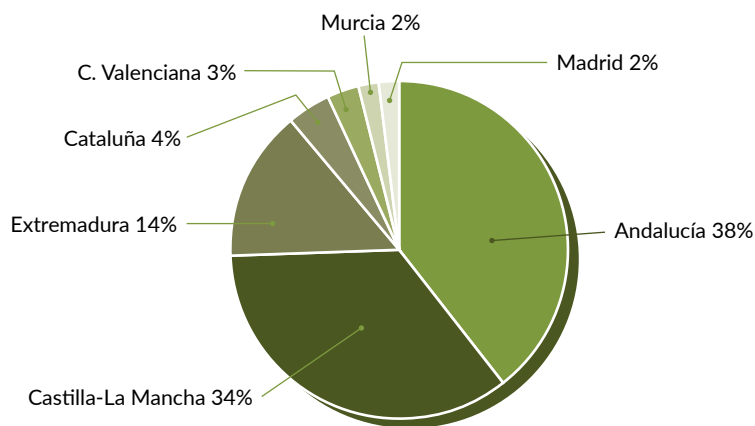
Periódico digital de actualidad política y económica del sector agrario internacional

Síguenos en:  @eComercioAgr  @ecomercioagrario

Suscríbete a nuestros boletines



### SUPERFICIE OLIVAR ECOLÓGICO ESPAÑA (hectáreas)



Andalucía es la comunidad con más hectáreas de olivar ecológico, con 79.760 ha. “Si echamos la vista atrás vemos cómo el sector ha ido creciendo paulatinamente en la región. Así, de las 44.684,28 hectáreas que se contabilizaban en el año 2009, el olivar ha ido creciendo hasta alcanzar las ya citadas 79.760 hectáreas en 2019. De esta forma, en estos diez años el incremento de la superficie de olivar ecológico en la Comunidad ha sido de 35.076,62 hectáreas, casi un 80% más traducido en términos porcentuales”, señala Juan Manuel Sánchez Adame, director gerente de CAAE.

Tras Andalucía, destaca en extensión Castilla - La Mancha, con 71.755 ha, seguida de Extremadura con 29.140 ha (41.800 toneladas de aceituna eco anuales). Hay que destacar que, en esta última comunidad, la superficie de olivar ecológico ha caído con respecto a 2009, cuando contaba con más de 33.000 h.

A mayor distancia encontramos Cataluña, con 8.640 ha, Comunidad Valenciana con 4.976 ha, Murcia con 4.501 ha, Aragón con 3.754 ha, Madrid con 3.668 ha, Baleares con 953 ha, Navarra con 782 ha, La Rioja con 751 ha, Castilla y León con 336 ha, Galicia con 174 ha, Canarias con 66 ha y País Vasco con 24 ha (MAPA 2019).

Por Provincias, Toledo con 29.449 ha, Córdoba con 26.788,22 ha, Ciudad Real con 23.852 ha, Badajoz con

24.103 ha y Sevilla con 21.137 ha, conforman el Top 5 de las principales provincias en extensión de olivar ecológico. Mención especial merece el olivar cordobés, donde la extensión de olivar de montaña es muy elevada, por lo que el olivar eco se presentan como una alternativa muy viable para ganar en competitividad comercial.

Si nos centramos en almazaras o envasadoras de aceite de oliva eco, según el Análisis de la caracterización y proyección de la producción Ecológica en España (noviembre 2020) del MAPA, existen 1.054 almazaras o refinadoras, un 6,14% más que en 2018 y un 47,41% más que en 2015. Aquí la distribución por comunidades no va paralela al ranking por extensión: así Andalucía sigue siendo líder con 456, seguida de Castilla - La Mancha con 166 y entra Cataluña con 115.

### Producción de aceite de oliva eco

Según datos del MAPA, nuestro país en 2019 se alcanzó una producción de 307.043 toneladas de aceituna ecológica (+5,05% que en 2018), de las 304.869 toneladas se destinaron a la producción de aceite y 2.173 t para aceituna de mesa.

En cuanto a datos de producción de aceite de oliva ecológico, no existen informes oficiales, ni a nivel de España ni a nivel europeo, una reclamación que hacen desde ASOLIVA. “En varias ocasiones se ha puesto de manifiesto la necesidad de cuan-

tificar esta producción, conocer la demanda, las ratios de exportación. Sobre todo, ahora, con el creciente interés hacia el olivar ecológico y el consumo en crecimiento”, nos expone Rafael Pico, director de ASOLIVA.

Según se puso de manifiesto en la Jornada Presente y futuro de la producción y consumo de alimentos ecológicos (junio, 2021), con datos Nielsen aportados por Álvaro Olavarría, director general de Oleoestepe, la producción de aceite de oliva ecológico se situó en el año 2020 en 30.000 t en España, comercializado en más de un 44% en formato de un litro envasado en PET y el 51% en cristal (lo que aporta mayor valor añadido). El 20% llegó al lineal bajo la marca de la distribución.

En cuanto a los precios medios salida almazara, y según el Observatorio de Precios de la Junta de Andalucía, estos se sitúan siempre muy por encima de los del aceite de oliva convencional. Así en la campaña 2019/2020 el precio medio del aceite de oliva eco fue de 2,65 €/kg frente al 1,95 €/kg del aceite de oliva convencional; en la campaña 2018/2019 fue de 3,14 €/kg (eco) frente a 2,14 €/kg (convencional) y en la campaña 17/18 fue de 3,96 €/kg (eco) frente a 3,02 €/kg convencional.

En lo que respecta al consumo, según Datos Nielsen, en 2020 el consumo de aceite de oliva ecológico se situó en 1.400.000 litros, un volumen aún muy bajo en nuestro país, si lo comparamos con los 120 millones de consumo en convencional. En la medida de que se incremente el consumo, será aún más atractivo para el productor aportar por el olivar ecológico. Otro aspecto clave será la democratización de los precios. Según esta consultora el precio medio del aceite de olivar virgen extra convencional fue de 3,53 €/l, frente al eco que fue de 6,60 €/l.

Estamos pues ante un sector al alza, con muchos frentes abiertos a nivel productivo y comercial, pero con el escenario político y administrativo cada vez más allanado para seguir creciendo.



# WELGRÖ

A stylized green plant with three leaves growing out of the top of the letter 'O' in the 'WELGRÖ' logo.

**ESPECIALIDADES NUTRICIONALES MASSÓ**

# WELGRÖ

A stylized green plant with three leaves growing out of the top of the letter 'O' in the 'WELGRÖ' logo, appearing as a watermark in the background.

*Soluciones de confianza*



**COMERCIAL QUÍMICA MASSÓ, S.A.**  
C/ Viladomat, 321, 5º planta - 08029 Barcelona (España)  
Tel.: 934 952 500 - Fax: 934 952 502  
E-mail: [masso@cqmasso.com](mailto:masso@cqmasso.com)  
[www.massoaagro.com](http://www.massoaagro.com)

# DOSSIER OLIVAR DE MONTAÑA

Por José Esteban Ruiz. Periodista Agroalimentario | @RuizJoseEsteban

## El Olivar tradicional, imprescindible, busca un valor añadido para su aceite

En los últimos años se pone de relieve la idea de impulsar la modernización del sistema productivo olivarero. Partir hacia explotaciones intensivas en las que predomine la mecanización de los procesos, junto a la implementación de técnicas comerciales que pongan de manifiesto un mayor valor en el aceite de oliva español, son algunas de las bases sobre las que se sustentan algunos debates. Pero, sobre ello, “hay que desterrar la idea de que el olivar tradicional no tiene futuro, por muchos motivos”, asegura Cristóbal Cano, secretario general de UPA Andalucía, originario de una tierra en la que predomina el olivar de montaña, como es la jiennense.

Uno de los argumentos que avanza el futuro del olivar tradicional, según detalla Cano, parte del porcentaje altísimo de aceite de oliva que genera cada campaña, tanto en España como en el mundo. Y es que, el volumen que se produce, por ejemplo, a nivel nacional ronda una media de 1.400.000 Tm en cada cosecha, y más de un millón de Tm de ese aceite proviene del olivar tradicional. Pero además, especialmente, importante es el aspecto relacionado con sus cualidades organolépticas que tiene el aceite de oliva que procede del olivar de montaña.

“Sabido que somos indispensables por el volumen y las cualidades del aceite que producimos, lo que hay es que volcarse en sacar el máximo valor añadido de esas elaboraciones y apostar por la calidad, la diferenciación y las prácticas sostenibles”, asegura Cristóbal Cano, quien al hilo, apostilla que ese tiene que ser “el objetivo fundamental” a incidir en estos olivares tradicionales.

También, a su juicio, “debe ser una cuestión importante en materia de ayudas públicas” porque este tipo de olivar, en comparación con otros, es el “más sostenible que existe, por el uso de agua, fertilizantes, fitosanitarios, etcétera” y también “el que más bienes públicos genera, ponien-



do freno a la erosión, al aumento de la biodiversidad, a la gestión del territorio...en definitiva, porque esas hectáreas de olivar tradicional las gestionamos olivareros que estamos en pueblos y comarcas de interior, en zonas de orografía complicada y en las que se lleva a cabo una gestión del territorio del cual se beneficia toda la sociedad tanto por la producción de esos aceites de oliva de excelente calidad como por el papel que juegan en el freno al cambio climático debido la absorción de ingentes toneladas de CO2 en nuestras explotaciones”. Pero también es importante la biodiversidad que genera, el paisaje y la riqueza que emana de todas esas explotaciones.

El olivar tradicional es fuente de fijación de población a los territorios menos favorecidos. “En nuestros pueblos, en los que vivimos, allá donde se encuentran los olivares, no hay grandes corporaciones ni fondos de inversión que lo que hacen es esquilmar recursos de los territorios”, recuerda Cano. “Nosotros generamos riqueza y empleo, asentamos la población y generamos dinamismo económico.

En la provincia de Jaén más del 90% de la producción se vende a granel y este dato, recalca el secretario general de UPA Andalucía, “es demoledor” porque “el aceite de oliva no se consume en cisternas de 25.000



kilos, se consume como mucho en garrafas de 5 litros y ahí se están escapando muchos millones del sector". Este tipo de prácticas comerciales hace que se 'esfumen' cada campaña muchos millones de euros que sí que logran industrias que apuestan por depurar la venta a través de marcas, imagen, envases atractivos y poner en valor, principalmente, las bondades del consumo de aceite de oliva que genera el olivar tradicional. "Hay margen y nichos de mercado para todos y tenemos que volcarnos en ellos, para obtener ese diferencial de precios". Y es que, "si pensamos que el futuro del olivar tradicional es producir lampantes, estaremos condenándonos nosotros mismos", asegura Cristóbal Cano.

### Evolución

Sobre los cambios registrados en las dos últimas décadas, Cano expli-

ca que se parte de carencias absolutas, pero que cada paso que se da se mejora, y "nada tiene que ver hoy el sector con el de hace veinte años". Los cambios vienen de la mano de la juventud, de los nuevos profesionales que se incorporan, que llegan con nuevas ideas, con una visión más dinámica de esta actividad, con iniciativas frescas que refuerzan el desarrollo y que dibujan el futuro del olivar tradicional.

Para el secretario general de UPA Andalucía, "hay que incidir en la gestión compartida de fincas", la articulación, por parte de las cooperativas de mecanismos comunes en las pequeñas y medianas explotaciones. "La reconversión a otras formas de cultivo es imposible por condiciones de pendiente, por la disponibilidad de agua y también por la propia estructura de distribución de las explotaciones con muchas pequeñas

parcelas diseminadas. Pero todo ello se puede articular en forma de oportunidades de empleo que puedan generarse a partir de esas concentraciones parcelarias sin perder la propiedad el propio agricultor pero gestionando en común. Sobre ello, hay casos de éxito en Jaén", dice Cano.

El futuro del olivar de montaña, con el relevo generacional como base, pasa por viabilidad económica. De ahí que, las ayudas no "pueden ser el sustento de esta agricultura", sino que "debe partir de perspectivas comerciales que permitan a la savia nueva ver que se puede vivir de este tipo de agricultura". En este sentido, son "fundamentales" las medidas de regulación del mercado y una ley de la cadena alimentaria "valiente" que tenga como "máxima" que los costes de producción sean el umbral a partir del cual se forme el precio.

**expoliva**  
EXPOLIVA.INFO

agroisa | BALAM | GEA

22 AL 25 SEPTIEMBRE  
2021  
SEPTEMBER 22<sup>ND</sup> TO THE 25<sup>TH</sup>

XX FERIA INTERNACIONAL DEL ACEITE DE OLIVA E INDUSTRIAS AFINES EXPOLIVA JAEN 22 E 25 SEPTIEMBRE 2021

XX INTERNATIONAL FAIR OF THE OLIVE OIL & ALLIED INDUSTRIES JAEN, SPAIN

ORGANIZA:



PATROCINA:



COLABORA:



# ESPECIAL CONTROL BIOLÓGICO

Por José Esteban Ruiz. Periodista Agroalimentario | @RuizJoseEsteban



Javier Villegas. Especialista en cultivos al aire libre de Koppert.

## El control biológico se acerca al olivar como una herramienta de futuro

El control biológico cuenta con un amplio recorrido en cultivos bajo abrigo, en donde las técnicas andan hoy en día muy depuradas. Esta experiencia ha favorecido que se dé el salto a otro tipo de plantaciones agrícolas, como los cítricos, frutales de hueso y hortícolas, todas ellas desarrolladas al aire libre. En el foco se encuentra el olivar, una de las producciones más importantes del país, ya que España presume de su liderazgo mundial en aceite de oliva.

En los últimos tiempos se está avanzando en la línea del uso del control biológico en cultivos en los que tradicionalmente tenía un menor recorrido, incluso ninguno. Los agricultores están viendo en la utilización de fauna auxiliar y otras

herramientas que se utilizan en la implementación de este método natural para luchar contra las plagas y evitar enfermedades en los árboles, como una alternativa viable y la única verdaderamente sostenible, de futuro.

La desaparición de materias activas por no ser respetuosas con el medioambiente, con los polinizadores o con la salud humana; y las nuevas normativas europeas, que marcan un objetivo dirigido hacia incrementar la apuesta por la agricultura

42 INTERNATIONAL FAIR OF AGRICULTURAL MACHINERY  
FERIA INTERNACIONAL DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA

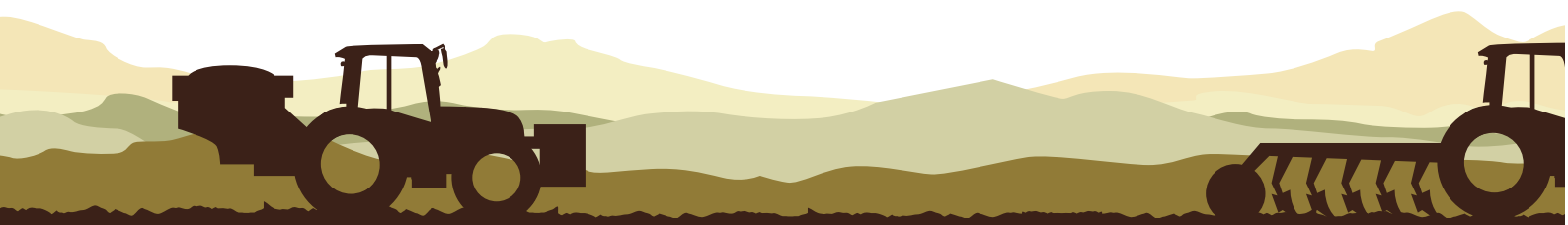
# FIMA

08-12 FEBRERO/FEBRUARY

# 2022

ZARAGOZA (ESPAÑA/SPAIN)

WWW.FIMA-AGRICOLA.ES



ra ecológica, hacen que se busquen nuevas soluciones para estar acorde a esa sostenibilidad medioambiental que se postula como una exigencia.

La futura PAC marca esa línea, con su Pacto Verde y su estrategia 'De la Granja a la Mesa'. La necesidad imperiosa de reducir el uso de materias activas y procurar cultivos cada vez más sostenibles y eficientes, hacen que el sector del olivar trate de adelantarse para contar con herramientas eficaces para el tratamiento de las plagas. Ahí entra en juego el control biológico.

Una de las empresas más experimentadas, con una trayectoria mundial de referencia en control biológico es Koppert. Sus profesionales ya trabajan con vistas al futuro con los agricultores dedicados a la producción de aceite de oliva.

Aparece una nueva gestión de las parcelas, donde el monitoreo de plagas y enfermedades y el anticiparse en la gestión de las cubiertas vegetales para conservar y desarrollar insectos, cobran especial relevancia. "Todos los conocimientos que tenemos de los invernaderos los estamos aplicando ahí", adelanta Javier Villegas, especialista en cultivos al aire libre de Koppert.

**Hay que dotar a las parcelas de un ambiente óptimo para que los enemigos naturales de las plagas se instalen y no se marchen**

"Hay que dotar a las parcelas de un ambiente óptimo para que los enemigos naturales de las plagas se instalen y no se marchen. El ejemplo son dos parcelas: una tratada con productos químicos, con el suelo

carente de vegetación, que siempre ofrece un inequívoco aspecto de estéril y fatigada, y donde se hace raro no ver olivos afectados por una u otra plaga, y la otra con una cubierta vegetal plantada y cuidada por el agricultor, en la que siempre hay presente una infinidad de insectos polinizadores y de enemigos naturales depredadores de plagas, donde esa biodiversidad es llave para la que los olivos no presenten plaga alguna y se vean felices y con abundante cosecha. Es decir, aumentar la biodiversidad de nuestras fincas es la mejor inversión a futuro para la sostenibilidad de nuestra actividad económica. Y es aquí donde las técnicas de control biológico que propone Koppert son la clave. Las soluciones siempre están y han estado en la misma naturaleza, solo hay que estudiarlas y copiarlas, y cuando hay algún desequilibrio que rompe el sólido balance natural, aumentar las dosis de suelta de enemigos naturales".

Koppert está trabajando para liderar el control integrado de los cultivos al aire libre, y en esta área se sitúa el olivar. "Es la salida que necesitan los agricultores porque son soluciones sostenibles ya que no hay soluciones químicas que te garanticen el cultivo del principio al fin", valora Villegas.

Entre las zonas olivareras españolas se encuentra el municipio jienense de Alcalá la Real, localidad, que como detalla Javier Villegas, "ha sido precursora en la provincia de Jaén en la tecnología de cubiertas vegetales para el olivo y donde hay mucho interés y una especial sensibilidad en la implementación de las herramientas del control biológico, porque se sabe que este es el futuro".

Ahora mismo los olivareros se están informando y "nosotros estamos cerca de ellos, aportando nuestro conocimiento". Es un trabajo en conjunto, en el que la retroalimentación juega un papel destacado. "Los agricultores saben mucho de los problemas del olivar y de su tecnología y nosotros de soluciones biológicas y



**"El control biológico del olivar va estar completamente definido en los próximos años"**

microbiológicas y tenemos que encajar ambas partes".

Koppert trabaja por y para los agricultores y de esa unión se alcanza la solución. Hay mucho interés en que se solucionen los problemas de la mosca del olivo, para lo que no existe, en estos momentos, un protocolo en control biológico. "Nosotros y la Universidad de Córdoba estamos trabajando para obtener esa solución".

Los jóvenes agricultores vienen con esa apertura de mente que se necesita para implementar nuevos métodos de cultivo, buscando innovar, porque es el camino a seguir mirando hacia el futuro", asegura Villegas.

Hay mucho trabajo por hacer, como reconoce el especialista de cultivos al aire libre de Koppert, pero asegura que "el control biológico del olivar va estar completamente definido en los próximos años". "El control biológico ha venido para sumar, y ayudar a los agricultores de Jaén y de toda Andalucía a pilotar el cambio hacia esa nueva agricultura de sostenibilidad y futuro que ya se pregona en toda Europa".

# MERCADOS

por Juan Herrera. Periodista agroalimentario | @jherreraarenas

## Antonio Luque: “Si no fuera por las cooperativas, el precio del aceite sería menor del que es”



El presidente de la cooperativa Dcoop participó en la primera jornada virtual de “Los Corrillos de APAE”, organizada por la Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España, y en la que analizó la situación del mercado del aceite de oliva.

“El aceite de oliva es un sector de éxito que está viviendo un crecimiento continuo en su producción”, así comenzaba su intervención el presidente de la cooperativa Dcoop, Antonio Luque, en la primera jornada virtual de “Los Corrillos de APAE”, organizada por la Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España. Un crecimiento que se traduce en cifras: en 1986, hace solo 35 años, España producía 500.000 toneladas de aceite de oliva, hoy ya son 1,4 millones.

Un volumen difícil de absorber por el mercado y que provoca problemas de bajos precios en el sector. “Tenemos mucho trabajo por hacer en este asunto”, apunta Luque.

### La solución a los bajos precios

En este sentido, el presidente de Dcoop hizo un llamamiento de unión para desarrollar una estrategia de futuro para el sector “por el bien de

miles de agricultores” y descartó a la Ley de la Cadena Alimentaria como una herramienta útil a la hora de establecer unos precios mínimos en el caso concreto del aceite de oliva, donde los costes y los rendimientos son tan distintos entre unas plantaciones y otras.

No obstante, Luque sí quiso poner en valor el papel de las cooperativas, las cuales, en su opinión, están siendo “atacadas injustamente” en los últimos tiempos. “Si no fuera por las cooperativas, y por Dcoop concretamente, el precio del aceite de oliva en los últimos meses y años hubiera sido inferior de lo que ha sido. Que no quepa duda de que los beneficios que está teniendo nuestra cooperativa en su actividad industrial están yendo al agricultor”, apuntó Antonio Luque.

Asimismo, Luque lamentó el debate abierto en el ámbito olivarero que busca enfrentar el modelo pro-

ductivo tradicional y la nueva olivicultura, a la que se culpa de provocar un exceso de producción y, consecuentemente, unas cotizaciones a la baja. Una posición con la que no se mostró de acuerdo Luque: “La modernidad no va contra lo histórico; hay que mejorar en eficiencia y calidad, y todo agricultor que pueda transformar y mejorar su explotación debe hacerlo”. No obstante, admite que habrá zonas que no podrán transformarse por su propia orografía y características. “Esas plantaciones, que pueden suponer entre un 13 y un 17% de total, tendrán que diferenciarse de manera especial, valorizando el aceite a través de la calificación ecológica, denominaciones de origen, etc.”.

También hizo referencia Luque al panel de cata, un método analítico, en su opinión “subjetivo, que perjudica gravemente la imagen del sector y del producto”. En este sentido, el presidente de Dcoop considera que el sector ya tiene herramientas suficientes para informar bien al consumidor de la calidad del producto, acabar con el fraude y lograr seguridad jurídica.

### El mercado americano

Preguntado de manera concreta por el mercado de aceite de oliva español en Estados Unidos y las consecuencias de los aranceles impuestos por el Gobierno americano –ya derogados por la Administración Biden–, Antonio Luque confirmó que estos “le han costado mucho dinero a Dcoop”, si bien reconoció que el crecimiento en el país norteamericano es un hecho en los últimos años. “Estamos vendiendo en Estados Unidos mucho más aceite que antes. Es cierto que la pandemia nos ha traído problemas de consumo en muchos productos, pero otros como el aceite de oliva, que se identifica con la salud, continúa creciendo y se ha logrado un aumento en el último año del 20% de crecimiento. Confiamos en que se consolide esta dinámica de consumo”.

Una dinámica alcista que viene de la mano del consumo en los hogares, cuyo crecimiento está compensando la caída en la restauración y la hostelería.

Por **Lorenzo León, Raúl De la Rosa**. Instituto Andaluz de Investigación y Formación Agraria, Pesquera, Alimentaria y de la Producción Ecológica (IFAPA)

## Tres nuevas variedades resistentes a la Verticilosis del olivo obtenidas en el programa de mejora del IFAPA

La Verticilosis del olivo (VO), causada por el hongo de suelo (*Verticillium dahliae* Kleb), representa en la actualidad el mayor problema fitopatológico en muchas áreas de olivar, incluyendo importantes zonas productoras en Andalucía.

Para el control de la enfermedad se recomienda una estrategia integral incluyendo la aplicación de diferentes medidas antes y después de la plantación. Entre ellas, el uso de variedades resistentes es una de las medidas más recomendadas. No obstante, hasta la fecha, solo un número limitado de variedades tradicionales han mostrado altos niveles de resistencia. Además, la mayoría de ellas, presentan algunas limitaciones agronómicas para otros caracteres de interés. En este contexto, una de las líneas de trabajo que desarrollamos en el programa de mejora de olivo del IFAPA tiene como objetivo la selección de nuevas variedades que aúnen altos niveles de resistencia y adecuadas características agronómicas para la producción de aceite de oliva.

El procedimiento seguido ha consistido en la realización de cruza-mientos entre variedades con niveles de resistencia conocida, selección inicial de las plantas de semilla por caracteres agronómicos de interés y evaluación de la resistencia a la VO a lo largo de varias etapas bajo diferentes condiciones experimentales (Figura 1). La evaluación inicial de la resistencia se realiza mediante ensayos de inoculación en condicio-

nes controladas y posteriormente se confirman los resultados en ensayos en microparcelas inoculadas artificialmente y ensayos de campo en condiciones naturales. Estos últimos ensayos permiten asimismo la evaluación completa de características agronómicas y de calidad del aceite.

En una primera etapa, los genotipos seleccionados de las platas de semilla iniciales se propagan vegetativamente por estaquillado semileñoso y las plantas obtenidas se inoculan artificialmente por inmersión de las raíces en una suspensión de conidias de un aislado altamente virulento del patotipo defoliante (D) de *V. dahliae*. Después de la inoculación, las plantas se trasplantan a macetas de plástico con suelo estéril y permanecen en cámara de crecimiento bajo condiciones controladas durante 16 semanas. Para la evaluación en condiciones semicontroladas se instaló un ensayo en microparcelas ubicadas en los campos experimentales del IFAPA "Alameda del Obispo", donde se han incorporado al suelo de forma homogénea microesclerocios de un aislado del patotipo D. Finalmente, los ensayos en condiciones naturales de cultivo han sido instalados en parcelas de agricultores donde las plantaciones previas de olivo habían mostrado graves síntomas y la presencia del hongo fue verificada mediante análisis de suelo. En todos los experimentos realizados se utilizan como controles las variedades 'Picual' y 'Frantoio' de reacción conocida a la enfermedad, susceptible y resistente respectivamente.



**Figura 1:** Evaluación de resistencia bajo diferentes condiciones experimentales: condiciones controladas en cámara de cultivo, microparcelas inoculadas artificialmente y ensayos de campo en condiciones naturales.



Los resultados obtenidos en cada una de las fases de ensayo han mostrado una incidencia variable en los distintos genotipos evaluados. Así, no todos los genotipos seleccionados inicialmente como resistentes en los ensayos de inoculación en condiciones controladas han confirmado posteriormente esa resistencia en los siguientes ensayos en microparcelas y campo. Entre estos últimos, el ensayo en microparcelas tuvo una incidencia de la enfermedad mayor que los ensayos de campo en condiciones naturales, posiblemente debido tanto a la presencia de una mayor cantidad de inóculo en el suelo, a la elevada virulencia del aislado seleccionado y a una distribución más homogénea del hongo en el suelo. También entre los diferentes ensayos de campo se ha observado variabilidad en el desarrollo de la enfermedad en cada uno de ellos.

Estos resultados ponen de manifiesto la complejidad en la evaluación de la resistencia a VO debido a los diferentes métodos de inoculación empleados, la falta de homogeneidad en la distribución del patógeno, la diversidad en grado de virulencia de los aislados y la influencia de las condiciones ambientales. Por todo ello, a la hora de recomendar nuevas variedades es fundamental la realización de amplio número de ensayos, bajo diferentes condiciones experimentales, incluyendo siempre una fase de evaluación en campo donde los genotipos sean sometidos a unas condiciones naturales de cultivo.

Además de la resistencia a la VO, las posibles nuevas variedades deben cumplir con unos requisitos respecto a otras características agronómicas de interés. En nuestro caso, dado que el objetivo de nuestro programa es la obtención de nuevas variedades para producción de aceite de oliva virgen extra (AOVE), se tienen en cuenta caracteres como productividad, vigor, rendimiento graso y composición y calidad de los aceites.

Como resultado de todos estos trabajos y tras el análisis conjunto de toda la información recabada tanto de resistencia como agronómica, se han seleccionado finalmente tres nuevas variedades que han muestra-

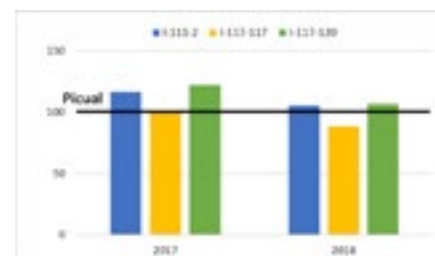


**Figura 2:** Porcentaje de plantas en cada nivel de sintomatología al final del periodo de evaluación bajo diferentes condiciones experimentales: condiciones controladas en cámara de cultivo, microparcelas inoculadas artificialmente y ensayos de campo en condiciones naturales.

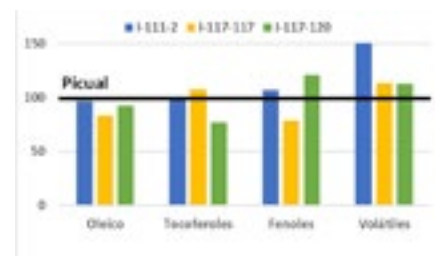
do altos niveles de resistencia a la enfermedad de manera consistente en los distintos ensayos (Figura 2). Una de ellas (I-111-2) proviene de la polinización libre de la variedad 'Koroneiki' y las otras dos (I-117-117 e I-117-120) de un cruzamiento entre las variedades 'Frantoio' y 'Arbosana'. Estas nuevas variedades se caracterizan además por presentar otras interesantes características agronómicas. Dos de ellas destacan por su alto rendimiento graso, superior a 'Picual' (Figura 3). En cuanto a su composición química, una de ellas presenta un contenido en ácido oleico similar a 'Picual' con valores menores en las otras dos, y algunas de ellas presentan valores superiores a 'Picual' para algunos de los componentes menores importantes en el AOVE (Figura 4). Finalmente, en cuanto a características organolépticas, las nuevas variedades presentan interesantes perfiles sensoriales, similares a 'Picual' pero con matices (Figura 5).

Estas nuevas variedades se han registrado en la Oficina Comunitaria de Variedades Vegetales y estarán

próximamente disponibles para el sector como especialmente recomendadas en áreas con alto riesgo de Verticilosis. En la actualidad, siguen siendo objeto de nuevas evaluaciones en ensayos de campo a gran escala, con amplio número de repeticiones, donde se continúa confirmando su nivel de resistencia y características agronómicas. Estos últimos ensayos permitirán asimismo determinar su adaptación a diferentes sistemas de cultivo, tanto en vaso como en seto.



**Figura 3:** Rendimiento graso expresado en peso seco de las nuevas variedades resistentes a la Verticilosis con respecto a la variedad 'Picual'. Valores medios obtenidos en dos campañas en varios ensayos de campo.



**Figura 4:** Composición química en ácidos grasos mayoritarios (oleico) y algunos componentes menores de las nuevas variedades resistentes a la Verticilosis con respecto a la variedad 'Picual'. Valores medios obtenidos en varios ensayos de campo.



**Figura 5:** Perfil sensorial del AOVE de las nuevas variedades resistentes a la Verticilosis con respecto a la variedad 'Picual'. Valores medios obtenidos en varios ensayos de campo.

# EnerPlus® en olivar, mayor rendimiento y precocidad de cosecha

El nuevo biofertilizante de Daymsa EnerPlus® logra un incremento de la extractabilidad del 38% en la variedad Arbequina, confirmando un rendimiento y precocidad de cosecha tras su aplicación.

Daymsa nos presenta EnerPlus®, su nuevo biofertilizante que promueve la actividad biológica del suelo con microorganismos exclusivos, *Pseudomonas fluorescens* GR-322, que potencian la vida microbiana benéfica en la superficie radicular e incrementan la actividad de la planta.

Para comprobar los beneficios del uso de EnerPlus® en el cultivo del olivar, Daymsa ha realizado un estudio en el sur de Portugal, en una finca productora de olivar, cerca de Beja, sobre la variedad Arbequina, característica en cultivos superintensivo por su temprana recolección, por la calidad de sus aceites afrutados y por los precios de los mismos, al ser los primeros en salir al mercado.

El diseño del ensayo fue de bloques al azar con cuatro réplicas por tesis. Las tesis a comparar fueron parcelas dónde no se aplicaron microorganismos versus parcelas dónde se realizaron dos aplicaciones vía fertirrigación de EnerPlus® a la dosis de 1kg/ha siendo la aplicación de EnerPlus® la única diferencia entre ambas tesis. Las aplicaciones se realizaron después del cuajado del fruto (24 julio 2020) y en la madurez (un mes después).

Dos meses antes de la cosecha, se tomaron muestras semanales de frutos para determinar cuál era la influencia del tratamiento sobre la maduración y la calidad del fruto (de octubre a noviembre). Por cada muestra se cogieron frutos de varios árboles dentro de la réplica hasta recolectar 1 kg.

## Resultados contrastados

Un laboratorio externo fue el encargado de analizar las muestras y

determinar el contenido en la grasa total (Gráfico 1), la grasa sobre materia seca (Gráfico 2) y la humedad (Gráfico 3).

Tras la cosecha, se calculó el porcentaje de aceite obtenido respecto al peso total del fruto. Este parámetro (extractabilidad), se comparó en ambas tesis (Gráfico 4). Para ello se realizó la extracción de aceite a una temperatura constante en las instalaciones propias de la finca.

## Conclusiones

Las parcelas de olivos tratadas con dos aplicaciones de EnerPlus® a la dosis de 1kg/ha mostraron mayor grasa total y un incremento de grasa sobre materia seca con respecto a las parcelas control. Este aumento se observó semanas antes de la recolección, demostrando así un adelanto de la maduración de los frutos. En base a estos resultados sobre la variedad Arbequina, las aplicaciones de EnerPlus® ayudarían al manejo de fincas grandes de esta variedad, permitiendo adelantar la maduración de algunas parcelas y realizar así una recolección escalonada.

Sobre los frutos cosechados, se midió un aumento de la extractabilidad del 38% en comparación con las parcelas control sin tratamiento de EnerPlus®. Este dato respalda el aumento de grasa sobre materia seca observado en análisis anteriores.

En consecuencia, una mayor extractabilidad supone un mayor rendimiento de aceite por peso de cosecha.

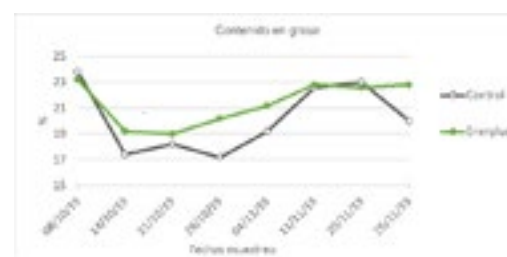


Gráfico 1. Resultados de contenido en grasa en muestras de fruto



Gráfico 2. Resultados de contenido en grasa sobre materia seca (gmc) en muestras de fruto

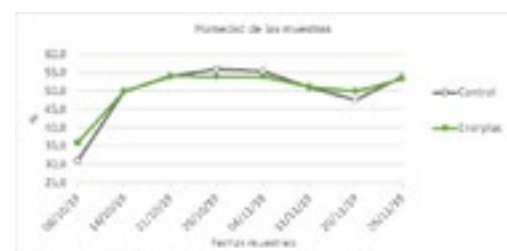


Gráfico 3. Resultados de humedad de las muestras de fruto analizadas

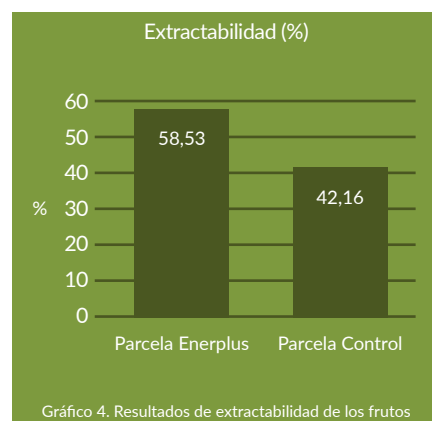


Gráfico 4. Resultados de extractabilidad de los frutos

# organic food IBERIA

**IFEMA MADRID**  
8-9 septiembre 2021

## Celebrando el mundo ecológico

El evento más grande de la Península Ibérica  
para profesionales del sector ecológico

LOCALIZADA CON



Organic Food Iberia tendrá lugar los días 8 y 9 de septiembre de 2021 en IFEMA MADRID  
Reserva tu entrada gratuita en [www.organicfoodiberia.com](http://www.organicfoodiberia.com) usando el siguiente código **OFI40**



 @FoodIberia  
 Organic Food Iberia  
 Organic Food Iberia  
 @organicfoodiberia

Socializa con nosotros:  
Busca Organic Food Iberia  
**#OFI2021**

PATROCINADOR PREMIER:



ORGANIZADO POR:

**diversified**  
COMMUNICATIONS ■ UK



Por **Victorino Vega, Javier Hidalgo, Ana Leyva, Daniel Pérez y Juan Carlos Hidalgo.**  
 IFAPA. Centro Alameda del Obispo. Córdoba

# Efecto a largo plazo de la fertirrigación con diferentes dosis de fósforo en olivar

La fertilización en olivar es una práctica ampliamente utilizada con la finalidad de aumentar o mantener la cantidad y calidad de las producciones, así como para corregir estados nutricionales que pueden estar limitando las mismas. Los aportes fertilizantes están generalizados tanto en condiciones de secano como riego, si bien, en ocasiones, las cantidades, composiciones y momentos de aplicación están sujetos a criterios personales o tradiciones totalmente arbitrarios sin base técnica.

El fósforo (P) es uno de los 16 nutrientes esenciales para las plantas y junto al N, K, Ca, Mg y S es requerido en grandes cantidades (macronutriente). Cumple con una serie de funciones fisiológicas relacionadas principalmente con las transformaciones e intercambio de energía. Interviene a su vez en una serie de procesos como la división y desarrollo celular, la fotosíntesis, la respiración y el almacenamiento y transferencia de energía. Finalmente, también juega un papel importante en la inducción y primeras etapas de crecimiento del sistema radicular.

El P disponible en el suelo proviene de la meteorización de los minerales que lo forman y de los aportes complementarios por fertilizantes, estiércol o la propia reutilización de restos vegetales que se realicen. En el caso del olivar, de la hoja caída o del desbrozado de las cubiertas vegetales, el picado de restos de poda o aplicaciones de compost procedente de los subproductos del proceso industrial de extracción de aceite de oliva principalmente.

El P aportado como fertilizante tiene su origen en una fuente natural no renovable y escasa, las rocas fosfatadas. La evaluación de las necesidades por los cultivos y la optimización de sus aportes es un objetivo



Foto 1. Vista general de olivos en la parcela de ensayo Las Aguilillas en Aguadulce - Sevilla

básico para mejorar su eficiencia productiva y evitar problemas ambientales ligados principalmente a los recursos hídricos (eutrofización de las aguas).

El pH del suelo juega un papel importante sobre el tipo de compuestos de fósforo presentes. Así, en suelos ácidos aparecen fosfatos de Fe y Al y en suelos básicos fosfatos de Ca, todos ellos muy insolubles. El aporte de P al sistema radicular es lento y exige que se produzcan procesos de disolución y de desorción en las superficies de los óxidos minerales en los que se encuentran como fosfatos, lo que se traduce en que las concentraciones de P en la disolución del suelo son generalmente muy bajas (<0.01-1 ppm). La máxima disponibilidad de P en el suelo se presenta en el intervalo de pH de 6 y 7. El olivo absorbe el P de la disolución del suelo como ion ortofosfato, principalmente como  $H_2PO_4^-$  y en menores cantidades como  $HPO_4^{2-}$ .

La producción final del olivo es el resultado de la interacción de un conjunto de factores dependientes de la propia planta, de las condicio-

nes edafoclimáticas y de las técnicas y prácticas de cultivo empleadas. Por tanto, no han de existir otros factores limitantes de la productividad más que el nutricional para obtener una respuesta a la fertilización. En nuestras condiciones, la disponibilidad de agua a lo largo del ciclo anual del cultivo es la que mayor efecto limitante tiene sobre la producción y a la respuesta al abonado del olivo en determinadas condiciones.

La concentración crítica de P en el suelo a partir de la cual se obtiene respuesta productiva del olivo no es conocida, pero es inferior a la necesaria para cultivos anuales (Freeman y Carlson, 1994). El olivo es una especie muy bien adaptada a condiciones de cultivo en suelos nutricionalmente pobres, regulando su crecimiento y producción en relación al nutriente más limitante. No obstante, cuando se cultiva en un medio óptimo, sin limitaciones, su productividad es muy elevada.

La respuesta a la fertilización con fósforo del olivar de secano de baja-media producción, por su reducida demanda del nutriente y las limita-

*¿Mejorar  
la calidad y  
rentabilidad  
de tus olivos?*

*Sí, junto a ti*



Sí, en SIPCAM tenemos como misión proteger y mejorar la calidad y rentabilidad de tus olivos. Por eso, te acompañamos con experiencia e innovación, para que cumplas todos tus objetivos ofreciéndote un amplio catálogo de soluciones para tu olivar.

**BLACKJAK**<sup>®</sup>

**Efficient**<sup>®</sup>

**Stilo**<sup>®</sup> Hydro

**Epik**<sup>®</sup>

**Liqui-K**<sup>®</sup>  
Express

**Sipfol**<sup>®</sup> Max

**Sí, junto a ti, trabajamos cada día para que tus olivos crezcan sanos y fuertes.**

[sipcamiberia.es](http://sipcamiberia.es)

Uso reservado a agricultores y aplicadores profesionales. Lea siempre la etiqueta antes de usar el producto y siga las instrucciones.

**SIPCAM**  
IBERIA

ciones impuestas por las disponibilidades de agua, la profundidad y composición del suelo, en la mayoría de las ocasiones es escasa o nula.

En los olivares de riego, y sobre todo los de tipo intensivo y en seto, con altas producciones, la demanda nutricional es elevada y los aportes de fertilizantes suelen ser necesarios dado que el suelo por sí mismo no es capaz de suministrarlos en su totalidad. La práctica idónea de suministro de nutrientes en el olivar de riego es la fertirrigación.

La deficiencia de P en olivo suele ser muy poco frecuente y difícil de apreciar ya que en condiciones de cultivo suele ajustar su crecimiento a las disponibilidades. Se caracteriza por una disminución del tamaño de las hojas, no presentando clorosis ni moteado aparente, y más avanzado el tiempo por una reducción del crecimiento y falta de nuevos brotes (incluso más acusada que para el N y K) y caída de las hojas terminales más jóvenes, llegándose en casos extremos a secarse los brotes (0.03-0.05% foliar) (Hartmann, 1953).

Las aplicaciones foliares de fosfato monoamónico o fosfato monopotásico 1.5-2 % (no mezclar con productos cúpricos) pueden ser utilizadas a corto plazo de forma satisfactoria para corregir las deficiencias de P. En terrenos calizos, en olivar de secano, las aplicaciones convencionales de fósforo al suelo han demostrado ser poco eficaces, siendo su rentabilidad normalmente baja, y solo a largo plazo se obtienen resultados apreciables (Ferreira y col., 1986). Sin embargo, en olivares tradicionales de riego con altas producciones en la Comarca de la Loma (Jaén) cultivados en suelos pobres en P, la fertirrigación ha permitido resolver con rapidez una situación generalizada de bajos niveles de P en hoja, con una respuesta vegetativa y productiva espectacular.

El conocimiento de las características agronómicas del suelo, de la plantación y de las prácticas de cultivo empleadas, disponer de un estudio de los suelos y análisis del agua de riego y foliar son factores a con-

**Tabla 1:** Contenido en P (ppm) asimilable (Olsen) en un bulbo y en el centro de la calle en un olivar que vegeta en un suelo muy calizo en el que se ha aplicado durante dos años consecutivos un programa de fertirriego de 50 kg P2O5/ha.

Profundidad	DENTRO DEL BULBO			FUERA DEL BULBO
	Distancia al emisor			
	0 cm	25 cm	50 cm	
0-20 cm	22,6	10,4	3,3	2,4
20-40 cm	35,5	20,7	1,7	1,4
40-60 cm	28,3	8	1,3	0,6

siderar para una correcta programación de la fertirrigación del olivar.

El P es un nutriente mucho menos móvil en el suelo que el N, y por tanto con menor riesgo de lixiviación. En fertirrigación, el movimiento en profundidad es mucho mayor que en fertilización convencional. La Tabla 1 muestra el contenido de P asimilable en un bulbo después de la aplicación de un programa de fertirrigación empleando ácido fosfórico como fuente de P durante las dos campañas anteriores. Mediante la fertirrigación P se consigue a corto y medio plazo un movimiento razonable de este nutriente en los bulbos húmedos, formados en la zona de influencia de los emisores, fundamentalmente en profundidad, pero también horizontalmente.

El fraccionamiento del P no es tan crítico como en el caso del N, pero se recomienda su aplicación a lo largo de toda la campaña y durante todo el tiempo de riego.

En base a la información disponible (Beutel y col. 1983, Freeman y col. 2005, Fernández Escobar y col. 2010), la fertilización P se debería realizar solo cuando los análisis foliares en el mes de julio presenten unos valores de P < 0,1 % s.m.s. Sin embargo, Erel y col. (2013) han puesto de manifiesto que olivos cultivados en condiciones controladas en contenedores de gran capacidad sin limitaciones, aumentan de forma lineal el cuajado y número de frutos por árbol (sin modificar la intensidad de floración), mejorando el porcentaje de flores perfectas cuando el contenido de P en hoja se encuentra por encima

del nivel mínimo de suficiencia por lo que sugieren una revisión del valor de referencia para conseguir la máxima productividad.

Tomando en consideración todo lo expuesto con anterioridad, para evaluar el efecto de la aplicación de P en condiciones de campo representativas del cultivo de olivar de riego, se estableció en 2015 un trabajo experimental en una plantación de olivar intensivo (286 olivos/ha) de 18 años de edad de la variedad 'Hojiblanca' en pleno desarrollo (Foto 1) situada en la Comarca de Estepa. El suelo es calizo y poco profundo (muy pocas y finas raíces a partir de 50-60 cm), con un contenido en carbonato cálcico del 50-60%, caliza activa del 16%, de textura franco arcillosa y en ligera pendiente. El P disponible (Olsen) es de 8-10 ppm en horizonte superficial (0-25 cm) reduciéndose en profundidad a 3-6 ppm.

La plantación recibe aporte de agua diario mediante un sistema de riego por goteo con 2 emisores/olivo de 4 l/h, de tipo autocompensante, durante el periodo abril-octubre. Las aplicaciones de agua se han realizado de forma lineal (misma cantidad de agua diaria a lo largo del periodo) aplicando un volumen anual medio de 2.724 m<sup>3</sup>/ha equivalente a 45 litros/árbol y día. El agua utilizada para el riego tiene una CE=1,73 dS/m, un contenido en nitratos de 43 ppm y 0.18 meq/l de K.

Mediante un sistema de inyección automatizado (Foto 2) se aplicó una solución nutritiva N-P-K durante todos los días de la campaña y durante todas las horas de riego. Se estable-



We create chemistry

# Catálogo Olivar

Stroby® WG Cabrio® WG

Gazel® Opponent® Surround®

Zarpa® Goldwind®

Folcit® Amino K Chaufer®



[www.agro.basf](http://www.agro.basf)



[basf\\_agroes](https://www.facebook.com/basf_agroes)



[BASF\\_Agroes](https://twitter.com/BASF_Agroes)



[BASF Agro España](https://www.instagram.com/BASF_Agro_Espana)



Foto 2. Bombas dosificadoras de fertilizantes

cieron 4 tratamientos diferenciales OP, P/2, P y 2P. Todos los tratamientos recibieron las mismas aportaciones de N y K y puntualmente de microelementos, estimadas siguiendo la metodología propuesta por Pastor y col. (2005) en función de la capacidad productiva del olivar (Figura 1 y Tabla 2). La fuente de N fue nitrato amónico (NH<sub>4</sub>NO<sub>3</sub>), sulfato potásico (K<sub>2</sub>SO<sub>4</sub>) para el K y ácido fosfórico (H<sub>3</sub>PO<sub>4</sub>) para el P, con unos contenidos p/p del 34,5% N, 50% K<sub>2</sub>O y 52% P<sub>2</sub>O<sub>5</sub> respectivamente.



Figura 1. Distribución mensual de las aportaciones de N-P-K.

Con estas aportaciones, todos los tratamientos presentaron un contenido de P en hoja, tomada a mediados del mes de julio, por encima de su nivel crítico dentro del rango de suficiencia. No obstante, OP mostró valores inferiores, a partir del tercer año, con respecto al resto de tratamientos que recibieron P. Igualmente se ha observado un efecto positivo del P sobre los contenidos de N y K (datos no aportados).

Las producciones medias de aceituna para los seis años de estudio (Figura 2) se han incrementado en todos los tratamientos con abonado fosfórico frente al Control OP (13 t/ha) un 10,9%, 11,7% y 15,2% para los tratamientos P/2, P y 2P, siendo este incremento más importante en años de alta producción. Los tratamientos P y 2P muestran para el conjunto de los años del estudio

una producción significativamente (LSD-95%) mayor que OP. La producción media para las tres últimas campañas de los tratamientos que reciben P (P/2, P, 2P) (Figura 3) ha sido significativamente mayor que el control (OP) (Foto 3).

Las Figuras 4 y 5 muestran los datos de precipitación acumulada y evapotranspiración de referencia (ET<sub>0</sub>) para los seis años agrícolas estudiados. Los valores medios de ET<sub>0</sub> y P<sub>med</sub> han sido de 1510 y 466 mm respectivamente. Los años de menor pluviometría se han correspondido con los de mayor demanda hídrica por el cultivo, lo que ha llevado al olivo a padecer un marcado déficit hídrico. Esta falta de recursos para el riego en

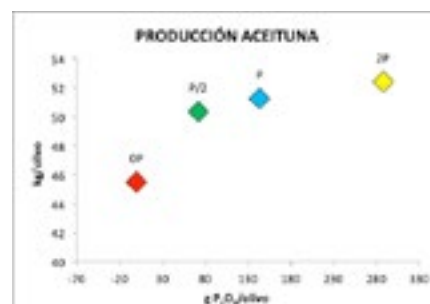


Figura 2. Producción media de aceituna (kg/olivo) para el periodo 2015-2020 en función de la dosis de P aplicada en fertirrigación en cada uno de los tratamientos.



Figura 3. Producciones de aceituna (kg/olivo) para los distintos tratamientos en el periodo 2015-2020.



Figura 4. Evapotranspiración de referencia (ET<sub>0</sub>) para cada año agrícola.

Tabla 2. Aportaciones de N-P-K por olivo. La media para el conjunto de los años de nutriente de aplicado por kilogramo real cosechado ha sido de 11,7 UF N/t, 16,7 UF K<sub>2</sub>O/t y 4,2 UF P<sub>2</sub>O<sub>5</sub>/t.

AÑO	g N/olivo			g P <sub>2</sub> O <sub>5</sub> /olivo				g K <sub>2</sub> O/olivo		
	Fertirriego	Agua	TOTAL	OP	P/2	P	2P	Fertirriego	Agua	TOTAL
2015	246	98	344	0	72	144	288	765	114	879
2016	267	84	351	0	75	151	301	791	98	889
2017	266	90	356	0	72	144	288	765	105	870
2018	273	71	344	0	75	150	300	792	82	875
2019	474	77.6	551.1	0	83	165	330	846	90.4	936
2020	474	73.3	546.8	0	83	165	330	846	85.4	931





Figura 5. Precipitación acumulada para cada año agrícola.



Foto 3. Estado de los árboles del ensayo fertil rigados con P días previos a la recolección.

estos años se ha traducido en unas menores producciones, si bien se pueden considerar como muy aceptables.

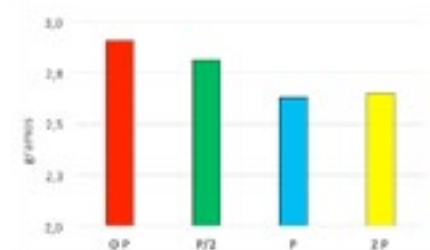
La Figura 6, muestra los datos de volumen de copa en 2020, medidos en la parada invernal tras la recolección, observándose una tendencia a presentar mayores valores de estos parámetros cuanto mayor es la cantidad de P aportada. Esta tendencia se hace más patente a medida que pasan los años. Este mayor volumen (mayor superficie de copa) junto al mayor índice de productividad superficial de los tratamientos con P, se ha traducido en una mejora significativa de la producción.

En las tres últimas cosechas (2018-2020), el tratamiento OP ha presentado significativamente un menor número de frutos por árbol y también un menor índice de frutos por unidad de superficie de copa (frutos/m<sup>2</sup>). A modo de ejemplo, se presentan los datos de una de las cosechas (2018), en el que los tratamientos P y 2P presentaron un tamaño de fruto significativamente más pequeño que OP (Figura 7).

No obstante, el peso de los frutos por brote fue similar debido a un mayor número de frutos en P y 2P (Figura 8), lo que puede confirmar los planteamientos de Erel y col. (2013) en Israel.



Figuras 6. Volumen de copa para el año 2020.



Figuras 7. Peso medio del fruto para la cosecha 2018.

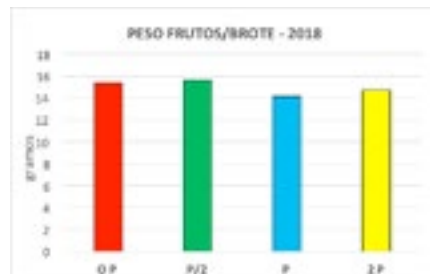


Figura 8. Peso de los frutos por brote para la cosecha 2018.

## CONCLUSIÓN

Los datos aportados en este artículo muestran que los efectos de la fertilización P sobre la producción del olivar de riego adulto se observan a medio-largo plazo dependiendo principalmente de las restricciones impuestas por la pluviometría, las disponibilidades de agua para el riego y la propia naturaleza del cultivo, al tratarse de una especie leñosa perenne. La fertilización continuada en el olivar de riego realizada conforme a los criterios aquí planteados lleva a una mejora de la producción, aun cuando el contenido foliar de P en el mes de julio se encuentre por encima del valor crítico de referencia recomendado.

**Agradecimientos.** Proyecto Transforma PR.TRA.TRA2019.010 "Experimentación, Cooperación y Transferencia de Tecnología en Olivar (Transforma Olivar 19-21)", cofinanciado al 80% del Fondo Europeo de Desarrollo Regional, dentro del Programa Operativo FEDER de Andalucía 2014-2020.

# Se identifican trece nuevas variedades locales de olivo en la comarca leridana del Pallars Jussà

Investigadores del Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA) han identificado trece nuevas variedades locales de olivo en el Pallars Jussà (una comarca de la provincia de Lleida, en Cataluña). Ha sido en una prospección llevada a cabo en la región durante la campaña de producción de aceite 2020-2021.

El estudio se ha hecho por encargo del Ayuntamiento de Tremp en colaboración con diversas entidades del territorio en el marco del programa «Al teu gust, aliments del Pallars» («A tu gusto, alimentos del Pallars»), que tiene los objetivos de promover y valorizar el cultivo del olivo y el aceite de oliva en el Pallars Jussà consiguiendo un aceite de máxima calidad y unas características diferenciadoras, que preserve el patrimonio y la tradición. Las nuevas variedades se incorporarán al Banco de germoplasma de variedades catalanas del olivo, un reservorio del material genético de los olivares catalanes gestionado por el IRTA desde 1987.

En el estudio, los investigadores del IRTA han descrito la forma del árbol, de la hoja, del fruto y del hueso, así como las características moleculares, oleícolas, químicas y sensoriales. Las nuevas variedades que se han identificado «tienen, en general, una proporción muy alta de ácido oleico y una gran cantidad de polifenoles, que les confieren un sabor amargo y un picante prominente, equilibrado y rico aromáticamente».

Unas cualidades que los hacen «muy interesantes desde el punto de vista organoléptico y de la salud», afirma Antonia Ninot, investigadora del programa de Fruticultura del IRTA.

Las trece variedades identificadas se añaden a las quince que se identificaron en la primera prospección que se hizo en la comarca en la campaña de 2015-2016, de las cuales once no habían sido identificadas hasta entonces. Desde el punto de vista cualitativo, de la primera prospección destaca la variedad bautizada con el nombre de «Cua de cirera», con unas características propias de aceites para mercados de alta gama. A raíz de aquella prospección se creó una plantación experimental con las variedades identificadas en Salàs de Tremp.

El material genético de las nuevas variedades identificadas se incorporará en forma de clones en el Banco de germoplasma de variedades catalanas de olivo, ubicado en el centro IRTA de Mas Bové (Constantí, Tarragona). Creado en 1987, realiza la tarea de protección y conservación de

la diversidad genética del olivar catalán, y actualmente guarda el material genético de 65 variedades autóctonas catalanas.

## El aceite de oliva en el Pallars Jussà

El cultivo de olivo en el Pallars Jussà tiene una larga tradición, y se cultivan extensamente variedades autóctonas y alóctonas. Cuenta con 733ha de cultivo de olivo y 652t de oliva, según los últimos datos oficiales (2018). Se trata de un sector relativamente pequeño donde la mayoría de productores son campesinos con elaboración artesanal y venta directa, y la actividad no es la principal. La producción de aceite en Cataluña tiene comercialmente una tendencia a la producción de aceites bastante uniformes; se estima que más del 85% de la producción catalana se basa en cuatro variedades principales de olivo (Arbequina, Morruda, Empeltre y Sevillena). De éstas, la variedad Arbequina representa más del 50% de la superficie plantada de olivo.



Por el Equipo Comercial de Agromillora Iberia

## Nuevas variedades de olivo para el seto



Por todos es sabido que el origen del olivo es mediterráneo, concretamente de la zona de Oriente Próximo. Desde allí, inicialmente a través de los comerciantes fenicios fueron entrando en nuestra península distintas variedades. Estas variedades introducidas han sido seleccionadas durante el transcurso de la historia atendiendo a diferentes criterios como su adaptación a las condiciones climáticas, elevadas producciones, calidad aceite, etc.

A principio de los años 90 se dio un cambio que modificaría el cultivo del olivar para siempre, se comenzaron las primeras pruebas para cosechar esta especie con las máquinas cabalgantes propias de los viñedos, fue el momento del nacimiento del OLIVAR EN SETO. Este cambio disruptivo trajo muchas cosas buenas, pero si hubo algo negativo fue la concentración que se hizo en torno a 2 variedades que por su escaso vigor se adaptaron al seto: arbequina y arbosana.

### El programa de mejora genética de Agromillora

En el año 1997 esta empresa comenzó un ambicioso proyecto para buscar variedades que cambiasen el escenario de concentración varietal en torno a arbequina y arbosana, buscando variedades que pudiesen llegar a producir una cantidad mayor de aceite por hectárea u otras características, pero sobre todo que recuperasen el

perfil organoléptico y químico de aquellos aceites de variedades que con el tiempo el seto fue dando de lado. Se empezó a imaginar variedades que sí pudiesen producir aceites vírgenes extra tipo picual, hojiblanca o cornicabra pero cultivadas en seto, y por tanto generando rentabilidad a los agricultores.

Cruzamientos dirigidos entre arbequina, arbosana, leccino italiano, blanqueta de Elvas, koroneiki y otras más proporcionaron nuevas variedades como la Oliana®, obtenida y seleccionada entre 290 genotipos el programa se extendió durante más de 10 años dando nuevos frutos.

La segunda variedad en emerger fue la variedad Lecciana®, seleccionada por la Universidad de Bari, que se posiciona como la primera variedad adaptada al cultivo en seto de origen italiano. Esta es fruto de un cruzamiento entre leccino italiano y arbosana. Posteriormente apareció en escena la OAC-0501 (cuyos parentales son koroneiki y arbosana), con características distintivas que también la han llevado a quedarse entre nosotros.

¿Qué características aportan Oliana®, Lecciana®, y OAC 9805-01 que no tengan arbequina o arbosana, y que demanda el sector con especial interés?

Tras 10 años desde la primera plantación de estas variedades empezamos a ver algunos aspectos con nitidez:



**LECCIANA®:** Estabilidad del aceite y características organolépticas de gran interés. Cabe destacar su alta tolerancia al frío y su vigor medio. Su elevada rusticidad la colocan como la mejor variedad para situaciones complicadas.



**OAC-0501:** Su vigor es tipo arbosana; su ramificación es abundante y su productividad es alta siendo constante a lo largo de las campañas, lo cual le permite desarrollarse bien en distintas situaciones edafoclimáticas.



**OLIANA®:** Lo más interesante es su vigor y su productividad en zonas frías. Es la de menor vigor de todas las variedades conocidas para el seto, sumamente arbustiva. Otro aspecto que aporta es su tolerancia al frío, cultivándose en el norte de la península en zonas como Lérida o Navarra en situaciones exigentes en este sentido.



# Organic Food Iberia fortalecerá e impulsará el sector ecológico

Organizado por Ifema Madrid y Diversified Communications, Organic Food Iberia regresa presencialmente los días 8 y 9 de septiembre 2021, proporcionando un gran impulso a este sector exitoso y creciente.

Organic Food Iberia se inauguró en el 2019, como una colaboración entre Diversified Communications e Ifema Madrid, y lo hizo con un éxito abrumador, gracias al fuerte interés por parte de los medios de comunicación y la participación de unos 5.420 profesionales de España, Portugal y otros países europeos, que acudieron para reunirse con casi 500 expositores. Sin embargo, la pandemia no permitió que el pasado año tuviera lugar un evento que vuelve con fuerza dada la clara necesidad de expositores, regiones y compradores para que la industria pueda reunirse, hacer negocios y celebrar la creciente importancia del sector ecológico.

En el acto de presentación de la feria, el director general de Ifema Madrid, Eduardo López- Puertas

manifestó su satisfacción por ser “la primera gran feria del sector de la alimentación que vuelva a celebrarse. Y sin ninguna duda la primera de su sector en pleno crecimiento que no ha parado de crecer, también en la pandemia, quiere reencontrarse presencialmente para seguir fortaleciendo su imagen y su posicionamiento en nuestros mercados”.

Con unas previsiones de participación de 300 expositores, hasta la fecha se confirma una buena evolución de la comercialización con un especial apoyo de importantes comunidades productoras de ecológicos de España como Andalucía, Castilla La Mancha, La Rioja, Madrid, Murcia, Navarra y Valencia, además de Portugal.

En palabras de Carsten Holm, director general de Diversified Communications, “el crecimiento del mercado ecológico nos lleva a un momento especialmente bueno para el sector en España y, cada vez más en Portugal, por lo que Organic Food Iberia contribuirá en su posicionamiento como uno de los principales y más reconocidos productores de ecológico del mundo”. Este primer gran encuentro de la industria se verá además favorecido con el potente programa de compradores internacionales que para Holm significa “una de las razones de éxito de este evento, a lo que cabe sumar los Eco & Organic Awards 2021 que volverán a dejar constancia de lo más destacado del panorama ecológico hoy día”.

En los últimos años, el mercado ecológico ha crecido cerca de un 38% en España, convirtiendo al país en mayor productor de Europa y el tercero del mundo. “Tenemos que seguir avanzando”, apuntó Álvaro Barrera, presidente de Ecovalia, quien añadió que “este evento internacional tan ne-

cesario para el sector será el primero tras el anuncio del Pacto Verde Europeo y auguro muchos éxitos”.

En la misma línea, Deolinda Silva, directora ejecutiva de Portugal Foods, apuntó que “en Portugal estamos muy motivados con este encuentro en el que habrá una buena representación de empresas portuguesas. Están creciendo nuestros parámetros de exportaciones y de producción ecológica, gracias al gran potencial del país, y tenemos que aprovechar esta gran plataforma”.

La confianza del sector, la ya iniciada y probada vuelta de actividad ferial internacional, y la positiva evolución de los ritmos de vacunación con el consiguiente efecto sobre la remisión de la pandemia, hacen prever un positivo escenario de la convocatoria. A ello se suma el estricto protocolo desarrollado por Ifema Madrid, que contempla todas las medidas necesarias para ordenar el flujo de asistentes y su movilidad; establecer los controles de aforo, las distancias de seguridad, la eliminación de contacto directo mediante el registro digital, y la incorporación de las últimas tecnologías para la seguridad sanitaria y el conteo de asistentes, y muy especialmente para la renovación del aire en pabellones.

Desde finales del mes de mayo está abierta la inscripción gratuita a la feria para los profesionales de la industria ecológica y natural en la página web de la feria. Una ocasión única para conectar y conocer proveedores cara a cara, probar productos y descubrir nuevas marcas. Además, permitirá relacionarse con personalidades influyentes en los distintos seminarios, conocer las últimas novedades y productos de la industria en la zona de innovación y acceder a la zona de Organic Wine Iberia.

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





## Gazel, una solución efectiva para el prays del olivo

Prays Oleae es un insecto, del orden de los Lepidópteros, de la familia de los Iponomeutidos. El adulto es de 12 -14 mm de envergadura, de color grisáceo con manchas oscuras y abundantes flecos en las alas. La larva alcanza un tamaño de 7-8 mm de longitud, con dos líneas situadas sobre dorso de color oliváceo y las dos laterales más claras. Tiene la cabeza oscura. Los huevos son blanquecinos, de 0,5x0,4 mm y en forma de lenteja.

El prays afecta al olivo así como otras oleáceas. Los daños más importantes los ocasiona la generación carpófaga, ya que origina la caída del fruto cuando la oruga penetra en el interior y cuando sale. Se diferencia de la mosca del olivo porque el orificio de entrada se halla en la zona del pedúnculo y además el fruto se halla sin pedúnculo. La generación filófaga hace minas en las hojas y la generación antófaga agrupa flores y botones florales con hilos de seda.

El prays pasa el invierno en forma de oruga en el interior de las hojas (generación filófaga) y proceden de la puesta realizada en otoño. En primavera recobran su actividad penetrando en otras hojas y pupan en el envés. Los

adultos se aparean y realizan la puesta sobre la corola de la flor (generación antófaga). Las nuevas orugas penetran en el botón floral o las flores ya abiertas agrupándolas con hilos de seda para alimentarse. En junio crisalidan allí mismo y aparecen los adultos que realizan la puesta sobre el cáliz de los frutos (generación carpófaga). Las nuevas orugas penetran en el fruto abriendo

una galería hacia la zona de contacto del pedúnculo con el hueso, viviendo en el interior de éste. Luego salen por el mismo lugar al exterior, provocando la caída de la aceituna. Los adultos de estas orugas son los que ponen los huevos de la generación filófaga.

Con la caída de soluciones ampliamente usadas como el dimetoato, desde BASF recomendamos el uso de Gazel, acetamiprid, un insecticida sistémico de amplio espectro que actúa por ingestión y contacto, y es resistente al lavado y a altas temperaturas.

Gazel se puede aplicar hasta maduración del fruto. La dosis de aplicación es 0,25kg/ha en 500-1000l/ha de agua, y se recomienda repetir la aplicación 14 días después, o tras el cuajado de los frutos para prevenir la generación carpófaga.

[www.agro.basf.es/es/](http://www.agro.basf.es/es/)



## STIHL tiene nueva tienda online en España



Desde el 1 de julio de 2021, los clientes de todo el país pueden realizar sus pedidos de máquinas y herramientas STIHL en [www.stihl.es](http://www.stihl.es) para su entrega a domicilio o para su recogida en la tienda especialista más cercana (servicio Click & Service). En la tienda elegida, los clientes recibirán instrucciones de manejo, así como asesoramiento sobre mantenimiento y servicio.

“Con esta nueva página web, STIHL España da un gran paso hacia la digitalización y los nuevos comportamientos de compra de los clientes, a la vez que renovamos nuestro compromiso con los distribuidores”, afirma Bernhard Iber, Director Gerente de STIHL en España. “Como empresa centrada en el cliente, estamos muy orgullosos de que, además de nuestro excelente servicio en nuestros distribuidores oficiales, ahora podamos ofrecer opciones de compra online. A través de la página web, STIHL ofrece un valor añadido: los clientes pueden disfrutar de una experiencia de compra Premium y pueden elegir envío a domicilio o recogida en su tienda especialista más cercana. Por su parte, los distribuidores oficiales se benefician del potencial del comercio online y pueden crear oportunidades de posventa”. En el futuro, STIHL tiene previsto implementar más servicios que reforzarán la experiencia de compra omnicanal.

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



## New Holland lanza el nuevo T7 Heavy Duty

New Holland Agriculture presentó el nuevo tractor insignia T7 Heavy Duty (HD) a la prensa especializada europea en un evento de lanzamiento virtual. Bajo el título de “INTELLIGENT FARMING ALL\_WAYS”, el evento destacó la visión de la marca de la agricultura 4.0 y su compromiso con poner ampliamente a disposición de los agricultores las ventajas que ofrecen las tecnologías de agricultura inteligentes.

El nuevo T7 HD mantiene el potente rendimiento, la excepcional agilidad y la extraordinaria versatilidad que caracterizan a este tractor y ofrece una experiencia de trabajo superior con la nueva cabina Horizon Ultra y las funciones PLM Intelligence de última generación. Resulta ideal para empresas de servicios que realizan múltiples tareas en una gran variedad de aplicaciones de campo y transporte, buscando mejorar su confort, eficiencia y productividad.

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

## Kubota se une al clúster francés Inno'vin



Kubota Corporation se unió oficialmente a los 170 miembros de Inno'vin, uno de los principales clústeres de Europa dedicados a la innovación en la viticultura. Esta asociación permitirá a ambas organizaciones trabajar conjuntamente para identificar y responder a los retos actuales a los que se enfrenta el sector vitivinícola, incluyendo la escasez de mano de obra y las cuestiones relacionadas con el desarrollo de la agricultura sostenible.

Gracias a las diversas acciones llevadas a cabo por el clúster Inno'vin, Kubota podrá acceder a un ecosistema de startups de alta tecnología en automatización de viñedos e impulsar nuevas colaboraciones, como pilotos y proyectos de prueba de concepto para ofrecer soluciones integradas con los miembros del clúster, o invertir directamente en empresas.

[www.kes.kubota-eu.com](http://www.kes.kubota-eu.com)



Sentimos  
la nutrición

**Aumentando  
el cuajado y  
previniendo el  
estrés térmico,  
hídrico y salino.**



## Desarrollando e Innovando con Proyectos Agroalimentarios

### Con Identidad

#### Las empresas nos importan

Siete Agromarketing nace en 2015 innovando como agencia de comunicación, marketing y consultoría especializada en el sector agroalimentario nacional e internacional. Con un equipo de más de 15 años de experiencia.

Cada proyecto lo hacemos nuestro, controlamos todas las fases de comunicación, desde la definición de objetivos hasta el diseño de soluciones, eventos, externalización de gabinete de prensa, marketing digital, promoción para garantizar resultados, comunicación RSC...

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

#### Nuestros proyectos

Innovamos con una nueva forma de comunicar, hablar y dialogar. Bajo el paraguas de Business Agro se acoge la organización de nuestros eventos presenciales y virtuales: Jornadas, Master Class, Foros, Encuentros, Congresos, Coloquios, Tertulias y Desayunos.

##### Proyecto Mujer Agro

Impulsamos la igualdad en todos eslabones de la cadena agroalimentaria

##### Horti Data

Foro Innovación Digital Hortícola

[www.mujeragro.es](http://www.mujeragro.es) | [www.hortidata.org](http://www.hortidata.org)

#### Innovamos en la comunicación

Porque nuestras cabeceras acerca la información al sector agroalimentario: eComercio Agrario, periódico digital de información política y económica; y las revistas especializadas eCA FRUITS (frutas y hortalizas), ECA Olive (olivar) y ECA Agri (maquinaria y grandes cultivos), con soportes off y online.

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



Si tienes un producto, o una marca  
y no lo comunicas no existe

