CÓRDOBA

En busca del mejor salmorejo

El Quiosco de la Música acoge la final del 1º Concurso Nacional Amateur del Salmorejo Cordobés Hoy se entregan los premios y se celebra una gran salmorejada ofrecida por la DO Aceite de Baena

Participantes en el certamen, ayer, antes de la cata del jurado - CÓRDOBA

D.N.R.
01/10/2017

El Quiosco de la Música acogió ayer la final del 1º Concurso Nacional Amateur de Salmorejo Cordobés, en el que ha participado un centenar de personas. El certamen, organizado por la Cofradía Gastronómica del Salmorejo Cordobés, Supermercados Piedra y el Consejo Regulador de la DO Aceite de Baena, se ha celebrado en las modalidades tradicional (majado) y contemporánea (vaso mecánico). Expertos como Almudena Villegas, académica de la Real Academia Española de Gastronomía; Hortensia Galán, directora del Laboratorio Sensorial del

Departamento de Bromatología y Tecnología de los Alimentos de la UCO; Francisco José Jiménez, adjunto a la Dirección General del Córdoba Club de Fútbol; Silvia Rivas, nutricionista y empresaria; Manuel Bordallo, empresario hostelero y chef; Timoteo Gutiérrez, jefe de cocina del Parador la Arruzafa; **José María Penco, director de la Asociación Española de Municipios del Olivo**; Matías Vega, chef del restaurante Alcazaba de las Torres; Celia Jiménez, chef del restaurante Celia Jiménez, y Juanjo Ruiz, de La Salmoreteca del Mercado Victoria, junto con el presidente del jurado, Rafael Moreno, secretario de la Cátedra de Gastronomía de Andalucía, calificaron los distintos salmorejos en base a parámetros como el punto de sal, de acidez, el color, la textura y la persistencia del sabor. Hoy tendrá lugar la entrega de premios, un showcooking a cargo del chef Matías Vega a las 13.00 horas y una gran salmorejada ofrecida por la DO Aceite de Baena en el Quiosco de la Música, a las 13.30 horas.

Revista ALMAZARA
El aceite de oliva virgen de cada día

José María Penco (AEMO): "El reto es conseguir también rentabilidad cuando España tenga una cosecha alta de aceite de oliva"

Publicado el 5 octubre, 2017 por Revista Almazara

Entrevista con José María Penco
Director Técnico de la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO)

Ingeniero Agrónomo por la Universidad de Córdoba (UCO), Master en Olivicultura y Tecnología Aceite de Oliva por la UCO y el CSIC, trabaja como Director Técnico de AEMO.

¿Qué retos tiene el sector del aceite de oliva español desde el lado de la producción o desde el punto de vista de la comercialización?

España lidera indiscutiblemente la producción oleícola mundial y lo seguirá haciendo con total seguridad durante, al menos, lo que resta del siglo XXI. Asumamos que somos el gran olivar y la gran almazara del mundo, y que por tanto mandamos en el mercado y siendo así nuestro primer gran reto es hacer económicamente sostenible el cultivo del olivo de una forma estructural.

Si analizamos, como hemos hecho en AEMO, la evolución de ingresos y gastos de una explotación olivarera durante las últimas campañas la conclusión es que la cuenta de resultados es a menudo negativa, y solo presenta beneficios cuando la climatología merma la cosecha como es el caso de las dos últimas campañas.

No podemos seguir a expensas de que el bajo régimen hídrico de un año o las extremas temperaturas de una estación perturben, o no, nuestra producción. El olivicultor español percibe, mirando al cielo, que solo tendrá beneficios cuando la cosecha sea, a lo sumo, media… y resulta paradójico que el riesgo para su economía familiar es que el olivar florezca, cuaje y desarrolle bien su aceituna mostrando su verdadero potencial. El reto pues es conseguir rentabilidad también cuando España desarrolle una cosecha alta, lo cual antes o después ocurrirá, y entonces alcanzaremos 1.800.000 o 2.000.000 de toneladas de aceite.

¿Cómo se puede conseguir aumentar los ingresos de toda la cadena?

El aumento de los ingresos pasa necesariamente por conseguir que el mundo pague más por un kilo de aceite de oliva, y eso se conseguirá si el consumidor percibe valores diferenciales frente a otras grasas… y ciertamente esos valores diferenciales existen. En últimos años dos son las palancas que ponen en valor el zumo de aceituna frente al consumidor: sus propiedades saludables y sus virtudes gastronómicas. La salud es la clave y el motor para los nuevos consumidores. Los grandes chef internacionales cada semana aparecen frente a las cámaras en sus programas mediáticos con una botella de virgen extra sobre su encimera

La pregunta es: ¿Quién atesora estos dos valores?, y la respuesta es evidente: aquellos aceites que son vírgenes y vírgenes extra. El reto desde el origen para aportar valor es producir calidad, que las bodegas de las almazaras españolas, en el mayor porcentaje posible, tengan aceites de oliva vírgenes extra, que los agricultores produzcan calidad, porque en la calidad esta el valor.

¿Hay margen para reducir los costes y ser más competitivos?

Para reducir costes hay que ir hacia la reconversión con olivares de alta densidad (intensivos) y mecanizables (de un solo tronco). España tiene un 75% de olivar tradicional y queda mucho camino por andar, por tanto si queremos ser competitivos con los nuevos olivares tendremos que abordar la transformación a sistemas racionales de cultivo. La reconversión es dura pero hay que abordarla sin más demora. El doble reto del olivar español para el futuro es la producción del mayor porcentaje posible de virgen extra, y la reducción de costes vía racionalización del cultivo del olivo hacia la que hace más de 30 años vino a llamarse la nueva olivicultura.

En todo este escenario queda algo pendiente: el olivar de montaña, una arboleda que vegeta en alta pendiente y que no es susceptible de transformación. Estos olivares deben apostar por la producción ecológica y además las autoridades europeas deben reconocer su papel con ayudas diferenciales permanentes en el tiempo.

El V Encuentro de Maestros y Operarios de Almazaras analiza la próxima campaña

05/10/2017

El próximo sábado 7 de octubre el Teatro Alcalde Manuel Anguita de Torredonjimeno (Jaén) acogerá más de 150 profesionales en el quinto y último Encuentro de Maestros y Operarios de Almazaras 2017, patrocinado por Pieralisi y BTS. Juan Vilar, consultor estratégico, analizará la situación del mercado a pocas semanas del inicio de campaña y con una tendencia cambiante a nivel de producción y de consumo.

Interempresas Media y la Asociación Española de Maestros y Operarios de Almazara (AEMODA) organizan el próximo sábado la última cita del año de los Encuentros de Maestros y Operarios de Almazaras, cuyas anteriores ediciones, celebradas en Zaragoza, Úbeda (Jaén), Talavera de la Reina (Toledo) y Mengíbar (Jaén) han acogido a más de 350 maestros, operarios y técnicos del sector del aceite de oliva.

El sector vive con preocupación estas últimas semanas previas a la campaña 2017/2018, la que puede ser la última con unos precios elevados. Juan Vilar, reconocido consultor estratégico, explicará detalladamente cómo se encuentra la producción a nivel internacional y como está afectando también el descenso en el consumo a nivel interno y externo.

Pero el Encuentro irá mucho más allá y dará las claves imprescindibles para el buen manejo en la almazara durante la campaña. **José María Penco, ingeniero agrónomo y técnico de la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO)**, dará las claves para optimizar costes. Parte importante de la producción se centra en los primeros días en los AOVE, y Gabriel Beltrán, Investigador titular de Ifapa-Venta del Llano, explicará la importancia que tiene el filtrado para los primeros aceites. Finalmente, José María Armenteros, director técnico Postventa de Pieralisi España&Portugal, se referirá a las nuevas tecnologías y el manejo del batido

Nuevos proyectos sostenibles para las balsas de alpechines

El ayuntamiento de Mora (Toledo) lidera el proyecto Life-Regrow

PUBLICADO EL 10/10/2017

Olimerca.- El Ayuntamiento de Mora de Toledo ha dado un paso adelante y se ha convertido en la localidad pionera en abordar la gestión y tratamiento de las antiguas balsas de alpechines, ya en desuso, y que todavía existen en numerosas localidades de España.

Tras la presentación de la documentación correspondiente, el ayuntamiento de Mora, en colaboración con AEMO, la Universidad Miguel Hernández de Elche, la Universidad de Almería y la empresa manchega de gestión de residuos, Gesreman, ha conseguido que la Unión Europea financie el proyecto LIFE-Regrow, enmarcado en la iniciativa europea LIFE +, lo que permitirá que durante tres años se investigue en la búsqueda de alternativas y soluciones para regenerar las antiguas balsas de alpechín de la forma más sostenible..

Dicho proyecto necesitará de una inversión de 1.480.000 euros, de los que el 40% procederá de los socios y el 60% será financiado por la Unión Europea.

Aunque desde hace ya muchos años el problema del alpechín ha dejado de serlo en el sector del aceite de oliva, nuestro país cuenta todavía con muchas balsas antiguas que no se utilizan y que contienen unos lodos que se han acumulado año tras año y que es necesario su tratamiento, así como la regeneración de dicho espacio a nivel medioambiental

El proyecto piloto se pondrá en marcha en la localidad de Mora para luego poder ser trasladados sus resultados a otras localidades de los municipios asociados a AEMO.

Recorremos el Centro de Interpretación del Aceite y del Olivar de Úbeda.

La sexta etapa de Oleotour nos lleva hasta la Ciudad Patrimonio de la Humanidad

De izquierda a derecha, César García, y el concejal de Agricultura de Úbeda, Javier Gámez. / Radio Jaén

12/10/2017

Oleotour continúa mostrándonos diferentes rincones de la provincia de Jaén en la que están relacionados con el mundo del olivar y del aceite. En esta ocasión nos acercamos hasta Úbeda, Ciudad Patrimonio de la Humanidad y sede del Centro de Interpretación del Aceite y del Olivar y de la provincia. El concejal de Agricultura, Javier Gámez, y una responsable del centro, Soledad Román, han sido los protagonistas del programa.

El centro se encuentra en el llamado Edificio de la Tercia, que anteriormente acogió la sede de la Denominación de Origen de la Campiña y la biblioteca de la UNED. Gámez, que también es presidente de la asociación que gestiona el centro ha explicado que "una de las mejores partes del inmueble es la cocina porque es donde se suele utilizar el aceite".

Úbeda cuenta con unas 38.000 hectáreas de olivar con importantes almazaras en el término municipal. El centro cuenta con 63 socios entre los que se incluye el Ayuntamiento de Úbeda. El edil de agricultura ha subrayado que "la Asociación Española de Municipios del Olivo nos ha dado un premio por la difusión de la cultura del aceite de oliva gracias a nuestros talleres con los niños".

Un centro para los niños

La gerente del centro, Soledad Román, ha señalado que ya desde el principio uno de los objetivos fue "orientar el centro a los niños ya que ellos desde pequeños deben saber que el aceite de oliva virgen extra es el más beneficioso". Con este objetivo se han realizado numerosos talleres infantiles en los que se han elaborado piruletas de brócoli con queso, nocilla saludable y catas infantiles para niños, entre otras temáticas.

Desde el centro también remarcan la gran evolución en calidad que ha tenido el sector del aceite de oliva en la última década. Román indica que "cada vez más tenemos diferentes tipos de aoves en casa". Por otra parte, el centro ofrece un recorrido por las formas en las que se ha elaborado el aceite a lo largo de la historia, desde las primeras prensas hasta los modelos modernos.

Por último, Soledad Román se ha referido al Club de Cata de Aceite que han organizado. Román asegura que "nos reunimos para aprender y tenemos diferentes temáticas y en una de ellas hablamos de los aceites de oliva premium de la Guía Internacional Evoleum. En definitiva, se define como "amantes del aceite" cuyo objetivo es difundir y promocionar el aove.

16/22 octubre 2017 nº 1.065

información | aove | olivar

Mercacei semanal

MERCACEI, PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA A LA COMUNICACIÓN

Editorial

La CE considera que los precios deberían permanecer por encima de la media debido a las escasas existencias pág.4

Experiencia virgen extra
Cantabria, Asturias y Galicia, las CCAA con mayor consumo per cápita de aceite de oliva pág.11

El genoma del olivo silvestre explica las altas concentraciones de ácido oleico en la aceituna pág.16

Portugal espera una buena cosecha con cifras muy superiores a la campaña anterior pág.17

Díselo con una app

Todos se lo hemos dicho a alguien con rosas, con bombones, con peluches e, incluso, con una botella de AOVE, pero nunca con una *app*. Hay muchas maneras de decir las cosas. Antes no teníamos más remedio que hacerlo a la cara, o con una carta -que tardaba un tiempo indefinido en llegar-, o por teléfono -incluso desde cabinas, un armatoste callejero *demodé* que los *millenials* casi ni conocen-.

Sin embargo, hoy en día nos sobran canales para comunicarnos y las *apps* son un buen medio para llegar donde queremos. Sin ir más lejos, el *whatsapp*, una aplicación que tiene 1.200 millones de usuarios. Se dice pronto.

Google Maps, Facebook, Instagram, YouTube, Skype... son algunas de las *apps* más descargadas y utilizadas del mundo y tienen un denominador común: comunicarnos entre nosotros. Tenemos la necesidad de compartir nuestros gustos y nuestro día a día -casi al minuto- con las personas que queremos y esta tecnología lo hace posible.

Hasta ahora existían unas pocas *apps* sobre alimentación que nombraban algún aceite de oliva, o te recomendaban alguna receta, pero desde hace una semana el mundo del AOVE está de enhorabuena. Ha nacido la *app* para todos los amantes de este zumo: EVOOLEUM 2018. Disponible de forma gratuita para iOS y Android, esta *app* permite al usuario encontrar a golpe de click el aceite que más se adapte a sus gustos y combinarlo con los alimentos que mejor mariden con él. Los más atrevidos pueden lanzarse a seguir los pasos del chef Albert Adriá (tres estrellas Michelin) y elaborar alguna de sus mágicas recetas con AOVE: chipirón con emulsión de piparra, bonito confitado a la catalana, caballa ahumada, ceps en escabeche de ají amarillo, guacamole con erizo... Todas ellas vienen desarrolladas al detalle en la *app*, al igual que una veintena de artículos explicativos en torno al mundo del virgen extra.

Conocer la valoración sensorial, los trucos más saludables para freir con aceite de oliva, las variedades de aceituna más utilizadas para elaborar AOVE, las rutas de oleoturismo más visitadas o las tiendas temáticas más pintorescas de los cinco continentes son sólo algunas de la experiencias que ofrece esta aplicación a todos los fans de este producto estrella de la Dieta Mediterránea.

Pero no crean que está únicamente enfocada para profesionales, ni mucho menos. Esta versión reducida y *on line* de la *Guía EVOOLEUM World's TOP100 Extra Virgin Olive Oils* está dirigida a todos aquellos curiosos que quieran dar un paso más y conocer todo lo que el aceite de oliva virgen extra tiene que ofrecerles. Que no es poco.

Así, mediante un menú intuitivo y didáctico, el usuario puede navegar por las fichas del TOP100 de EVOOLEUM; realizar búsquedas por país, puntuación o tipo de plantación; descubrir los nueve packagings más espectaculares del mundo; conocer los términos más frecuentes; e, incluso guardar sus AOVEs favoritos y compartirlos con sus amigos en cualquier momento y lugar del mundo.

Existe un universo dedicado al virgen extra y la *app* de EVOOLEUM 2018 pretende convertirse en el mejor transporte para navegar por él.

¿De verdad te vas a perder esta aventura? Te esperamos en *Apple Store* y *Google Play*.

"Patrocina la Noticia de la Semana"

"El COI prevé que la producción mundial de aceite de oliva aumente un 12% en la campaña 2017/18"

pág.5

Mercacei
información | aove | olivar

El diseño de Cabello x Mure para *Olivatessen nº3* se alza con el prestigioso premio "Anuaria de Oro"

Lunes 16 de octubre de 2017

Cabello x Mure se ha alzado con el prestigioso premio "Anuaria de Oro" por el trabajo realizado para la revista *Olivatessen by Mercacei nº3* en la categoría de Mejor Diseño de una Publicación Periódica. Este estudio ubetense se encarga del diseño de toda la revista, incluyendo la portada. Además de este reconocimiento, esta agencia de diseño especializada en branding y packaging también ha sido galardonada en esta misma categoría con el premio "Selección Anuaria" por la Guía EVOOLEUM 2018.

Olivatessen by Mercacei es una innovadora publicación en inglés dedicada en exclusiva a promocionar y a poner en valor la cultura del AOVE en tiendas gourmet, restaurantes temáticos y con estrellas Michelin, establecimientos de oleoturismo, distribuidores e importadores de los cinco continentes. La revista también se alzó en 2015 con el XIII Premio AEMO a la Difusión de la Cultura del Olivo, en 2016 con el Premio a la Internacionalización en la décima edición de los Premios de la Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas

(AEEPP), uno de los galardones más prestigiosos del sector en España; y este año con el Premio de Comunicación a la promoción del aceite de oliva de Expoliva 2017.

La segunda edición de la Guía EVOOLEUM World's TOP100 Extra Virgin Olive Oils, lanzada recientemente al mercado, está editada por Mercacei y presenta los 100 Mejores Aceites de Oliva Vírgenes Extra del mundo reconocidos en los EVOOLEUM Awards, los Premios Internacionales a la Calidad del Aceite de Oliva Virgen Extra organizados por Mercacei y la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO). Según recoge la web de los Premios Anuaria, se trata de un diseño adaptado a las líneas elegantes que envuelven el concurso sin perder funcionalidad.

Estos galardones se unen a la amplia lista de reconocimientos que ha recibido esta agencia que ofrece una amplia variedad de soluciones orientadas a conseguir una comunicación integral de su marca o negocio. Así, el estudio ofrece a sus clientes desde la creación o actualización de su marca hasta el diseño del producto o del packaging, así como todo el material necesario para la promoción, tanto en formatos tradicionales como en el de las nuevas tecnologías (diseño web, blog, tienda online, etc.).

En la edición de 2016, Cabello x Mure también se alzó con el premio "Selección Anuaria" por los trabajos desarrollados para *Olivatessen by Mercacei nº2* y la Guía EVOOLEUM en la categoría de Mejor Diseño de una Publicación Periódica.

Los premios Anuaria son considerados los galardones de diseño gráfico más reconocidos de España, no subvencionados por la administración y con más soporte del sector, lo que los convierte "en los de mas difusión y en un referente de calidad dentro del diseño gráfico".

El jurado de estos galardones está formado exclusivamente por representantes de las asociaciones profesionales.

Interempresas.net

Los maestros de almazara terminan su ciclo de encuentros analizando la producción mundial o cómo optimizar recursos en la fábrica

María José Álvarez 18/10/2017

Optimizar recursos en la almazara, los beneficios de filtrar el aceite antes de trasladarlo a depósitos, los nuevos sistemas de batido o la situación actual del aceite en el mundo fueron los temas sobre los que aprendieron más de un centenar de asistentes al V Encuentro de Maestros y operarios de Almazara. Bajo el título 'Planificación de la nueva campaña', fue el quinto de los encuentros de este tipo organizado por Interempresas Media y la Asociación Española de Maestros y Operarios de Almazara (Aemoda).

Por las jornadas, patrocinadas por Pieralisi y BTS, han pasado ya más de medio millar de profesionales de la fabricación de aceite de oliva, tal y como destacó David Pozo, director del Área Agroalimentaria del Grupo Interempresas Media. El encuentro se celebró en el Teatro Manuel Anguita de Torredonjimeno, un municipio jienense que, tal y como destacó su alcalde durante la inauguración, Manuel Anguita Quesada, tiene un 90% de su superficie agrícola dedicada al olivar.

Inauguración del V Encuentro de Maestros y operarios de Almazara.

El consultor estratégico Juan Vilar fue el primero de los ponentes de una interesante jornada en la que los responsables de las almazaras "siguieron aprendiendo y formándose para ser los mejores, como lo han sido hasta ahora", destacó el presidente de Aemoda, Manuel

Caravaca ante los asistentes. Vilar, uno de los mejores conocedores de la situación actual del mercado y la producción del aceite de oliva en el mundo explicó que actualmente hay 57 países que molturan aceituna en todo el mundo, donde hay plantadas 11,4 millones de hectáreas de olivar. A los países productores les superan con creces los consumidores: 179 en total, según los últimos estudios del consultor. Para ejemplificar el crecimiento que supone la fabricación de aceite de oliva, Vilar ofreció algunos datos relevantes, como el hecho de que cada año se planten 163.000 hectáreas nuevas de olivar o que en los últimos diez años se han incrementado en 1,7 millones de hectáreas la superficie del cultivo. De entre todos los países productores, el 80% de la superficie se encuentra en cinco países: España, Túnez, Italia, Grecia y Marruecos. “España es el que mayor superficie de olivar acapara, con 22% del total mientras que le sigue Túnez, con el 17%. Hay olivares también en Uruguay, Libia, Armenia, Yemen o Angola”, indicó.

Para el crecimiento del olivar y del aceite queda espacio, en opinión del experto. No en vano, Vilar destacó que el aceite de oliva supone sólo el 2% de las grasas vegetales que se consumen en todo el mundo, el 1,54% si se tienen en cuenta también las grasas animales. Crecer, pero, ¿de qué modo? “El mundo se está moviendo y, o cogemos esa inercia, o tendremos problemas en un futuro” sentenció el consultor estratégico.

Vilar hizo referencia con esto a la productividad del olivar. Explicó cómo el 22% de la superficie mundial de olivar que tiene España es capaz de producir el 50% del aceite de oliva de todo el mundo. Si se compara la productividad con países como Túnez, España quintuplica al primero. No en vano, la media de producción de aceite por hectárea en territorio tunecino es de 100 kilos de aceite. En España es de 500.

Los olivares españoles son, según su criterio, “muy productivos, pero poco competitivos”. Así, recordó que el año pasado más de 100.000 hectáreas de olivar se transformaron en olivares intensivos o superintensivos, la mayoría en España. Aun así, el olivar español dista mucho del de otros lugares, como Portugal, donde la gran mayoría de lo que se planta es olivar de estas características, que produce mucho y a más bajo precio. El olivar que hay plantado actualmente en el mundo, dijo, es capaz de producir si se dan las circunstancias apropiadas, 4,4 millones de toneladas de aceite. Esta campaña 2016-2017 la producción ha sido de 2,58 millones de toneladas. Para hacer frente a este más que posible aumento de la producción, Vilar indicó que el olivar español debe de estar preparado, sobre todo teniendo en cuenta los últimos datos de consumo interno, que señalan una bajada en los países productores como España e Italia motivada por los cambios en los hábitos alimentarios y que sólo se suplen por el ascenso continuo de las exportaciones.

El presidente de Aemoda, Manuel Caravaca, aseguró que en el mundo consumen aceite de oliva 179 países.

En palabras de Vilar, el futuro pasa por seguir impulsando y promocionando el consumo de aceite de oliva entre los países productores y en un segundo plano, de los no productores. Para el sector productor, lo fundamental es recortar los costes a través de plantaciones superintensivas o intensivas, modernizadas y mecanizadas. “Esto no vale para todos”, dijo. Así, hizo referencia a los olivares que por sus condiciones geográficas no pueden hacer frente a esta modernización, pero que cuentan con otros valores añadidos. “Para ellos está la diferenciación o la singularización”, dijo, ya que su “aceite podrá ser especial y con otros matices”, sentenció. A todos los productores y comercializadores ofreció dos consejos: El primero, innovar siempre. Así, narró ejemplos que podrían considerarse esperpénticos como el hecho de que el cantante Sting cobre a grupos de personas por ir a recoger su cosecha de aceituna o la comercialización de una botella de aceite que se vende a miles de euros porque sus productores aseguran que procede de los olivares de los que la paloma cogió la ramita de oliva tras el Diluvio Universal.

La prescripción fue el segundo de los consejos que ofreció Vilar. “Tenemos que saber contarlo”, añadió tras poner como ejemplo a Rafa Nadal y la promoción de consumo de aceite de oliva que el famoso tenista está realizando.

¿Cómo ahorrar costes en la almazara?

José María Penco, ingeniero agrónomo y técnico de la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) fue el encargado de enseñar a los asistentes al encuentro cómo ahorrar en costes en la almazara. Para ello, mostró un estudio realizado en la Aemo de una almazara de 8.000 toneladas de molturación por campaña, con posibilidad de repaso y explicó cuáles eran los pasos a seguir para amortizar los gastos lo antes posible e incrementar las ganancias.

En esta almazara indicó que, cobrando 3,6 céntimos de maquila por kilo de aceituna, contaría con una tasa de rendimiento interno o de rentabilidad del 17%. Esto en el caso de una almazara privada, ya que indicó que una cooperativa normalmente tiene mayores costes fijos necesarios para la asistencia técnica y administrativa del agricultor, mientras que los costes de molturación para una capacidad similar serían también similares, de en torno a unos 3 céntimos.

Para esta almazara tipo, indicó “el umbral de rentabilidad actual se encuentra en 3.000 toneladas por campaña”. En este punto, añadió, los costes de molturación por maquila son similares a los costes de explotación más amortización. Explicó que el repaso es rentable para una almazara de 8.000 toneladas con precios de aceite lampante superiores a 1,6 euros por kilo.

Juan Vilar, consultor estratégico, durante su intervención.

Después de desgranar este ejemplo, José María Penco habló del coste de molturación en otros países productores. Mientras que en España cuesta 0.030 euros por kilo de media, en Marruecos es de 0.040 y en Grecia de 0.065. Más caro es en Irán, con 0.086 o en Líbano, con 0.10 céntimos de euros por kilo molturado. “La media de molturación es de 7,6 céntimos de euro por kilo”, indicó el ingeniero. Por tanto, añadió, “en España molturar es más barato porque las almazaras son modernas”, añadió. Aun así, hizo hincapié en que, aunque el peso del coste de la producción de aceite de oliva resida en el cultivo, ahorrar en la almazara (el 10% del gasto total de la producción) también puede suponer una reducción significativa de costes a final de la campaña.

“Las almazaras están muy modernizadas y no hay mucho margen para mejorar los números, lo cual no quiere decir que no deba hacerse, pero la falta de rentabilidad del olivar viene en la producción”, insistió. De ahí que recomendara el ahorro de costes en el olivar y, por supuesto “apostar por la diferenciación del producto” “Hay otros aceites de semillas con características similares al aceite de oliva no extra”, apunta. “Sin embargo, el extra tiene un 2% de componentes minoritarios que son los que lo hacen diferentes, lo que tienen la gran mayoría de propiedades beneficiosas para la salud y que, al refinarlos, se eliminan”, dijo, de ahí que abogue por potenciar ese diferencial, “porque es ahí dónde van a estar los mayores márgenes de rentabilidad”.

La importancia del filtrado para garantizar la durabilidad de la calidad del aceite

Para conservar todas esas características que hacen al de oliva un aceite único, el filtrado es esencial. Sobre esta máxima versó la ponencia de Gabriel Beltrán, investigador del Ifapa (Instituto de Formación Agraria y Pesquera de Andalucía). Beltrán explicó que, cuando el aceite se va decantando, se produce una mezcla de oxígeno y compuestos volátiles que dan lugar a los indeseables posos. Ejemplificó sus afirmaciones basándose en un estudio realizado en la cooperativa Virgen de Zocueca, de Bailén, en el que se siguieron los efectos de dichos posos, pese a que los depósitos se sangraban habitualmente, tal y como suele hacerse en la gran mayoría de cooperativas. Beltrán indicó que, pese a sangrar los depósitos, el avinado apareció en los aceites no filtrados.

Los encuentros almazareros, patrocinados por Pieralisi y BTS, cuentan ya con la asistencia más de medio millar de profesionales de la fabricación de aceite de oliva.

“¿Por qué se filtra?”, preguntó a los asistentes. “Porque el aceite filtrado mejora el aspecto visual del líquido en brillo y limpidez, así como las propiedades organolépticas, ya que conserva mejor el aroma y el sabor”. El filtrado, según el investigador, también mejora su conservación y estabilidad en el tiempo.

Bajo estas premisas y teniendo en cuenta que, para Beltrán, es fundamental que el aceite virgen extra se filtre, explicó las diferentes técnicas de filtrado, desdse un simple devastado hasta el abrillantado, “que lo deja sin una gota de agua”. Así, habló de diversos tipos de filtros, como placas, prensa o bugías y de distintos materiales y coadyuvantes como el papel, las tierras de diatomeas, la celulosa o la hemicelulosa. En cuanto a las técnicas, señaló el filtrado mediante torta o el aluvionaje.

El experto también habló de los momentos en los que es mejor filtrar el aceite. Así recordó que los parámetros físico-químicos como la acidez no cambian en aceites de calidad almacenados sin filtrar, así como tampoco los peróxidos. “En cambio en las características sensoriales sí hay mucha diferencia, sobre todo cuando tras un periodo largo de almacenado, cuando se pierde la intensidad del verde y del frutado, entre otras características”, apuntó. El investigador del IFAPA volvió a hacer hincapié en que el aceite se conservar mejor si se filtra y, así, puso algunos ejemplos sobre cuándo es mejor filtrar. Para él, es fundamental hacerlo cuanto antes, aunque siempre se tendrá en cuenta la categoría del aceite y la capacidad de almacenado de la almazara. “Si se puede sangrar el depósito, podría dejarse una semana. Si no, se filtra enseguida”, ejemplificó. Indicó que, una vez filtrado el aceite, ya no se mueva más, ya que con el movimiento se crean bombas de oxígeno que hacen que se pierda el verde. “Si se inertiza, debe de hacerse también una vez que se ha filtrado”, matizó.

Beltrán mostró a los asistentes los resultados de otro estudio que demuestra que el aceite envasado que no se ha filtrado previamente “pierde muchísimas cualidades”. “Estos aceites envasados y no filtrados son los que generan el defecto en la forma más rápidamente y, en algunos casos, los problemas empiezan a los tres meses”, apuntó. Gabriel Beltrán dejó claro que “lo que interesa al productor es que, cuando el consumidor compre el aceite virgen extra, conserve todas sus características una vez que lo abra. Si cuando va a consumirlo, el aceite ha perdido color, olor, intensidad… todos estamos perdiendo”.

Para terminar, el investigador ofreció algunos consejos básicos para el filtrado. Entre ellos, la limpieza exhaustiva en el filtro, usar material de filtración de calidad certificada, no filtrar aceites de diferentes características y calidades, filtrar por lotes, realizar una filtración continua hasta finalizar el lote o no filtrar en días diferentes con la misma capa. “Siempre que se pare la filtración, se limpia el filtro. Es algo obvio, pero que no todos hacen, con los problemas que eso acarrea para los aceites de mayor calidad”, concluyó.

Últimas tecnologías en el batido

El batido es la parte más importante para obtener una buena masa de aceite. Lo dijo Juan Manuel Armenteros, director técnico de postventa de Pieralisi España y Portugal. En su ponencia, el experto indicó que actualmente la media de batido es de 30 minutos. “A los 15 minutos, pueden aparecer emulsiones, que luego son imposibles de separar”, añadió. Frente a esta situación, Armenteros presentó una nueva tecnología única de Pieralisi para batir la aceituna: el Protorreactor, capaz de realizar el batido en 3 minutos. “Se ha comprobado que, al batir con protorroeactor, se incrementan las características beneficiosas del aceite de oliva, como son los polifenoles, mientras que las propiedades organolépticas permanecen intactas. El color permanece verde, ya que la clorofila no se oxida”, afirmó. “Con el protorreactor conseguimos un control total del batido, lo que es fundamental a la hora de trabajar”, apuntó. “Controlamos la bomba de pistón, la temperatura, los motores y la presión a través de un

software que te da la posibilidad de regular todo el proceso de batido. Así, se controla la oxidación de la pasta, que entra inerte sin oxidarse en ningún momento", apostilló.

El responsable de Pieralisi indicó que hay diferentes modelos de protorreactor adaptados a las distintas necesidades de la almazara y que todos cuentan con las mayores garantías de eficiencia energética. "El protorreactor reduce el espacio en la almazara, ahorra energía, aumenta el rendimiento y mejora la calidad del aceite", apuntó a modo de conclusión. Con respecto a este ahorro de energía, aclaró que un estudio realizado por las empresas Andaltec e Intelec determinó que el protorreactor gasta 0,020 kw/h por kilo de batido. "Esto quiere decir que por cada millón de kilos de aceituna procesado, el coste energético es de tan sólo 273 euros", aclaró.

El Teatro Manuel Anguita de Torredonjimeno fue la sede de este V encuentro.

Juan Manuel Armenteros quizo cerrar su intervención destacando la preparación de Pieralisi para la nueva campaña de aceituna. "Hemos incrementado la plantilla en más de 20 personas este año, recuperando un 30% de clientela. Este año será una campaña difícil, ya que nos encontraremos con una aceituna con mucho hueso, poca pulpa y piel débil, por lo que es importante contar con la mejor tecnología en la almazara", sentenció.

IDEAL ES

Alertan del uso de insecticidas en el olivar para 'evitar' la Xylella, a pocas semanas de la recogida

Vista del paisaje de olivar jienense. / EFE

La Asociación Española de Municipios del Olivo pide a los agricultores de Jaén que tengan la «cabeza fría» ante recomendaciones para el uso de dimetoato para prevenir la plaga

LORENA CÁDIZ. JAÉN. Domingo, 22 octubre 2017

La Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) ha hecho un llamamiento para evitar un «despropósito» que, según han denunciado en su cuenta de Facebook, se está dando en algunos pueblos de la provincia de Jaén. Se trata del uso de un insecticida, el dimetoato, para supuestamente prevenir la Xylella fastidiosa.

«Escuchamos atónitos, que en algunos pueblos de Jaén se está recomendando tratar el olivar con dimetoato para prevenir la Xylella. Se supone que el argumento esgrimido es para eliminar vectores (insectos) que puedan transmitirla, pero no existe ningún dato en este momento que justifique tal despropósito», aseguran los responsables de la asociación.

En esa misma explicación recuerdan que «aún no se ha detectado la xylella fastidiosa en Andalucía» y si se diera el caso, hacen un llamamiento a los olivareros para que informen a las autoridades sanitarias, que son quienes darán «las indicaciones oportunas».

Desde AEMO desaconsejan absolutamente el uso de este insecticida por varios motivos de peso. Por un lado porque «hacer un tratamiento sin fundamento tiene un

coste económico y un coste ambiental. Si no se justifica umbral de plaga, cuando administramos un insecticida total estamos eliminando todo tipo de insectos, también los beneficiosos.

Además, «el plazo de seguridad del dimetoato para aceituna de molino es de 60 días, y tal y como viene la campaña eso impediría recoger la aceituna cuando este lista».

«Por estas y otras muchas razones rogamos a los agricultores que mantengan la cabeza fría ante informaciones alarmistas, sin fundamento científico ni técnico, porque el único fin que pueden tener es que algunos hagan su agosto en otoño. En el tema de Xylella las únicas recomendaciones que debemos atender son las de las autoridades de sanidad vegetal», aseguran en su comunicado.

Son ya varias las ocasiones en las que las diferentes administraciones públicas han hecho un llamamiento a la calma ante la alarma que genera la bacteria de la xylella, considerada el 'ébola del olivo'. Hace poco el delegado territorial de Agricultura y Desarrollo Rural de la Junta en Jaén, Juan Balbín, daba la cifra de 400 muestras recogidas en la provincia y que todas ellas habían descartado la presencia de la bacteria.

Balbín señaló que más de la mitad de los análisis se han realizado sobre muestras recogidas en viveros ya que se está llevando un control exhaustivo para detectar la entrada de la bacteria en plantones y plantas que vienen de fuera. También se han tomado muestras en jardines, en olivares y almendros, y todas ellas han dado negativo.

El delegado apuntó que los casos de Xylella detectados en Alicante corresponden a una variedad de la bacteria que no afecta al olivar, aunque no obstante no se baja la guardia en una provincia como Jaén donde hay más de 60 millones de olivos.

«Ahora mismo no hay ningún indicio de que haya Xylella en la provincia de Jaén», indicó el delegado, al tiempo que confirmó que sí que ha habido llamadas de olivareros jienenses al teléfono de atención y consulta (955 059 898) habilitado para este tema. Todas y cada una de estas llamadas se han atendido y se han recogido muestras para su posterior análisis en el caso de que los técnicos así lo hayan estimado.

En este sentido, Balbín recordó que se ha reforzado el Laboratorio de Producción y Sanidad Vegetal de Jaén y que se han incorporado dos técnicos para centrarse exclusivamente en la prevención de la Xylella. Insistió en que se están llevando a cabo todos los esfuerzos para prevenir y, en su caso, atajar una hipotética presencia de la Xylella fastidiosa no sólo en la provincia de Jaén sino en el conjunto de la comunidad autónoma.

La bacteria que seca el olivar y otros árboles sigue activa a 300 kilómetros de Jaén, lo que hace que la provincia mire de reojo todo lo que tiene que ver con los focos detectados en España por primera vez en la historia, en Baleares primero y Alicante después.

El diseño de Cabello x Mure para *Olivatessen nº3* se alza con el prestigioso premio "Anuaria de Oro"

Cabello x Mure se ha alzado con el prestigioso premio "Anuaria de Oro" por el trabajo realizado para la revista *Olivatessen by Mercacei nº3* en la categoría de Mejor Diseño de una Publicación Periódica. Este estudio ubetense se encarga del diseño de toda la revista, incluyendo la portada. Además de este reconocimiento, esta agencia de diseño especializada en *branding* y packaging también ha sido galardonada en esta misma categoría con el premio "Selección Anuaria" por la *Guía EVOOLEUM 2018*.

Olivatessen by Mercacei es una innovadora publicación en inglés dedicada en exclusiva a promocionar y a poner en valor la cultura del AOVE en tiendas gourmet, restaurantes temáticos y con estrellas Michelin, establecimientos de oleoturismo, distribuidores e importadores de los cinco continentes. La revista también se alzó en 2015 con el XIII Premio AEMO a la Difusión de la Cultura del Olivo, en 2016 con el Premio a la Internacionalización en la X edición de los Premios de la Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas (AEEPP), uno de los galardones más prestigiosos del sector en España; y este año con el Premio de Comunicación a la promoción del aceite de oliva de Expoliva 2017.

Por otra parte, la segunda edición de la *Guía EVOOLEUM World's TOP100 Extra Virgin Olive Oils*, lanzada recientemente al mercado, está editada por *Mercacei* y presenta los 100 Mejores Aceites de Oliva Vírgenes Extra del mundo reconocidos en los EVOOLEUM Awards, los Premios Internacionales a la Calidad del Aceite de Oliva Virgen Extra organizados por *Mercacei* y la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO). Según recoge la web de los Premios Anuaria, se trata de un diseño adaptado a las líneas elegantes que envuelven el concurso sin perder su funcionalidad.

Estos galardones se unen a la amplia lista de reconocimientos que ha recibido Cabello x Mure, una agencia que ofrece una amplia variedad de soluciones orientadas a conseguir una comunicación integral de su marca o negocio. Así, el estudio ofrece a sus clientes desde la creación o actualización de su marca hasta el diseño del producto o del packaging, así como todo el material necesario para la promoción, tanto en formatos tradicionales como en el de las nuevas tecnologías (diseño web, blog, tienda *on line*, etc.).

En la edición de 2016, Cabello x Mure también se alzó con el premio "Selección Anuaria" por los trabajos desarrollados para *Olivatessen by Mercacei nº2* y la *Guía EVOOLEUM* en la categoría de Mejor Diseño de una Publicación Periódica.

Los premios Anuaria son considerados los galardones de diseño gráfico más reconocidos de España, no subvencionados por la Administración y con más soporte del sector, lo que los convierte "en los de mayor difusión y en un referente de calidad dentro del diseño gráfico".

El jurado de estos galardones está formado exclusivamente por representantes de las asociaciones profesionales.

AEMO alerta sobre los falsos tratamientos contra la Xylella

Sin tener ningún caso confirmado en Andalucía

PUBLICADO EL 25/10/2017

Olimerca.- Después de que se haya difundido en la provincia de Jaén que en algunos pueblos se estaba recomendando tratar el olivar con dimetoato para prevenir la Xylella, con el argumento de que puede eliminar eliminar vectores (insectos) que puedan transmitirla, desde la Asociación Española de Municipios de Olivos se ha alertado de que hacer un tratamiento sin fundamento tiene un coste económico y un coste ambiental. No se justifica umbral de plaga, cuando administramos un insecticida "total" dado que se están eliminando todo tipo de insectos, incluidos los beneficiosos.

Además, el plazo de seguridad del dimetoato para aceituna de molino es de 60 días, y tal como viene la campaña eso impediría recoger la aceituna cuando esté lista. Por estas y otras muchas razones desde AEMO instan a los agricultores a que mantengan la cabeza fría ante informaciones alarmistas, sin fundamento científico ni técnico, porque el único fin que pueden tener es que algunos hagan su agosto en otoño.

En el tema de Xylella las únicas recomendaciones que debemos atender son las de las autoridades de sanidad vegetal, enfatizan desde AEMO.

DIARIO JAEN

El fantasma del insecto de la Xylella causa terror

Las autoridades de sanidad vegetal piden a los agricultores que no hagan tratamientos injustificados en los olivares solo por miedo y avisan de que son perjudiciales porque pronto se comenzará a recoger la aceituna

ENRIQUE ALONSO| 25/10/2017

AMENAZA. *Imagen del "Philaenus Spumarius" cedida por el Consejo Superior de Investigaciones Científicas y olivar de la capital.*(Consejo Superior de Investigaciones Científicas / Emilio Arroyo)

Hay un bicho que tiene aterrorizados a miles de agricultores de Jaén. Su nombre es "Philaenus Spumarius". Si se escribe en un buscador de internet, por ejemplo, en Google, aparece como una de las búsquedas más solicitadas en la provincia. Los expertos dicen que es un insecto. Sin más. Pero a los más profanos en la materia les puede parecer una mariposa "disfrazada" de saltamontes o, al revés, un saltamontes con aspecto de polilla. Cientos de agricultores y de científicos lo han buscado por los campos de Jaén y todos han llegado a la misma conclusión: No está. Hasta ahora, no existe constancia ni certeza de que el "Philaenus Spumarius" esté en alguno de los 97 municipios.

Este bicho ha saltado a la fama en los últimos años porque está acreditado que es un vector de la Xylella, una bacteria que se transmite entre los árboles que amenaza al olivar. Si entra en una finca, puede matar todos los árboles. No obstante, lo peor radica en las medidas aprobadas por la Unión Europea, que obligan a establecer un perímetro de seguridad y arrancar todo el material vegetal que exista. Pese a que hayan otros animales capaces de transmitirla, la Xylella fastidiosa que ha atacado al olivar es la subespecie "Pauca". Lo ha hecho en Italia y ha ocasionado el arranque de miles de olivos.

ANÁLISIS. Hace unos días, el delegado de Agricultura del Gobierno andaluz en Jaén, Juan Balbín, indicaba que ya se han hecho 400 análisis de cultivos en la provincia dentro del plan especial frente a la

Xylella. Todos han sido negativos, es decir, tampoco existe evidencia de que esté la bacteria. De ahí que si no hay insecto, ni tampoco se encuentra el microorganismo que transmite la enfermedad, actualmente, parece muy complicado que exista un brote de Xylella fastidiosa en la provincia.

En cambio, hay agricultores de Jaén que intentan "matar moscas a cañonazos", algo que pone en peligro incluso su propia entrega de aceituna. La **Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO)** tiene evidencias de que existen olivareros que tratan sus fincas con dimetoato porque tienen miedo a que les entre la Xylella fastidiosa. El dimetoato es un insecticida, por lo que algunos se gastan importantes cantidades en este producto para erradicar todo tipo de insectos de su olivar, algo que también daña a las aves. Se podría decir que imitan a Herodes que, tal y como cuenta la Biblia, mandó matar a todos los niños de Judea porque quería acabar con Jesús. En cambio, por el momento, les pasa igual que al Rey, no encuentran al "Philaenus Spumarius" porque no está. Sin embargo, sí que dejan bastantes víctimas inocentes. Manuel Barneo es el delegado en Jaén del Colegio de Ingenieros Agrónomos de Andalucía. Ante esta situación, expresa una respuesta rotunda: "Es una auténtica barbaridad. No existe ese vector de riesgo en Jaén, por lo que tratar los olivos por si se hallara aquí no tiene sentido. Además, si estuviera, seguramente tampoco sería portador de la Xylella porque tampoco hay ningún caso detectado en la provincia".

De ahí que muchos agricultores luchan contra un insecto "fantasma", ya que los tiene aterrorizados, pero, por el momento, no existe evidencia alguna de que se encuentre en la provincia. Por eso, representa un gasto de dinero inútil y un serio daño a la sostenibilidad ambiental. "La recomendación no ha cambiado. Hay que observar como siempre el olivar o cualquier otro tipo de cultivo y, si se tiene alguna sospecha, avisar al teléfono del plan contra la Xylella. Entonces, los técnicos acuden, realizan los análisis y miran los resultados. Por el momento, todos han sido negativos. Insisto en que hay que estar tranquilo", añade el delegado en Jaén del Colegio de Ingenieros Agrónomos de Andalucía.

PELIGRO EN LA ACEITUNA. Por otro lado, la **Asociación Española de Municipios del Olivo** publicaba, hace unos días, este mensaje, que fue compartido por la Red de Alerta Fitosanitaria de la Consejería de Agricultura: "Escuchamos, atónitos, que en algunos pueblos de Jaén se está recomendando tratar el olivar con dimetoato para prevenir la Xylella. Se supone que el argumento esgrimido es eliminar insectos, que puedan transmitirla. Es un despropósito (...) Hacer un tratamiento sin fundamento tiene un coste económico y ambiental. Además, el plazo de seguridad del dimetoato para la aceituna de molino es de 60 días. Tal y como viene la campaña, esto impediría coger mucha aceituna cuando esté lista". Asimismo, el mensaje concluía: "Rogamos a los agricultores que mantengan la cabeza fría ante las informaciones alarmistas, que no tienen fundamento científico ni técnico porque el único fin que pueden tener es que algunos hagan su agosto en otoño. Las únicas recomendaciones que debemos atender son las de las autoridades de sanidad vegetal". También, la Asociación Española de Municipios del Olivo confirmaba que había recibido numerosas consultas ante las recomendaciones de tratar con dimetoato y que procedían de municipios de la provincia jiennense.

LAS ZONAS DE RIESGO. El ingeniero agrónomo Manuel Barneo explica que la viabilidad de la bacteria en la provincia es diferente según las zonas. Insiste en que no es capaz de sobrevivir a bajas temperaturas, por lo que la posibilidad de que genere la enfermedad en las zonas de sierra resulta muy baja. "Se podrían hacer tres grupos. Cazorla, Segura, Sierra Mágina y la Sierra Sur son zonas que se catalogarían como de riesgo bajo. Luego, El Condado y Sierra Morena, de riesgo moderado, mientras que toda la Vega del Guadalquivir sí que cumple unas condiciones más propicias. Ahí se le podría colocar el cartel de riesgo severo".

DIARIO JAEN

No obstante, los investigadores creen que se trata de un problema de sanidad vegetal importante que no se puede descuidar, pero consideran que parte del miedo que se ha generado obedece a la resonancia mediática. Una de las informaciones que rechazan son los “saltos”, es decir, que la bacteria haya pasado de Italia a Baleares y luego a Alicante a través de material infectado. De hecho, son más partidarios de que estaba desde hace tiempo y que el impacto mediático ha hecho que se incrementaran los controles y que haya aparecido. Asimismo, manifiestan que Jaén tiene una olivicultura muy desarrollada que hace que el cultivo se encuentre muy fuerte. En cambio, la mayoría de los casos de Xylella fastidiosa que se han detectado han sido el plantaciones débiles o casi abandonadas.

teleprensa
PRIMER PERIÓDICO DIGITAL DE ALMERÍA

La UAL se suma a la regeneración de las balsas de alpechín en los olivares europeos

27 de Octubre de 2017

El Grupo BIO-175 de la Universidad de Almería aporta su experiencia en la mejora de suelos de interés agrícola al proyecto LIFE+REGROW, del que es socio con la Universidad Miguel Hernández, GESREMAN, **la Asociación Española de Municipios del Olivo** y la localidad de Mora

Participantes en el proyecto

ALMERÍA.- El desarrollo de la investigación se realizará sobre una superficie total de 4 hectáreas en la provincia de Toledo, concretamente en el pueblo de Mora, que están ocupadas por balsas de alpechín empleadas desde principio de los años 80: "Se construirá un espacio restaurado multifuncional, el REGROW-ECOPARK, en el que se podrán desarrollar actividades educativas, recreacionales y de concienciación ambiental". Así lo ha explicado María José López añadiendo otros objetivos que se hacen necesarios previamente: "La descontaminación y la restauración de esos espacios ocupados por alpechín, que es el residuo líquido generado en la producción del aceite de oliva". Se logrará "mediante la aplicación de innovadoras técnicas de biodescontaminación y revegetación, para así 'renaturalizar' tales espacios".

Precisamente el Grupo BIO-175 de la Universidad de Almería es especialista en el empleo de microorganismos para la mejora de suelos de interés agrícola, incluyendo entre sus actividades "el aprovechamiento biotecnológico de residuos orgánicos y la biodescontaminación", según ha precisado la investigadora principal. Por ello es idóneo para integrar a la UAL como socio en la ejecución del proyecto LIFE+REGROW, junto con la Universidad Miguel Hernández, la empresa GESREMAN -Gestión de Residuos Manchegos-, **AEMO –Asociación Española de Municipios del Olivo**-, y el Ayuntamiento de Mora, Toledo, que coordina el proyecto.

Estos trabajos “establecerán modelos para la recuperación de entornos contaminados con este tipo de residuos, adaptables a cada caso particular empleando recursos disponibles en la zona, residuos agrícolas y ganaderos y recursos biológicos tales como plantas y microorganismos”. Los resultados deben encaminarse a un descenso en un 50% de las emisiones de gases con efecto invernadero emitidas desde la balsa de alpechín, a la mejora del suelo tratado con residuos orgánicos y mediante estrategias de biorecuperación, a la restauración del hábitat mediante revegetación, a la biotransformación de 150 toneladas anuales de residuos orgánicos y a actividades de concienciación para unas 500 entidades más formación de 70 personas.

María José López ha añadido que la principal actividad del grupo al que representa en este proyecto es “aportar una dimensión innovadora proveyendo herramientas biotecnológicas que acelerarán los procesos de biodescontaminación y restauración naturales en las balsas”, siendo su alcance muy grande: “Aunque no existe un censo oficial del número de balsas de alpechín abandonadas, se estima que sólo en España podrían existir más de 250, ampliándose la dimensión de este problema y los posibles destinatarios de los resultados que se obtengan al considerar al resto de países de la cuenca mediterránea productores de aceite de oliva”.

El ‘trabajo de campo’ de la UAL consistirá en su especialidad, o sea, “tratamientos in situ de landfarming, compostaje, vermicompostaje y fitodescontaminación, técnicas que serán mejoradas mediante incorporación de microorganismos capaces de acelerar la descontaminación, que previamente han sido seleccionados para incorporarlos al área contaminada”. Su inicio acaba de producirse, a fecha de 1 de octubre, y tiene un horizonte situado en 2021. Yendo más allá, María José López ha precisado que “el proyecto proporcionará además otros productos con un potencial mercado, tales como compost, vermicompost con uso agrícola, así como preparados microbianos útiles en biodescontaminación”.

No es una colaboración nueva, ya que ha habido trabajos previos con el grupo de la UMH y más recientemente con la empresa GESREMAN, que “identificó el problema y reclutó a los potenciales socios para dar solución al mismo”. El Grupo BIO-175 está actualmente constituido por un catedrático, cinco profesores, cinco estudiantes de doctorado, un post doc y dos técnicos de laboratorio. El personal que participará más activamente en este proyecto LIFE+REGROW es la propia María José López–profesora, Líder LIFE-, Joaquín Moreno–catedrático, Líder Grupo-, Francisca Suárez –profesora- y Miguel Cueto –profesor-.

Su trayectoria es amplia, y en la actualidad participa en otros proyectos H2020, AGRIMAX y SABANA, del que la Universidad de Almería es coordinadora, y además lo ha hecho en otro proyecto H2020 concluido en 2012, FORBIOPLAST. Tienen solicitados más de ocho proyectos más del Horizonte 2020, recordando María José López que “el Programa LIFE es el único instrumento financiero de la Unión Europea dedicado, de forma exclusiva, al medio ambiente”, así como que REGROW “se enmarca en la filosofía LIFE, dado que ofrece una solución innovadora a un problema medioambiental, cuyos resultados son aplicables en distintos escenarios e integra intereses del sector público y privado en el contexto de la economía circular y el uso sostenible de recursos”.