



ESPECIAL CAMPAÑA DE LA

*Aceituna en el Poniente*



1



**Concluye una  
campaña de la  
aceituna marcada  
por la sequía**

Foto: Pepe Conde.





## MANOLO ÉCJJA

Fotos: Pepe Conde.

Prácticamente está finalizando una nueva campaña de recogida de la aceituna en nuestra comarca. Sin duda, uno de los elementos económicos más importantes del Poniente, tanto por el nivel de puestos de trabajo que genera como por la repercusión que tiene al tejido productivo. Hablamos por tanto de la principal potencia económica de Andalucía y un motor para la recuperación tras la pandemia. La producción media en las últimas cinco campañas en nuestra comunidad autónoma se sitúa en 5,5 millones de toneladas de aceituna de almazara, con las que se produjeron de media 1,1 millones de toneladas de aceite. En la campaña 2020/2021 se registró producción en 800 almazaras activas en Andalucía, aunque hay 852 registradas en situación de activa.

La superficie de olivar alcanza las 1.643.965 ha, de las cuales un 6 % (98.710 ha) son de va-

La ausencia de lluvias ha permitido un rápido desarrollo de la recolección de la aceituna con porcentajes de virgen extra, que en muchas almazaras, llega a ser el 90 % de su producción

riedades destinadas preferentemente a aceituna de mesa. Como es sabido, Jaén concentra el 38 % de la superficie de olivar de almazara, seguida por Córdoba con un 24 % y Granada con un 13 %. Precisamente de este porcentaje, una gran parte corresponde a nuestra comarca, que aporta la mayor parte de toneladas de la aceituna que sale desde nuestra provincia.

En las últimas campañas se observa un adelanto en la fecha de inicio de la recolección, comenzando en el mes de octubre e incrementando la cantidad recolectada en noviembre y diciembre, en detrimento de los últimos meses de

la campaña.

En la campaña 2021-2022 se estima que en Andalucía se registren más de 17,3 millones de jornales en todas las labores de campo asociadas al olivar de aceituna de almazara. Las labores de recolección supondrán el 46,8 % de todas las labores de campo (más de 8 millones de jornales).

El Comité Oleícola Internacional prevé para España una producción de 1,3 millones de toneladas en esta campaña. La producción mundial será de 3,056 millones de toneladas, cuando el consumo previsto será de 3,2 millones de toneladas.

### Incidencia en la comarca

A nivel global, podemos decir que la campaña en la comarca está arrojando unas cifras de producción mayores de las que se esperaban en un principio, pese a los bajos rendimientos grasos iniciales como consecuencia de la falta de agua durante el otoño. La ausencia de adversidades climatológicas unido a la escasez de lluvias







durante la campaña ha permitido un rápido desarrollo de la recolección de la aceituna, lo cual unido al adelanto del inicio de la recogida a principios de noviembre en muchas zonas ha redundado en unos altos niveles de la calidad obtenida, con porcentajes de virgen extra, que en muchas almazaras, llega a ser el 90 % de su producción.

La falta de lluvia puede condicionar en gran medida el desarrollo de la campaña futura, dado que los suelos no tienen a la fecha, agua suficiente para permitir un desarrollo adecuado de la floración de los árboles y mucho menos un cuaje aceptable, que propicie una próxima campaña con una producción similar a la actual. El sector se está viendo afectado por la fuerte subida de los precios de los combustibles y los agroquímicos, que en muchos casos han experimentado subidas de 50 % de su precio, respecto a fechas pasadas.”



## Una nueva actividad: La ruta del Aceite

**RAFAEL PEDREGOSA**

Cada vez es más habitual la realización de rutas del aceite por nuestra comarca. Algo que permite conocer más sobre nuestro entorno a la vez que se potencia esta actividad económica. Una de las últimas que se ha organizado tuvo lugar en el municipio de Algarinejo, con motivo de la celebración del día del olivo, con una serie de actividades enfocadas a potenciar el conocimiento sobre el olivo y el aceite. Se celebraron una serie de actos enfocados a la principal actividad económica de la zona, no sólo de Algarinejo sino del Poniente de Granada. El día comenzó con un desayuno molinero degus-

tando los productos típicos de la zona: con aceites recién molidos como aceites Cáliz y Orodeal, dulces típicos de El Molino de Fuentes de Cesna o las mieles El Palancar. Una vez recuperadas las fuerzas se inició la ruta de senderismo por el paraje de Las calderas y la Cooperativa de Algarinejo. De vuelta a la Plaza de España, la actividad continuó con una cata de aceite entre los asistentes degustando diversos tipos de aceites. Para continuar con varias charlas una dedicada al manejo del suelo y los abonos para el olivar. La otra charla dio a conocer a más de un centenar de personas la página web y la App Ruta del Aceite y el olivar del Poniente de Granada, ideada por la DOP Poniente de Granada. Se le explicó al público en que

consiste la Ruta del Aceite, los recursos que incluye, así como los lugares que engloba, haciendo hincapié en los recursos de Algarinejo como la Cooperativa de Algarinejo SCA, el AT Casa María, a nivel gastronómico Casa Piolas y los monumentos propios. Además, se dieron a conocer los recursos más interesantes del entorno, como las necrópolis excavadas en la roca de Zagra, el conjunto arqueológico de Sierra Martilla (Ventorros de San José, Loja), Las Peñas de los Gitanos (Montefrío). El castillo de Íllora o el patrimonio de Moclín con la ruta del Gollizno, su castillo o el conjunto arqueológico de Tózar, entre los diversos recursos que recoge la App y la web Ruta del Aceite y del olivo del Poniente de Granada.

El broche final, lo puso Casa Piolas con una degustación de aceitunas variadas con sabor a morcilla o lomo de orza entre otras, que endulzaron el paladar de los asistentes.







# La Denominación de Origen presenta la Ruta del aceite del Poniente

Desde la DO se ha creado una página web y una app en la que se ofrece al visitante una oferta variada de los recursos con los que cuenta la comarca

## RAFAEL PEDREGOSA

La Denominación de Origen Protegida del Aceite Poniente de Granada lleva apostando por una marca de calidad asociada a la producción de aceite de oliva virgen extra, en sus distintas variedades y marcas dentro de los municipios que engloban la DO. Desde hace unos años está apostando además por el territorio, no sólo sus campos de olivos y almazaras vinculados a la producción de AOVE, sino por el entorno en el que se encuentra la DO en la comarca del Poniente de Granada.

Para ello desde la DO se ha creado una página web y una app La Ruta del Aceite en la que se ofrece al visitante una oferta variada de los recursos con los que cuenta la comarca de la DO Poniente de Granada: Algarinejo, Íllora, Loja, Moclín, Montefrío, Salar y Zagra. Una ruta que potencia la calidad de sus aceites y fábricas, la gastronomía, sus alojamientos, sus monumentos o yacimientos arqueológicos, unidos a sus paisajes naturales. En definitiva, la creación de una marca con entidad propia que aúna el mejor aceite en un marco incomparable como es el Poniente de Granada.

Debido a la pandemia de la covid-19, el proyecto se vio frenado, por los motivos conocidos por todos, ahora que parece que la situación vuelve a "la normalidad", es el momento de seguir con la difusión y mejora de la oferta de recursos de todo tipo incluida en La ruta del Aceite. En este sentido, desde finales del año 2021 se han mantenido reuniones con las distintas oficinas y concejalías de Turismo de los municipios que engloban la Ruta del Aceite: Algarinejo, Íllora, Loja, Moclín, Montefrío, Salar y Zagra, para informar sobre la iniciativa creada por la DO una página web y la app de La Ruta del Aceite.

La campaña de difusión consistió en reuniones con los distintos entes locales y los técnicos de turismo, para informar sobre la labor realizada por la Denominación de Origen Aceites Poniente de Granada en el fomento de los



La DOP también está apostando por otro tipo de iniciativas, que permitirán conocer los ingenios, fábricas y almazaras tradicionales que un día caracterizaron el territorio

recursos y elementos patrimoniales que integran la comarca del poniente de Granada. Por parte de la DO la labor consistió en dar información sobre dichos recursos: página web y App de la Ruta del Aceite Poniente de Granada. De esta manera se explicaron los distintos recursos que incluye la web y la app sobre cada municipio: almazaras, alojamientos, restaurantes, monumentos información turística, yacimientos, paisajes, turismo activo, la ruta, mapa..., explicando a dichos profesio-

nales los elementos incluidos, así como aquellos que se podrían incluir a posteriori. Para llegar a un consenso entre las distintas oficinas de turismo y profesionales locales, completando así la información recogida por la DO en los soportes digitales y aplicaciones de cada municipio. En definitiva, se trata de ofrecer a los usuarios y visitantes una información turística de calidad sobre, el Poniente de Granada. Información sobre qué ver, dónde comer, que monumentos visitar, horarios, alojamientos, ... dotando al visitante que decida venir al Poniente de Granada de una información lo más completa posible para organizar su viaje a la comarca del Poniente de Granada. Además de la reunión con las distintas entidades y organismos, se le dio a cada oficina de turismo y ayuntamiento den-

tro de la ruta, folletos explicativos de la misma, para su difusión entre los visitantes tanto en la página web como de la app, así como un mapa del territorio y de los recursos que se pueden visitar en la comarca. Unido a esta labor, se procedió a la entrega de unas placas de adhesión a la Ruta del Aceite, que se encuentran en las fachadas de los principales elementos que se incluyen en la ruta, como son las Oficinas de Turismo y algunos Museos o Centros de Interpretación, sin ningún coste para las entidades locales.

### Vetebrar el territorio

La Ruta del aceite Poniente de Granada nace con el objetivo de vertebrar el territorio en el que se enmarca, a través del apasionante y desconocido mundo del aceite de oliva vir-

gen extra. Para ello cuenta con un análisis de todos los recursos turísticos que se encuentran en la comarca productora del oro líquido de la DO, y que pasa por ser una de las zonas con más tradición y saber hacer de toda Andalucía. La comarca cuenta con la Denominación de Origen Protegida para la elaboración de los aceites que se producen en su territorio, municipios como Algarinejo, Íllora, Loja, Moclín, Montefrío, Salar o Zagra. La DO cuenta con un patrimonio histórico de excepcional riqueza, un paisaje lleno de contrastes y una gastronomía que ha sabido recoger y conservar hasta nuestros días, lo mejor de cada una de las culturas que han pasado por esta tierra.

La DOP también está apostando por otro tipo de iniciativas, que permitirán conocer los ingenios, fábricas y almazaras tradicionales que un día caracterizaron el territorio del Poniente, a través de la creación de una serie de libros y publicaciones, que darán a conocer las fábricas tradicionales de aceite y el olivar, antes de la llegada de las cooperativas tal y como las conocemos hoy día.

Para ello desde la Denominación de Origen se ha creado una página web y una app La Ruta del Aceite en la que se ofrece al visitante una oferta variada de los recursos con los que cuenta la comarca de la DO Poniente de Granada







ESPECIAL CAMPAÑA DE LA

*Aceituna en el Poniente*



5



- **Toldos en lona de PVC y acrílico**  
PVC and acrylic canvas awnings
- **Lonas de camión y piscinas**  
Tarpaulins and truck pools
- **Tapicería náutica y del automóvil**  
Nautical and automobile upholstery
- **Tapicería general**  
General upholstery

654 72 37 29

Polígono Ind. Frontil. C/. Neblín s/n. Loja (Gr)

toldosramirez@yahoo.com





# La característica del olivar de la DOp es que se trata de explotaciones multivarietales

**En nuestra comarca se pueden encontrar cuatro variedades principales: Hojiblanca, Picual, Picudo y Lucio alternados con otras minoritarias**

## DENOM. ORIGEN

En la actualidad la DOP ampara 37.000 ha de olivar, repartida por los 16 municipios que integran la comarca de Poniente de Granada. Se encuentran amarradas 14 almazaras, que además son envasadoras autorizadas y 9 comercializadoras

La producción media de aceite que oscila alrededor de las 32.000 tm al año

Durante el pasado año, se ha completado el proceso de inscripción en la DOP de la almazara San Isidro de Loja, lo cual ha supuesto un fuerte respaldo al proyecto de la DO, sumando un importante actor con fuerte proyección comercial que permitirá acometer proyectos de mayor dimensión que los desarrollados hasta el momento

### ¿Qué caracteriza a sus aceites de la DOP?

La característica principal del olivar de la DOP es que se trata de explotaciones multivarietales dentro de las cuales se pueden encontrar cuatro variedades principales: Hojiblanca, Picual, Picudo y Lucio alternados con otras minoritarias, distribuidas por los diferentes municipios, como puede ser el nevadillo de Alhama, Manzanillo de Montefrío, el Chorreo de Montefrío o el loaime. Este hecho, junto que la totalidad de los olivares presentes en el territorio tradicionales situados en zonas de



montaña y cultivados en régimen de secano, contribuyen aún más a la singularidad de los aceites amparados.

### ¿Qué iniciativas de promoción han puesto en marcha o tienen pensadas para aumentar su comercialización?

Desde el Consejo Regulador se desarrolla anualmente un plan de promoción con diferentes áreas de actuación, donde se incluyen actividades de formación e información al consumidor, como pueden ser catas y jornadas dirigidas a fomentar el conocimiento de las diferentes calidades que encontramos dentro del mundo del aceite, así como las singularidades que ofrecen al consumidor los aceites que la

DOP Poniente de Granada ampara. También se realizan campañas de promoción en medios de comunicación, redes sociales y promociones en los diferentes puntos de venta donde se comercializan los aceites protegidos.

Desde 2019 se está colaborando con el proyecto piloto MELIPOP que está siendo desarrollado por Centros de Salud y escuelas de 3 ciudades diferentes: Córdoba, Santiago de Compostela y Zaragoza. El estudio lo realiza un equipo multidisciplinar compuesto por pediatras, dietistas-nutricionistas, enfermeras o graduados en ciencia de la actividad física. Tiene por objetivo que por primera vez en España se valore el efecto de

una dieta saludable sobre la incidencia de obesidad a lo largo de la infancia.

El CRDOP Poniente de Granada colabora en este estudio mediante la donación del aceite de oliva virgen extra empleado en el mismo.

### Desarrollo de la campaña 21/22

Esta campaña se ha caracterizado por un adelanto importante del comienzo de la recolección de la aceituna, lo cual ha propiciado un aumento considerable de la calidad del aceite producido, encontrando en todas las almazaras lotes de aceites con puntuaciones altas en frutado y matices muy singulares, propios de las diferentes variedades

de aceituna que se cultivan. Aceites que se comercializarán en su totalidad, protegidos bajo el distintivo de calidad que representa la DOP Poniente de Granada.

Esta campaña también se está caracterizando por un rendimiento graso de la aceituna muy inferior al registrado en años anteriores, como consecuencia de la falta de agua que han padecido los olivares durante los meses del otoño. Sin embargo, esta falta de agua durante toda la campaña de recolección, ha redundado en un rápido desarrollo de la misma, lo cual ha repercutido muy favorablemente en la calidad general de los aceites obtenidos, muy superior a la de años precedentes.



**PONIENTE**  
de Granada  
Denominación de origen protegida

### Empresas Inscritas

**Aceites Algarinejo S. Coop. And. San Francisco de Asís S.Coop.And.**  
**Aceites Morales S.A. Ntra.Sra.Los Remedios S.Coop.And**  
**Agriconsum SA Puerto Lope S.Coop.And.**  
**Almazara Casería de la Virgen S.L. San Lorenzo S.Coop.And.**  
**Fuentes de Cesna Soc.Coop.And. Agraria Santa Ana de Salar S. Coop. And.**  
**Hijos de Matías Pareja S.L. Agraria Cerro Gordo S. Coop. And.**  
**Coop. Agr. San Isidro de Loja Roldán Oliva 1.895 S.L.**

**Consejo Regulador de la D.O.P. Poniente de Granada**  
[www.doponientedegranada.com](http://www.doponientedegranada.com)










# DCOOP, adaptarse al olivar de futuro

## Las almazaras han de adaptarse para recolecciones más cortas en el tiempo y teniendo los menores gastos posibles

Debido a las circunstancias tan desgraciadamente desfavorables por la sequía, estamos

viviendo un momento de precios que cubren los gastos de la mayoría de explotaciones

olivareras. Pero debemos estar preparados para cuando vuelvan los tiempos de crisis de

precios y grandes producciones, aupadas por las nuevas plantaciones, debido, por otro lado, a la falta de rentabilidad de otros cultivos. Es un trabajo que compete a cada eslabón de la cadena.

El fomento del consumo en todo el mundo, las nuevas normativas de calidad y trazabilidad o los mecanismos de retirada del producto son algunas de las líneas de trabajo de todo el sector. También las almazaras han de adaptarse a los nuevos tiempos preparándose para recolecciones más cortas en el tiempo y teniendo los menores gastos posibles, algo que también aplica a la gestión de comercialización.

DCOOP trabaja para ofrecer servicios que contribuyan a mejorar la gestión de las explotaciones, abaratando costes e incrementando la calidad.

trata de que el olivar siga siendo la fuente de vida en nuestros pueblos.

Dcoop ha puesto a disposición de sus olivareros asociados del Departamento Técnico Agrícola para que realice un diagnóstico de cuál es la situación de las explotaciones olivareras y qué mejoras se pueden hacer. No hay una solución única, sino que cada explotación puede tener una respuesta. Aprovechese el agua si es posible, renuévese por plantaciones más productivas e intensivas, adáptese a la mayor mecanización posible... y si no es posible, conviértase en producción ecológica o acójase a figuras como las denominaciones de origen. Somos conscientes de la dificultad que presentan todas estas cuestiones, pero la subsistencia a futuros puede depender de ello. El Grupo también está trabajando con proveedores técnicos y financieros que puedan ayudar a esta adaptación de nuestros olivares.

### ¿Qué podemos hacer?

Pero ¿qué podemos hacer en nuestros olivares para hacerlos más rentables y competitivos? Esa es una pregunta que puede tener muchas respuestas y una reflexión en la que viene trabajando el Grupo Dcoop desde hace tiempo y que se traduce en el programa de defensa del olivarero tradicional. Enmarcado en las acciones de responsabilidad social corporativa y objetivos de desarrollo sostenible 8 de crecimiento económico y 11 de comunidades sostenibles, se



## COMPROMETIDOS CON EL MEDIO RURAL

*En Dcoop somos miles de pequeños agricultores unidos que trabajamos generando riqueza y empleo en cientos de pueblos y aldeas rurales. Estamos comprometidos con el crecimiento económico sostenible en el entorno rural para garantizar su futuro a largo plazo.*







**LOXA**

**HISTORIA**

La Cooperativa Agrícola San Isidro de Loja se funda en la localidad granadina de Loja en 1958 con una decidida vocación de presente y futuro. El campo tiene sus propios tiempos y hay que avanzar a la par que ellos. La inmediatez aquí no tiene lugar. La exquisita calidad de los productos de Loxa reside en una tradición forjada durante años, tradición donde se cimenta la sabiduría de los agricultores que trabajan la tierra a diario.

Con el paso de los años, Loxa se ha convertido en una de las mayores almazaras de aceite de oliva virgen extra de España, y por lo tanto, de todo el mundo. Su capacidad de producción alcanza cada campaña 50 millones de kilos de aceitunas y tres millones de kilos de espárrago verde fresco.

Además, actualmente, su constante vocación de innovación y progreso ha situado a Loxa en la vanguardia de la producción agrícola y aceitera sostenible, tanto desde una perspectiva bioeconómica como comercial.

Por un lado, la aspiración de reducir los residuos al mínimo, produciendo una huella ecoambiental positiva gracias a la conversión en compost de alta calidad y biomasa los residuos producidos durante los procesos de producción del aceite de oliva virgen, es ya una realidad materializada en las nuevas plantas de tratamiento y gestión de residuos. Por otro lado, a nivel comercial Loxa aspira a comercializar directamente la mayor cantidad de su producción, generando de este modo alto valor añadido en el propio origen.

A lo largo de su ya extensa historia y gracias al trabajo, esfuerzo y dedicación de sus socios y socias, Loxa es una sólida, dinámica e innovadora apuesta por el presente y el futuro del campo andaluz. Y siempre con el respeto por la tradición y el medio ambiente como luz e inspiración.

**FAMILIA**

Loxa es un cooperativa de trabajo social que cuenta con casi 1.400 socios. Desde sus inicios, el carácter familiar de Loxa va mucho más allá de saberse el medio de vida de los socios de la cooperativa y sus familias.

**Red social**

Los actuales 1.400 socios y sus familias, trabajadores directos y auxiliares, agricultores pro-

# San Isidro de Loja, una apuesta por la innovación

## Loxa se ha convertido en una de las mayores almazaras de aceite de oliva virgen extra de España



fesionales y agricultores familiares, tiendas y comercios estrechamente relacionados con la actividad de la cooperativa, y todas las personas que de un modo u otro están vinculadas con Loxa, conforman un entramado humano, constituido por miles de mujeres y hombres, que va mucho más allá de una mera relación comercial. Loxa es una verdadera red social. Y también económica y cultural. Y por supuesto, familiar. Y como tal, Loxa ofrece a sus socios y clientes una serie de productos y servicios complementarios como combustibles, telefonía, abonos, fitosanitarios, suministros, repuestos, asesoramiento técnico o servicio de maquila para autoconsumo.

Historia, familia, territorio, sostenibilidad, conceptos intrínsecamente unidos a Loxa desde su materialización como cooperativa agrícola en 1958 y que bien podemos resumir en una misma idea: progreso. Y no podemos olvidar a un miembro fundamental de nuestra familia, el olivo. Nuestro hermano el olivo.

**TERRITORIO**

La naturaleza, el territorio, es un factor determinante en la conformación cooperativista y

comercial de Loxa. Andalucía, su impresionante y riquísimo entorno natural, posee una profunda personalidad que determina su realidad socio-cultural. El campo andaluz es el alma de Loxa. Y, a su vez, gracias a su vigor comercial y su firma apuesta por la sostenibilidad y la bioeconomía, Loxa asegura el futuro del campo andaluz.

**Circularidad**

El olivar es el bosque andaluz. Verdadero y vigoroso pulmón ecoambiental y económico. Un bosque racionalizado, geométrico, sostenible, fuente de riqueza. Un entorno donde todo se aprovecha a partir de la materia prima: la aceituna. La investigación constante de los técnicos de Loxa ha perfeccionado los procesos de elaboración de compost de alta calidad. Por otro lado, un área de trabajo en la que también se están dando pasos importantes es valorización, clarificación y comercialización del hueso de la aceituna como biomasa de calidad normalizada para la elaboración de biocombustibles. La tendencia es alcanzar cero residuos. Retornar al origen del aprovechamiento de todo. Devolver al olivo lo que el olivo nos da. Lo que proviene de la tierra es

devuelto a la tierra positivamente.

**LOXA CIRCULAR**

Cada vez más voces se une al coro que clama un mensaje claro, contundente y rotundo: la sostenibilidad no es una opción. Ni tampoco es, por supuesto, una estrategia de marketing. Una de esas etiquetas que se colocan las empresas, sean del sector que sean, con la única finalidad de no perder pie un mercado que les exige ser ecológicas.

Sin embargo, los hombres y las mujeres que vivimos en el campo, del campo y para el campo tenemos muy claro desde siempre que la sostenibilidad no es una opción. El campo es un medio duro y exigente, sujeto a circunstancias que no es posible controlar. Tener los pies en el suelo y mancharse las manos no son figuras retóricas aquí. Lo sabemos muy bien los agricultores andaluces. Hace siglos que aprendimos a convivir con el campo. Porque el campo es mucho más que nuestro sustento. El campo te enseña que dar y recibir es lo mismo, exactamente lo mismo: sin

equilibrio no puede haber vida. Y la sostenibilidad persigue mantener ese equilibrio fundamental.

Sabemos desde siempre que no somos más que un eslabón de un inmenso ecosistema natural. Y como tales hemos aprendido a comportarnos, como miembros del más impresionante y sofisticado mecanismo que existe: la naturaleza y sus procesos. Nadie es más consciente que las mujeres y los hombres del campo de que tan solo somos una parte de estos procesos. Y que sin respeto por nuestro medio, sin respeto por el suelo que pisamos y que nos sostiene, no puede haber progreso.

**El aprovechamiento de la aceituna es total**

Sabemos bien que innovación, tecnología y progreso no necesariamente significan contaminación y menoscabo de los recursos naturales. En Loxa tenemos presente que tecnología —y cultura— también es el arado y la vara de varear, las espuelas de recolección o las piedras de los molinos. Los tiempos cambian, avanzan rápido y las exigencias del mercado cada día son mayores. Pero los principios no cambian; más allá de la tosquedad de los antiguos aperos o las equilibradas aleaciones de acero inoxidable de las nuevas almazaras, la esencia es la misma. Un principio fundamental es que, al igual que siempre ha sucedido en los cortijos —y aún hoy sucede—, aquí no se desaprovecha nada. Es la perenne y valiosa lección que nos ofrece el campo andaluz.



**LOXA ENVERO PREMIUM**

Aceite de oliva virgen extra obtenido exclusivamente al inicio de cada campaña de recogida, cuando la aceitunas todavía están verdes. Extraído totalmente en frío con procedimientos mecánicos inmediatamente tras su recolección y envasado «en rama» después de su decantación y meticuloso desbastado, conseguimos un excelente zumo natural. De este respetuoso proceso surge Loxa Envero Premium, un aceite de oliva virgen extra de las variedades hojiblanca y picuda, de alto frutado de aceituna verde y gran intensidad en el sabor, con un matiz amargo y ciertas notas picantes, equilibrado y con una agradable persistencia en boca, lo que le otorga una personalidad rica y compleja.

**LOXA 1958**

El proceso cromático de la aceituna nos va indicando el punto de maduración. Del verde pasa al morado, inicio de la maduración, y en este estado produce un aceite de oliva virgen extra, de variedad predominantemente hojiblanca, de profunda personalidad, con tonos frutados medios, recuerdo de su reciente estado de joven aceituna verde, pero que se enriquece con sutiles matices picantes y amargos, que lo dotan de un perfecto equilibrado aroma y sabor.





# SANTA ANA<sup>®</sup> DESALAR S.C.A desde 1960

## Avanzamos hacia el futuro.

Desde 1960 elaborando Aceite de oliva Virgen Extra desde Salar (Granada)

Este 2022 es el momento del cambio, de la renovación y evolución de nuestra almazara. Este año han comenzado las obras de lo que será nuestra nueva almazara, vuestra nueva Santa Ana de Salar.

Un proyecto que avanza hacia el futuro con una mirada de ilusión para nuestro pueblo y para nuestros agricultores, para seguir produciendo más y mejor nuestro preciado AOVE Santa Ana de Salar.







# ANSOTEC presenta su proyecto Almazara 4.0

## Permite mejorar y optimizar las almazaras de forma segura y sin riesgos

### JUAN COBOS

Al abrigo de la iniciativa a nivel mundial -en España Industria Conectada 4.0- y a su ya inevitable impacto en toda actividad industrial de fabricación, ANSOTEC ha desarrollado una solución específica para el Sector Oleícola, bajo el nombre de ALMAZARA CONECTADA 4.0. con el objetivo de desarrollar un producto que dé respuesta al gran desafío que representa la implantación de Modelos de Transformación Digital en las Almazaras.

Modelo en el que la coordinación e inter-operatividad de los sistemas sea colaborativa con todos los procesos implicados a modo de multi-engranaje en la elaboración de aceites de calidad, desde el campo hasta la estantería de una gran superficie; cubriendo toda la cadena de valor. En la cual una parte principal es la Almazara y sus maestros y operarios, los cuales son una parte muy importante en este escenario.

ANSOTEC, con AC-4.0, pone a disposición de potenciales clientes nacionales e Internacionales una solución innovadora y fiable de TRANSFORMACIÓN DIGITAL, que les permita mejorar y optimizar su Almazara, de forma segura y sin riesgos.

ANSOTEC ha dedicado más de dos años en el desarrollo, test e implantación de la solución, reconocido por una publicación de caso de éxito del fabricante ROCKWELL AUTOMATION de EE.UU.

### ¿Qué es Ansotec?

ANSOTEC es Transformación Digital para la Industria 4.0. En concreto somos una ingeniería Tecnológica que se dedica al Diseño, Desarrollo, Implantación y Puesta en marcha de Sistemas de Control de Procesos & Automatización, Sistemas de Gestión de la Producción MES/MOM/BI en modalidad llave en mano, así como los servicios soporte presencial y remoto de nuestros Proyectos. Destacando para el Sector Oleícola la implantación de la Tecnología Almazara Conectada 4.0 - Solución de Transformación Digital para el Sector Oleícola. Ofrecemos un servicio integral, completamente personalizado y productos "llave en mano" con una garantía total. En la actualidad y desde hace años, confían en ANSOTEC empresas con gran componente industrial y complejidad, tanto en el contexto nacional como internacional

### ¿Qué necesidad ve Ansotec para lanzar el proyecto Almazara Conectada 4.0?

La industria AgroAlimentaria debe estar preparada para los

nuevos desafíos: El mercado demanda una mayor calidad, aumentan las regulaciones globales y regionales, aparecen nuevas marcas y productos, crece la competencia, se incrementa la presión de costes y se producen constantes cambios en los hábitos de demanda.

### ¿En qué consiste el proyecto?

La Almazara Conectada 4.0 es la transferencia tecnológica que realiza ANSOTEC del concepto Industria 4.0 al Sector Oleícola que se empezó a desarrollar en 2017, de tal forma que se consigue la integración horizontal de las áreas de proceso planta y la integración vertical de información desde los sensores hasta los sistemas de gestión de negocio, con el objetivo de convertir datos en Información para la toma de decisiones.

Transformamos Digitalmente las Almazaras mediante nuestra Plataforma Integral para el control del Proceso y Gestión de la Producción. Desde la recepción de la aceituna hasta la expedición del aceite gestionamos operaciones y controlamos los procesos.

### ¿Porqué es importante la digitalización en el mundo de la Almazara?

El objetivo es claro objetivo de conseguir reducir el tiempo de llegada de sus nuevos productos al mercado, aumentar la flexibilidad, mantener la cali-



dad e incrementar la eficiencia de sus procesos industriales. Nuestra Plataforma no solo gestiona y controla los procesos de manera eficiente sino que permite recolectar datos de los procesos y convertirlos en información para la toma de decisiones. Sin descuidar lo más importante, la seguridad en todos los niveles.

**¿Qué puede conseguir una almazara si tiene implantado vuestro servicio? Aquí me refiero, por ejemplo, en los tiempos de productividad que gana, en la cantidad de**

### trabajo que puede realizar...

La verdad que las ventajas son muchas pero entre ellas se podría destacar, disponibilidad de información para toma de decisiones, optimización de procesos gracias a la automatización, accesibilidad de información centralizada, interconectividad sistemas Proceso/Negocio, Telemantenimiento y soporte remoto inmediato a industrias deslocalizadas, estandarización de operaciones y fácil aprendizaje de operadores en el manejo, registro de operaciones, trazabilidad, etc..



### ¿Qué es Almazara conectada 4.0?

Es una potente plataforma hardware/software que en un único ambiente homogéneo establece un puente que une y coordina todos los sistemas y simplifica los procesos a partir de una nutrida y seleccionada información, mediante (KPI'S) que permita al personal sustraerse de lo que es menos relevante y centrar su atención en lo sustancial que afecte o pueda afectar a la evolución misma de la producción, calidad y eficacia.

El acceso a esta información debe ser fácil e inmediato en todo momento y lugar gracias a las nuevas tecnologías y estándares en comunicación, propagación y visualización incorporadas en la plataforma.







ESPECIAL CAMPAÑA DE LA

*Aceituna en el Poniente*



11



**ANSOTEC**

High Technology  
Great Performance

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

NUESTRA SOLUCIÓN



En ANSOTEC contamos con una solución específica para transformar digitalmente el sector oleícola optimizando los procesos productivos a través de la ingeniería y el control industrial.

Mediante un servicio integral mejoramos su competitividad expresiondo todo su potencial para ser más eficientes. Lluvia, nieve o trueno.

**ANSOTEC.COM**







ESPECIAL CAMPAÑA DE LA *Aceituna en el Poniente*



*Nos adaptamos a sus necesidades.*

Ofrecemos estancias temporales, de fines de semana,  
diurnas o nocturnas.



**INFÓRMESE EN:** Avenida San Francisco nº 20. 18300 LOJA (Granada)  
958 32 00 63 - [centromisericordia20@gmail.com](mailto:centromisericordia20@gmail.com)