

# AO2026VE

ANUARIO OLIVAR ESPAÑOL

---

## Consumo oliva

nuevos retos

frente a la comida preparada

417.000 nuevas  
has en dos décadas

Riego inteligente  
en el olivar

Sevilla: líder  
en tn por almazara

India: el gigante  
sin aranceles

Hacia el olivar  
sin desperdicio

Altas temperaturas  
y AOVE



---

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

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

# AO2026VE

## El AOVE nuestro de cada día



Todo lo que se hable sobre el aceite de oliva -producción, vecería, climatología, riego, calidad, variedades...-no tendría ningún sentido si no hubiera cientos de millones de personas que en sus casas y en la restauración lo demandaran y consumieran a diario. Un ritual ancestral

que desgraciadamente encuentra cada vez menos oportunidades de consumo ante el auge de la comida preparada y la "fast food".

El tirón de las exportaciones en nuevos mercados, ávidos de productos saludables en donde el AOVE es una grasa vegetal

imbatible, ayuda. Pero entre todos debemos replantearnos lo que queremos que siga siendo el aceite de oliva (virgen extra) en las próximas décadas. Con imaginación e innovación.



### REVISTA ALMACEITE.COM

Alegría de Oria, 2, bajo A  
28027 Madrid  
Tel.: 670 67 55 71

**Director**  
Francisco Cortijo

### Redacción y Colaboradores

Santiago Martos,  
Ana Bravo y Javier Hidalgo

**Edición y Maquetación**  
Julián García

**Fotografía e imagen**  
Jesús Álvaro

**Administración**  
Amelia Martín Bernardos

**Imprenta**  
Gráficas Andalusi  
958 405 655

**Publicidad y Suscripciones**  
670 67 55 71

**e-mail**  
almaceite@gmail.com

**ISSN**  
1137-5574

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

Ilustración portada:  
TungArt 7 (Pixabay)

### Patrocinadores



### Colaboradores



# Digitalizar para competir: innovación y tecnológica en la elaboración del aceite de oliva virgen



De izquierda a derecha:  
Dr. Manuel A. Martínez Cañas;  
Ana González Trejo;  
Ana Cortés Fuerte;  
Dr. Daniel Cortés Montaña

**Texto:** Manuel A. Martínez Cañas (*Responsable del Área*); Daniel Cortés Montaña; Ana González Trejo; Ana Cortés Fuerte (*Área de Aceite de CICYTEX*)

España es el principal productor mundial de aceite de oliva, y la competitividad del sector depende cada vez más de la capacidad de las almazaras para garantizar elevados estándares de calidad, eficiencia productiva y trazabilidad. La incorporación de tecnologías de digitalización y sensorización industrial se presenta como una herramienta clave para la modernización de los procesos de elaboración del aceite de oliva virgen y virgen extra.

La calidad del aceite de oliva virgen no se limita únicamente a sus características organolépticas, sino que responde a un conjunto complejo de propiedades y atributos que incluyen parámetros fisicoquímicos, sensoriales, de identificación y origen del producto, así como la trazabilidad a lo largo de toda la cadena de valor. Asimismo, los procesos de elaboración, almacenamiento, envasado y comercialización, junto con la correcta presentación del producto final y su etiquetado, influyen de manera decisiva en la calidad real y percibida del aceite. Disponer de información continua y objetiva sobre las variables críticas del proceso resulta esencial para la toma de decisiones y la mejora continua. Desde el Área de Aceite del **Centro de Investigaciones Científicas y Tecnológicas de Extremadura** se está llevando a cabo la validación de un demostrador digital en una almazara dentro del proyecto transfronterizo **TID4AGRO** (Tecnologías

avanzadas, innovadoras y digitales para el sector agroalimentario de la EUROACE). Este proyecto tiene como objetivo mejorar la competitividad y sostenibilidad del sector agroalimentario de la EUROACE a través de la digitalización de sus procesos en toda la cadena de valor y mediante la generación, validación y transferencia de conocimiento en tecnologías avanzadas, innovadoras y digitales.

### En tiempo real

Se diseñó e instaló una red de sensores orientada a la monitorización en tiempo real de las principales variables del proceso productivo de una almazara tradicional. Los sensores implementados incluyeron sondas de temperatura, humedad y presión, así como caudalímetros másicos y de agua, permitiendo un control exhaustivo de las condiciones operativas en las distintas etapas de elaboración del aceite. Todos los sensores fueron integrados y comunicados con el sistema SCADA existente en la almazara, facilitando la visualización, supervisión y control de los datos en tiempo real.

La información generada se almacenó en un servidor centralizado para su tratamiento, análisis y procesado, posibilitando el estudio histórico de variables e identificación de patrones de funcionamiento, desviaciones y oportunidades de optimización. Con estos sensores se registraron y controlaron las temperaturas de las aceitu-

nas en las tolvas, las temperaturas de la pasta durante el proceso de batido y la del aceite a la salida de la centrifuga vertical o en los depósitos de almacenamiento. Se controló el caudal y la temperatura del agua durante todo el proceso. Con los sensores instalados a la entrada y salida del decanter se pudo ajustar la eficacia del proceso de extracción.

El análisis de los datos obtenidos permitió conocer en profundidad el comportamiento del proceso productivo a partir de registros continuos y objetivos, superando las limitaciones asociadas a controles puntuales o basados exclusivamente en la experiencia del operario. Asimismo, la sensorización del proceso contribuyó de manera significativa al incremento del nivel de trazabilidad, al vincular de forma precisa las condiciones de elaboración con cada lote de producción. También destacó la capacidad del sistema implantado para detectar puntos de mejora a lo largo del proceso, optimizar el uso de recursos y reducir la variabilidad no deseada. Todo ello se tradujo en una mayor eficiencia operativa y en el aumento de la calidad global del proceso.

Se concluyó que la implementación de sistemas de digitalización basados en sensorización en almazaras se posiciona como una estrategia clave para reforzar la competitividad del sector oleícola, garantizando productos de alta calidad, alineados con las exigencias del mercado.