



FRUTADO INTENSO

Periódico Independiente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Estepa

Año 2005

Número 0

OLEOESTEPA LANZA SU NUEVA IMAGEN



A través de una ambiciosa campaña en la que la cooperativa Oleoestepa lleva varios meses trabajando, esta entidad propone un importante plan de comunicación dirigido a todos los sectores sociales implicados en el proceso de producción y comercialización del aceite de Oliva Virgen Extra. Se trata de una apuesta valiente e innovadora como viene siendo la línea de trabajo de este grupo encaminado a ofrecer a los consumidores, no ya los siempre premiados y prestigiados aceites de la comarca de Estepa y Puente Genil, sino toda una batería de acciones encaminadas a dar a conocer estos ricos zumos de aceitunas.

En primer lugar se ha realizado un cambio sustancial de las botellas tanto de cristal como de pet que han sido totalmente personificadas y únicas como el producto que contiene.

Igualmente se ha desarrollado toda una línea de trabajo encaminada a simplificar y paralelamente embellecer todo el etiquetado, unificando criterios y mostrando un especial cuidado en los detalles, uniendo elementos tradicionales y propios de la marca Oleoestepa con las nuevas líneas de trabajo más innovadoras y vanguardistas.

Paralelamente Oleoestepa cuenta con un plan de comunicación centrado en los diferentes medios de comunicación, prensa, radio y televisión en el cual las cuñas, las inserciones publicitarias, etc, irán apareciendo de forma escalonada, para dar a conocer a los diferentes consumidores la nueva imagen de Oleoestepa.

Dicho plan va dirigido especialmente al importante sector de exigentes consumidores con los que cuenta la marca Oleoestepa, pero también va hacer hincapié en sectores estratégicos dentro del proceso productivo, así se contemplan intervenciones de promoción a grupos tales como, los propios socios del grupo, 4.500 familias orgullosas del trabajo realizado, así como especial incidencia en sectores estratégico tan importantes como son los grandes prescriptores, restauradores, hosteleros, miembros del turismo gastronómico y el siempre interesante sector de la medicina, necesitados de marcas de calidad contrastada y de referencia en el mercado.

PURICON



SOLICITA LA CALIDAD CERTIFICADA

La Cooperativa Puricon S.C.A. de Aguadulce solicita la Calidad Certificada para sus Aceites de Oliva Virgen Extra. Una vez vistos los resultados de trabajo de este primer año de participación en el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Estepa y teniendo en cuenta el aval de esta entidad además de los controles de su Sistema Integrado de Calidad y Medio Ambiente el equipo directivo de esta cooperativa quiere abrir nuevas líneas de trabajo que reconozcan y den a conocer las excelencias de sus aceites. En este caso a través de su participación en la Calidad Certificada se consigue un nuevo paso más al ubicar sus productos dentro del selecto club de Productos de Calidad avalados por la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, consiguiendo con ello una mayor promoción y difusión de los mismos.



HALCON

MAQUINARIA
AGRICOLA



Vibradores frontales



Gradas de discos



ISO 9001

ENAC



Picadoras de ramas



ESTEPA (Sevilla)

EXPORT AGRICOLA S.L.

Fábrica de maquinaria agrícola

Pol. Ind. Los Olivares, C/ Beas de Segura, 5
Telf: 953 28 07 87 - 629 76 21 55 Fax: 953 28 18 74
Apartado 418 23009 - JAÉN - ESPAÑA
E mail: exportagricola@yahoo.com
www. Halconagricola.com

ANTONIO QUIROS CRUZ

DISTRIBUIDOR PARA LA COMARCA

Editorial



Edita:

Consejo Regulador de la Denominación de Origen Estepa

Pol. Ind. Sierra Sur - Centro de Empresas -41560 Estepa (Sevilla)

Tfno. 95 591 26 39

Fax. 95 591 26 30

Web: www.doestepa.es

E-mail: secretaria@doestepa.es

Redacción

Secretaría del C.R.D.O.Estepa

Diseño y Maquetación

Rosa Tienda Alvarez

Imprenta

MR Publicidad

Depósito Legal

SE-4522-05

El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Estepa agradece el trabajo de todos sus colaboradores en este proyecto



Cuando apenas ha transcurrido un año de la aprobación oficial de la Denominación de Origen Estepa, desde éste su Consejo Regulador queremos lanzar un nuevo proyecto para acercar y dar a conocer la realidad de nuestra institución, a sus asociados, los olivereros, las Almazaras y a todas las entidades que están colaborando en el desarrollo del Olivar de estas comarcas.

Como muchos de vosotros sabéis el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Estepa lo formamos los 4,500 olivereros que labramos en las comarcas de Estepa y de Puente Genil; 19 Almazaras, que han solicitado su integración en la denominación de origen y por las envasadoras que han deseado integrarse igualmente.

La personalidad jurídica del Consejo Regulador de la D.O. es la de un organismo público, descentralizado de la administración y con financiación privada.

El ámbito de actuación territorial comprende los términos de Aguadulce, Badolatosa, Casariche, Corcoya, Estepa, Gilena, Herrera, Lora de Estepa, Marinaleda, Pedrera, La Roda de Andalucía, El Rubio y Miragenil en Puente Genil, con una superficie de olivar de 40.000 has, cuya producción aceitera alcanza una media de 25,000 Tn.

Las dos misiones fundamentales del Consejo Regulador son: por una parte, la protección de los aceites de oliva extra que reúnan las características definidas por el Reglamento, y cumplan los requisitos exigidos por el mismo y la legislación vigente; por otra, el C.R. velará especialmente por la promoción del producto amparado, para la expansión de sus mercados, recabando la cooperación de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía.

El Reglamento del Consejo Regulador de la Denominación de Origen "ESTEPA" y de su Consejo Regulador se aprobó el 24 de septiembre de 2004.

El presidente fundador de esta Denominación de Origen es don José Humanes Guillén, agricultor del termino municipal de Pedrera, Ingeniero Agrónomo, y persona dedicada a la investigación del Olivar y del Aceite de Oliva desde su juventud.

Sin embargo, aún son muchos las personas que desconocen la realidad práctica de este Consejo Regulador, su por qué, el cómo y el cuando, su funcionamiento, las acciones, sus resultados, etc., son algunas de las inquietudes necesarias que, desde esta institución, queremos aclarar, transmitir e informar a toda la comunidad olivarera de esta Comarca de Estepa y Puente Genil. Por ello, este proyecto del que me es grato presentar hoy su primer número, se trata del periódico del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Estepa "FRUTADO INTENSO". Es ésta una apuesta personal del Consejo Regulador, por difundir, comunicar y divulgar entre toda la amplia comunidad que conforman el mundo del olivar de nuestras comarcas todas las informaciones científicas, económicas, sociales, culturales, tradicionales, etc que puedan ser de interés para nuestros asociados.

Pero este periódico no debe limitarse a comunicar informaciones científicas o económicas, ha de ser también vehículo de expresión y preocupación de los olivereros, de los almazareros, de los consumidores. Nos complacería enormemente que estas páginas sirviesen de nexo entre investigadores, especialistas, olivicultores, y como no entre los restauradores, médicos, amas de casa, nuestros trabajadores, los proveedores y, en definitiva, la gran familia del olivar de esta tierra, para que establezcamos entre todos estrechos vínculos de colaboración en beneficio de los productos del olivar y, en general, por el desarrollo social y económico de nuestro territorio.

Es propósito del Consejo Regulador de Estepa editar cuatro números anuales del periódico "FRUTADO INTENSO", en los que se dará amplia difusión a los trabajos emprendidos en el sector olivícola para que se traduzcan en un mejoramiento de la productividad del olivo, las técnicas de transformación, la calidad de sus productos, y la revalorización de los subproductos, e igualmente en un mejor conocimiento del Aceite de Oliva Virgen Extra y sus propiedades biológicas.

Desde el Consejo Regulador no se ahorrará esfuerzo en pro de esta labor divulgadora. Pero una buena información debe reflejar la opinión de todos y la experiencia de cada uno. A estos efectos, confío en la estrecha colaboración de cuantos trabajan en los diferentes sectores del mundo olivarero para que sigan aportando su opinión y tengan en este nuevo periódico un interesante vehículo de divulgación y difusión.

Finalmente no quisiera acabar este editorial del primer número de "FRUTADO INTENSO" sin agradecer la colaboración de todos los que han trabajado en el mismo, igualmente subrayar que está dedicado especialmente a todos y a cada uno de las más de 4.500 familias de olivereros de esta comarca que con su esfuerzo diario hacen posible este proyecto de comunicación, que espero y deseo sea puente de diálogo y conocimiento entre todos los sectores interesados.

José Mª Loring Lasarte.
Presidente del Consejo Regulador

Direcciones de Interés

D.O. Estepa

Olivarera Ntra. Sra de la Fuente Santa S.C.A.

Extramuros/n
41599 CORCOYA
-BADOLATOSA- (Sevilla)
Tfno: 954011057 / Fax: 954011057
E-mail: olifuensanta@inicia.es
olivarerafuentsanta@oleoestepa.com

Olivarera San Plácido S.C.A.

Paraje Isla Quemada Los Bermejales
41570 BADOLATOSA (Sevilla)
Tfno: 954017210 / Fax: 954018059
E-mail: sanplacido@oleoestepa.com

Olivarera Sor Angela de la Cruz S.C.A.

Avda. de Andalucía, 26
41560 ESTEPA (Sevilla)
Tfno: 954820187 / Fax: 955913539
E-mail:
olivarerador@svq.servicom.es
sorangela@oleoestepa.com

S.C.A. Ntra. Sra. de la Paz

C/Badía Polesine, 30
41560 ESTEPA (Sevilla)
Tfno: 954820326 / Fax: 955913929
E-mail: sclapaz@telefonica.net
lapaz@oleoestepa.com

Olivarera Pontanense S.C.A.

Crta. Estepa-Guadix Km. 12
14500 PUENTE GENIL (Córdoba)
Tfno: 957606494 / Fax: 957604600
E-mail: administracion@
olivarerapontanense.com
pontanense@oleoestepa.com

La Purísima de Herrera S.C.A.

Crta. de Estepa, 9
41567 HERRERA (Sevilla)
Tfno: 954013153 / Fax: 954013153
E-mail: lapurissima@oleoestepa.com

San Isidro de Herrera S.C.A.

Crta. de Estepa, 3
41567 HERRERA (Sevilla)
Tfno: 95 4013152 / Fax: 95 4013152
E-mail:
sanisidroherrera@oleoestepa.com

Ntra. Sra. de los Llanos S.C.A.

Plaza de Pablo de Estepa, 1
41590 LA RODA DE ANDALUCÍA (Sevilla)
Tfno: 954016086 / Fax: 954016712
E-mail: nslosllanos@terra.es
losllanos@oleoestepa.com

Olivarera de Pedrera S.C.A.

Autonomía, 1
41566 PEDRERA (Sevilla)
Tfno: 95 481 90 70 / Fax: 95 481 80 69
E-mail: olivarera@interbook.net
pedrera@oleoestepa.com

Olivarera San Nicolás de Marinaleda S.C.A.

Avda. de la Libertad, 109
41569 MARINALEDA (Sevilla)
Tfno: 955829817 / Fax: 955829817
E-mail: sannicolas@oleoestepa.com

Olivarera San Isidro de Gilena S.C.A.

C/Triana, 2
41565 GILENA (Sevilla)
Tfno: 955826564 / Fax: 955826802
E-mail:
sanisidrogilena@oleoestepa.com

Agrícola de El Rubio S.C.A.

Crta. de Aguadulces/n
41568 EL RUBIO (Sevilla)
Tfno: 955828536 / Fax: 955828917
E-mail: elrubio@oleoestepa.com

Olivarera de Casariche S.C.A.

Crta. de Estepa, 19
41580 CASARICHE (Sevilla)
Tfno: 954011086 / Fax: 954011281
E-mail: casarichecoop@yahoo.es
casariche@oleoestepa.com

Olivarera San José de Lora de Estepa S.C.A.

C/ Estepa, 12
41561 LORA DE ESTEPA (Sevilla)
Tfno: 954829098 / Fax: 954829069
E-mail: cooploraretemail.es
sanjose@oleoestepa.com

La Inmaculada Concepción S.C.A.

Crta. de Pedrera Km. 1
41590 LA RODA DE AND. (Sevilla)
Tfno: 954016113 / Fax: 954016113
E-mail:
inmaculadaconcepcion@auna.com
lainmaculada@oleoestepa.com

Arbequisur S.C.A.

Autovía del 92, Km. 95
41550 AGUADULCE (Sevilla)
Tfno: 954817020 / Fax: 954817022
E-mail:
arbequisur@oleoestepa.com

Puricon S.C.A.

Avda. de Andalucía s/n
41550 AGUADULCE (Sevilla)
Tfno: 954816024 / Fax: 954816604
E-mail: puricon@telefonica.net

Sierra del Aguila S.L.

Hacienda ipora
41565 GILENA (Sevilla)
Tfno: 955958172 / Fax: 955958287
E-mail: haciendaipora@telefonica.net

Oleoestepa S.C.A.

Pol. Ind. Sierra Sur C/ El Olivo s/n
41560 ESTEPA (Sevilla)
Tfno: 955913154 Fax: 955913537
Web: www.oleoestepa.com
E-mail: oleo@oleoestepa.com

Las Valdesas

Crta. de Puente Genil-Badolatosa Km. 7
14500 PUENTE GENIL (Córdoba)
Tfno: 957721043 / Fax: 957721043
E-mail:
lasvaldesas@hotmail.com

Un nuevo foro de debate

Isaías Pérez Saldaña
Consejero de Agricultura
y Pesca



Vivimos en una sociedad globalizada y cambiante lo que nos obliga a estar muy bien informados para tener capacidad de respuesta; ésta es precisamente una de las claves del éxito en un mundo altamente competitivo. En este sentido, adaptarse e incorporar los avances tecnológicos y disponer de instrumentos específicos, añade un plus de ventaja a la hora de competir.

Además de contribuir a hacer realidad la pluralidad informativa, la aparición de una nueva publicación especializada supone una ayuda importante para un sector estratégico y emblemático como éste que nos ocupa, el aceite de oliva. Una vez consolidado el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Estepa y su producción, el siguiente paso no podía ser otro que la puesta en marcha de una editorial propia que ayude a mantener una posición de liderazgo y desarrollo, avanzando en la línea de la modernización e incorporación de nuevas tecnologías.

Los datos contrastados más antiguos vinculan la zona de Estepa con el olivo y el aceite a la época romana. Junto a la antigüedad, la diversidad de variedades es otra característica de esta comarca en la que se obtienen aceites apreciados y reconocidos, merecedores de un buen foro de opinión y debate, de intercambio y expresión de ideas y opiniones como debe ser esta publicación que hoy se presenta.

Mi deseo es que el proyecto que ahora comienza se vaya consolidando y creciendo en la misma dirección que el sector. Una tarea que cuenta con el absoluto respaldo de la administración, preocupada por impulsar estrategias de calidad, respeto medioambiental y modernización de los sectores productivos en consonancia con las exigencias de los mercados y los consumidores.

P	D	E	H	B	I	Ñ	K	P	H	V	A
R	I	T	U	Y	X	L	J	T	O	W	Q
S	Q	C	O	N	L	J	H	F	J	D	B
U	W	Y	U	Z	A	B	D	G	I	I	K
C	A	Z	X	A	V	T	R	P	B	Ñ	M
E	G	I	K	M	L	Ñ	P	R	L	T	V
X	Z	C	Q	U	A	B	V	P	A	D	F
C	V	N	J	O	D	M	J	K	N	G	H
D	B	H	I	H	R	C	E	B	A	I	P
T	M	L	W	R	O	V	T	Ñ	C	Y	A
A	S	C	A	M	G	L	I	Y	N	R	E
L	O	Y	U	N	T	V	C	X	A	Ñ	J
L	Ñ	R	Q	N	Q	M	R	P	L	T	L
I	C	U	A	N	I	U	Q	E	B	R	A
N	E	M	P	O	A	Z	E	U	I	F	J
A	O	T	M	I	A	H	L	T	J	D	K
Z	Y	U	B	C	P	S	R	X	O	Q	W
N	D	H	P	T	M	C	Z	P	H	Y	K
A	P	S	Y	T	Ñ	T	O	E	Q	P	Z
M	V	A	R	B	A	C	I	N	R	O	C

Concurso

Encuentra las seis variedades de aceituna que están en la Sopa de Letras de nuestro concurso

Los lectores que envíen la solución a nuestra sede en el Centro de Empresas participarán en el sorteo de una caja de aceite de oliva virgen extra de la Denominación de Origen Estepa

P

or un compromiso con el campo

Ricardo Serra Arias
PRESIDENTE de ASAJA-SEVILLA

Si revuelto anda el patio europeo, más aun lo está la Política Agraria Común que no es más que el eje central de lo que ha sido la historia de la Unión, sumida ahora en un proceso de reformas que mueven a la incertidumbre de los agricultores y a la incomprensión del común de los ciudadanos que, perdidos en el fárrago de su complejidad técnica, mucho me temo que acabarán por simplificarla, centrándose en alguno de sus aspectos, para luego con la inestimable ayuda de los que siempre pescan en río revuelto, descalificarla y clamar para que todo termine.

Tan previsible me parece ésto que muchas veces en las interminables horas de espera en los aeropuertos, idas y venidas, me he preguntado si no está todo planificado para que así ocurra, para acabar con un sistema lo mejor es desprestigiarlo, y para ello modifiquémoslo primero, para que en las apariencias sea fácilmente criticable. Lo convertimos así en el centro de la diana y después... Maquiavelo ronda por los despachos de Bruselas.

Las últimas críticas infundadas han llevado a que hasta la propia Comisaria Europea de Agricultura, Fischer Boel, en muchas ocasiones la "herramienta" de estas reformas, haya salido públicamente en defensa de la PAC y en contra de los que aun esgrimen la vieja y caduca imagen de la PAC como un dinosaurio económico.

Y mientras tanto, los primeros "dolientes" contemplamos cómo nuestro futuro se labra a nuestras espaldas, reforma tras reforma, sin contar con el beneplácito de los agricultores y siempre en aras de un orden más global y unos beneficios que para nosotros nunca acaban de llegar.

No se entiende a las Instituciones Europeas, faltas de liderazgo, que una ocasión tras otra acuerdan modificar el anterior acuerdo antes de los acordado aunque parezca un trabalenguas. En el 92 cambiaron la PAC con la reforma MacSharry, en el 96 una reforma intermedia, llegó después la Agenda 2000, que habría de durar hasta el 2006, pero en el 2003 acordaron cambiarlo todo de nuevo y nos dijeron: "tenemos un horizonte fijo hasta el 2013", bien, no han pasado dos años y antes de empezar con el nuevo sistema (en España entrará en vigor plenamente en 2006) ya se discute (Tony

Blair) sobre si seguir con ésto, y como no hay dinero bastante se cambiará la financiación, lo que llevará indefectiblemente a un nuevo acuerdo que modifique lo anterior y vuelta a empezar.

Si no fuera bastante, Andalucía se haya especialmente implicada pues a la reforma en sí se le une la de cultivos de enorme trascendencia económica y social como son el Algodón, la Remolacha y el Olivar, sin los cuales la historia de Sevilla y del Valle del Guadalquivir habría sido completamente distinta.

Precisamente el olivar fue uno de los cultivos que peor parado salió tras el Acuerdo de Luxemburgo de abril de 2004, "ni en la peor de las quinielas" nos hubiéramos atrevido a pronosticar un resultado como éste, en el que España, primer país productor de aceite de oliva y aceituna de mesa del mundo, resultaba duramente vapuleada, al no conseguir el demandado y más que justificado incremento de presupuesto para el olivar español que compensara el agravio comparativo que en las últimas campañas venía sufriendo el olivar español, al que no se le había reconocido su realidad productiva.

Posteriormente vino la decisión tomada en la Conferencia Sectorial de 25 de noviembre de 2004, que si bien mejoró el escenario inicial propuesto (60% de las ayudas en un pago desacoplado y 40% acoplado) y supuso un avance significativo en la neutralidad presupuestaria para Andalucía, no alcanzaba el objetivo que desde ASAJA siempre habíamos solicitado, que no era otra cosa sino que se garantizara que cada olivarero andaluz recibiera las mismas ayudas que venía recibiendo.

Es perfectamente entendible que ante tanta adversidad, unida al horrible año meteorológico que llevamos y a la caída de precios de muchos productos agrarios, esté cundiendo el desánimo en el sector que parece estar abocado últimamente a las malas noticias. No obstante, la capacidad de respuesta empresarial, la imaginación y la tenacidad para superar los vientos contrarios han sido una característica del empresariado agrario andaluz y buena prueba de ello son los avances en la calidad de muchas de nuestras producciones como ocurre en el olivar, y muy especialmente con los reconocidos aceites de oliva virgen extra procedentes de los olivares de la Comarca de Estepa y la margen izquierda del río Genil, que desde el pasa-

do 24 de septiembre de 2004 cuentan con la primera denominación de origen en nuestra provincia, la *Denominación de Origen Estepa*, colofón a la gran trayectoria de premios y reconocimientos que a lo largo de los años las almazaras productoras de esta zona han ido obteniendo con su buen hacer.

Proyectos como éste son los que demuestran que, pese a la falta de liderazgo institucional, la Andalucía que fue el temor de la Unión Europea en la integración y que, año tras año, sostiene su balanza comercial gracias alas exportaciones agrarias (en 2004 la balanza comercial agroalimentaria andaluza se cerró con un superávit de 1.495 millones de euros) sigue contando con agricultores altamente cualificados y dispuestos a apostar por este sector, de otra forma no se entendería que en las actuales circunstancias de dificultad se acometieran proyectos como el de la D.O. Estepa o como el compromiso de la modernización de los riegos de toda la vega del Guadalquivir, que supondrá endeudarse para los próximos 50 años.

Por eso quiero manifestar de es de esta tribuna que no es concebible una Andalucía sin un sector agrario, que la agricultura es más, muchos más que las mal llamadas subvenciones que parecen ser lo único que el grueso de la población entiende, que es calidad alimentaria y garantía medioambiental, trabajo, conservación del territorios, estructuración social. Que sólo podremos seguir adelante si nosotros mismos y el resto de la población somos conscientes de ello y lo valoramos y que es necesaria la renovación generacional creando ilusión en los jóvenes para seguir adelante. Pero sobre todo que hace falta liderazgo de nuestros políticos y convencimiento de la importancia del sector que ocupa el 80% del territorio.

En fechas recientes el Presidente de los EE.UU defendiendo la Farm Bill (ley agraria americana) dijo "lo que es importante para los agricultores americanos es importante para América" que envidia y que pena al ver que en los eternos debates de nuestro país, perdidos en el laberinto de tantas frases hechas, no haya apenas unas palabras para el sector agrario necesitado, más allá de declaraciones grandilocuentes y posiciones bien intencionadas pero sin contenido, de la firme determinación de superar la situación de crisis que vivimos porque las mujeres y los hombres del campo se lo merecen.



B
A
Y
E
R



B
A
Y
E
R



arpa[®]

El herbicida seguro

- por su eficacia contra malas hierbas
- por su perfil medioambiental



Bayer CropScience



AGROQUIMAR

Polígono industrial Sierra Sur.
C\ Almendra P19 - Teléf. 95 482 00 43

ESTEPA

Grandes pasos en la D.O. Estepa



Próximos a cumplir un año del funcionamiento de la Denominación de Origen Estepa, su Consejo Regulador a través de su nuevo y abierto portavoz el periódico, "Frutado Intenso", se acerca a la figura de uno de los principales promotores de este proyecto y, sin duda, una de las personalidades de nuestra comarca con mayor conocimiento y experiencia dentro del sector olivarero mundial. Se trata de D. José Humanes Guillén, primer presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Estepa.

José Humanes, "Pepe" para los amigos, ¿Cómo ha visto en este primer año de funcionamiento la nueva Denominación de Origen Estepa?

La verdad que muy bien, en este escaso año se ha consolidado la estructura funcional y administrativa del Consejo Regulador, que era muy importante, se está cumpliendo perfectamente con las dos funciones básicas de los Consejos: Control de la Calidad y Promoción, y en líneas generales las cifras están ahí, ya somos una de las Denominaciones de Origen con mayor volumen de aceite calificado y envasado, sin olvidar que somos una de las D.O. más exigentes del país. Además, se ha consolidado una intensa red de alianzas con diferentes organismos públicos y privados, se han firmado numerosos convenios de colaboración, se está consolidando la estrategia institucional de darnos a conocer en la comarca con los programas de señalización y colaboración con las entidades locales, en definitiva creo que en este primer año se puede hacer un balance bastante positivo, y aún queda año donde, según me informan, la actividad promocional es bastante abundante.

¿Qué proyectos considera prioritarios para esta institución?

Dar a conocer las excelencias de los Aceites de la D.O. Estepa es una misión fundamental, por tanto todo lo que sea trabajar en proyectos promocionales para que los consumidores conozcan nuestro producto debe ser labor clave del Consejo, si bien es ésta una misión de medio y largo plazo. Con todo, otro tema que no debe olvidar la D.O. Estepa, y supone un eje diferencial con respecto a otras D.O., es su gran pasado histórico, la realidad olivarera de nuestra comarca, pionera y punta de lanza en muchos aspectos de la nueva olivicultura andaluza, tiene detrás unas raíces históricas de las que pocas Denominaciones pueden presumir, nosotros no sólo tenemos dicho pasado sino que lo conocemos. Quizás sea su divulgación entre los habitantes de nuestra comarca y quienes nos visitan, a través de museos o centros de interpretación de la cultura del olivo, una de las asignaturas por las cuales debe trabajar el Consejo Regulador.

Hablando de otros temas, ¿Qué le parece la situación del mercado y en especial su relación con nuestra comarca?

El mercado se rige como bien sabemos por la oferta y la demanda. Este año, las especiales circunstancias de poca cosecha en nuestro país y en otras zonas productoras como Italia y Grecia, unido a una cada vez más creciente demanda de aceites, especialmente de aceites de calidad, hacen inevitable una subida de los precios. Evidentemente esto es muy positivo para el agricultor ya que va a poder vender bien su producto, especialmente los olivareros de esta comarca que venimos trabajando por la calidad, y ésta hay que pagarla. El problema está en que dicha subida de precios recaiga principalmente en los bolsillos de los consumidores, lo que resultaría negativo ya que puede asustar la demanda de consumo de Aceite de Oliva Virgen Extra por la falta de conocimiento que, acerca de nuestro producto y su consumo, existe en la sociedad, por ello hay que tener mucho cuidado con estas subidas de precios. En relación a la Comarca de Estepa Puente Genil, la situación no varía respecto a otras zonas productoras, si bien en periodos de este tipo, el hecho de que en nuestra comarca se mantengan las producciones señala la preparación y el buen hacer que, en cuanto a prácticas agrarias, existen en la zona. Ello a su vez se refuerza con las liquidaciones y los precios de los aceites de esta comarca que siguen estando por encima de otras zonas productoras. Con ello sólo recalco el gran esfuerzo del productor por la calidad de todos los componentes del sector oleícola de la comarca lo que debe incentivar aún más la D.O. Estepa.

Amigo Pepe, leíamos el otro día mientras preparábamos las entrevistas varios artículos suyos con ya algunos años, más de 20, en concreto de una revista del Consejo Oleícola Internacional, OLIVAE, abril de 1984 nº 1, en ella decía: "Esta olivicultura tradicional se ha de transformar, allí donde el medio lo permita, en una olivicultura moderna capaz de obtener el máximo potencial productivo, mecanizable en su totalidad, con un material vegetal selecto que permita el mínimo período improductivo y en las que los inptus ajenos al sector sean los principa-

les componentes de la producción, la cual, por otra parte, debe ser de la más alta calidad posible. Si la olivicultura no sigue este camino, la consecuencia será la expansión y competencia de cultivos sustitutivos fácilmente mecanizables, capaces de disminuir el componente salarial de los costes y aumentar la productividad, amenazando la desaparición de aquella." Estas palabras escritas hace más de 20 años ¿las sigue afirmando?

Sin lugar a dudas sigo reafirmando en ello. Unas buenas prácticas agrarias, con un excelente proceso productivo y una buena comercialización son el éxito, y la única vía de salida para, en nuestro caso, el Aceite de Oliva Virgen Extra.

Desde su enorme experiencia y estando en primera fila en todos los proyectos relacionados con el olivar de esta comarca, nos gustaría saber ¿Cuál considera que ha sido el gran cambio que se ha producido en nuestro territorio en cuanto al mundo del olivar se refiere? ¿De cuál de los muchos proyectos en los que ha estado involucrado se siente más orgulloso?

A la primera pregunta te respondo indicando que el gran cambio ha estado a mi juicio en la armoniosa transición que en esta comarca se ha producido en cuanto al tema del cultivo del olivo se refiere. Hace ya tres o cuatro décadas, el cultivo del olivo en esta zona era a la manera tradicional, con marcos tradicionales, las variedades propias, etc., desde hace esos 30 años se ha ido produciendo un cambio en la mentalidad del olivarero fundamental: mejoras técnicas en la recogida y en los marcos de plantación con una importante apuesta por la mecanización, mejoras agronómicas con correctas y respetuosas medidas medio ambientales para mejorar la tierra, evidentes mejoras industriales, contamos hoy con magníficas instalaciones, y un largo etc de adaptaciones que he ahí la clave no han servido para eliminar nuestro ya de por sí rico pasado olivarero sino para enriquecerlo y mejorarlo. A la segunda pregunta y al hilo con la anterior yo diría que de lo que más orgulloso me puedo sentir es de ser parte de esa nueva olivicultura que tiene en esta comarca una de las zonas pioneras y líderes en cuanto a nuevos avances técnicos y agronómicos se refiere, especialmente me siento muy satisfecho con ese proyecto de introducción de variedades como la Arbequina en Andalucía que, en esta comarca tenemos buenos ejemplos, están permitiendo el enriquecimiento de nuestros aceites aportando una heterogeneidad y unas cualidades muy positivas para el sector.

REPUESTOS Y TALLERES RODAS, S.L.



REPUESTOS Y TALLERES RODAS, S.L.

Ctra. de Jauja, s/n
Telf./Fax: 95 401 73 65 - 80 42
41570 BADOLATOSA (Sevilla)
E-mail: badolatosa@arodassi.com

Polígono Industrial Sierra Sur
C/ Anisados, naves 13 y 14
Telf.: 95 591 48 14 - 95 591 57 40
41560 ESTEPA (Sevilla)
web: www.rodassi.com

Máquinas para el Olivar y Forestal

Consumo Justo

Laura Roda Vega

Responsable de Calidad y Medio Ambiente de OLEOESTEPA S.C.A.

Una de las acciones más importantes que se persiguen desde la Dirección del CONSEJO REGULADOR DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN ESTEPA es una campaña encaminada a dar a conocer las cualidades del Aceite de Oliva Virgen Extra, mediante la valoración de un producto de enorme calidad.

Tal vez la cotidiana presencia en nuestras cocinas de este producto, asociado indiscutiblemente a la dieta mediterránea, puede desmerecer el incalculable valor y exquisitez del zumo de aceitunas. Por ello, la revista "FRUTADO INTENSO" propone, a través de una serie de artículos elaborados por personas expertas en el sector, ampliar la información para conocer cuáles son las cualidades del aceite de oliva, cuáles son los beneficios de un consumo habitual de este producto, así como resolver cuantas dudas puedan surgir a sus lectores. La finalidad es ayudar a comprender las virtudes del aceite de oliva, aclarar falsas creencias y disfrutar del enorme patrimonio culinario que nos brinda este rico producto.

Comenzaremos este primer número con la participación de Laura Roda Vega, Responsable de Calidad y Medio Ambiente de OLEOESTEPA S.C.A. que tratará a lo largo de los diferentes números, entre otros temas, el etiquetado de los productos, los mejores envases, la trazabilidad,

el color, la turbidez o la conservación de los aceites.

1.- DENOMINACIÓN DE VENTA: es la denominación prevista para este producto en la legislación vigente, que dependerá del aceite que se envase, que en el caso del OLEOESTEPA es siempre ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA.

"Aceite obtenido del fruto del olivo únicamente por procedimientos mecánicos u otros procedimientos físicos en condiciones, sobre todo térmicas, que no impliquen la alteración del aceite y no hayan sufrido tratamiento alguno distinto al lavado, decantación, el centrifugado y la filtración, con exclusión de los aceites obtenidos mediante disolventes o por procedimientos de reestirificación, y toda mezcla con aceites de otra naturaleza".

Esta denominación de venta con la nueva normativa deberá ir acompañada por un texto que en el caso del VIRGEN EXTRA será:

"Aceite de Oliva de categoría superior obtenido directamente de aceitunas y sólo mediante procedimientos mecánicos".

MARCA DEL PRODUCTO: Es la marca Comercial del producto, por ejemplo: OLEOESTEPA, ESTEPA VIRGEN, PURICON.

LISTA DE INGREDIENTES: Estará constituida por la mención de todos los ingredientes en orden decreciente, que en nuestro caso al ser único no precisa de lis-

ta en la etiqueta.

CANTIDAD NETA: En el caso de los líquidos se expresa en unidades de volumen, que variará según la cantidad envasada (250ml, 500ml, 750ml, 1L, 2,5L, 3L y 5L).

IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA: Se indicará el nombre, la razón social y domicilio y número del Registro Sanitario Industrial (R.S.I.).

CONDICIONES DE CONSERVACIÓN Y MANTENIMIENTO: Se especificarán las condiciones en las que deberemos mantener el producto para que se mantenga en perfecto estado, que en nuestro caso siempre deberá mantenerse el aceite en un lugar fresco, seco y protegido de la luz.

FECHA DE CADUCIDAD: En todo etiquetado debe aparecer la fecha de duración mínima o, en su caso, la fecha de caducidad. En el caso del aceite hablamos siempre de fecha de duración mínima. En la etiqueta aparece como consumo preferente:

Consumir preferentemente antes del fin de MES-AÑO

En la mayoría de los aceites esta fecha oscila, desde un año o 18 meses, desde la fecha de envasado.

Con esta fecha no se quiere decir que el aceite no se pueda consumir, sino que a partir de esa fecha pueden disminuir sus cualidades sensoriales.

LOTE: Identificación que le da el envasador al producto que le permite la trazabilidad del mismo.

Esperando que les haya sido de utilidad este primer artículo, me despido hasta la próxima edición, donde les adelanto que trataremos interesantes temas sobre la trazabilidad y la necesaria seguridad alimentaria en el sector.

Como siempre y a través del Remite o a nuestro número de información en OLEOESTEPA 902 23 24 00 ustedes podrán hacer las preguntas que quieran que gustosamente serán atendidos.





ceite en la cocina y la cultura mediterránea

Emilio Rodríguez Borrego

La dependencia del aceite de oliva en la cultura mediterránea es, desde la antigüedad, de gran importancia no sólo como base para la preparación y condimentación de todo tipo de alimentos, también era y es utilizado para macerar y conservar los mismos y, ha sido y es un complemento en farmacia, medicina y otros usos.

Para la gran mayoría de los países mediterráneos y, particularmente para las regiones que lo delimitan, el olivo sigue teniendo un peso social, político y económico de gran calado, es un árbol generoso que necesita de algunos cuidados y mimos para que al final dé un fruto de calidad. Para completar este proceso intervienen muchas personas y se basa en la plantación, el mantenimiento, la recolección, el molino y la poda que dan como resultado el aceite de oliva.

Hablar de aceite de oliva en nuestra comarca es, sin lugar a duda, hablar de OLEOESTEPA y como no del Consejo Regulador **"ESTEPA denominación de origen"**. Se trata de uno de los mejores aceites del mundo, A los premios conseguidos me remito. El resultado de calidad del Aceite de Oliva Virgen Extra **OLEOESTEPA** no es más que el acierto y el buen hacer de todas las Cooperativas asociadas a **OLEOESTEPA**, el trabajo bien hecho de sus socios, trabajadores y, sobre todo, la profesionalidad de los maestros de molino.

Para los enamorados de la cocina, entre los cuales humildemente me encuentro, tener un aceite de oliva Virgen Extra **"ESTEPA denominación"** de **OLEOESTEPA**, supone una ventaja añadida, pues podemos conseguir, más y mejores resultados en la elaboración de las recetas y platos que preparamos en nuestras cocinas.

Poner un ejemplo de recetas de cocina con una base de aceite de oliva Virgen Extra sería interminable, pero para que sirva de muestra les apunto algunas que no quedarían nada mal:

Costillas de cerdo ibérico maceradas en aceite de oliva virgen extra

Adobo de cazón frito en aceite de oliva virgen extra

Salteado de verduras de temporada, con mollejas de cerdo

Patatas cocidas en aceite de oliva virgen extra con espárragos trigueros

Langostinos al coñac, con mayonesa de aceite de oliva virgen extra

Pechuga de pollo al vino mistela con uvas frescas

Asopaipas con miel de caña

Codornices fritas escabechadas

Ensalada simple de tomate y cebollino con orégano, etc.

Si desea preparar alguna de estas recetas le propongo, por ejemplo:



PECHUGA DE POLLO AL VINO DE MISTELA CON UVAS FRESCAS

Cortar un kilogramo de pechugas de pollo limpias en tiras gruesas (dos trozos por cada media pechuga). Poner aceite de oliva virgen extra Oleoestepa en el fondo de la cacerola, cubriendo el fondo. A continuación doramos una cebolla picada muy menuda, se ponen las pechugas de pollo hasta que cambien de color. Se cubre todo con un vaso de vino mistela (si no se tiene en casa podemos utilizar medio vaso de vino Málaga y medio de vino

blanco) y un poco de agua, se le añade una cucharada sopera de azúcar moreno, pimienta molida, perejil y sal.

Cuando el pollo esté tierno se saca de la cacerola y se reserva, se deja reducir la salsa hasta que quede espesa.

Podemos presentar este plato cortando las pechugas en rodajas, acompañadas con las uvas limpias y peladas y todo esto regado con la salsa que nos ha quedado.



Buen provecho

campaña 04/05 ayuda produccion aceite de oliva

PROVISIONAL

campaña 2.004/2.005

ORIGEN	Tm.ACEITE
ACEITE	980.287
A.MESA	59.131
TOTAL	1.039.418
ORUJO 8%	78.423
TOTAL	1.117.841
Total+Marg.S	1.229.625
Penalización	32,01%

ECUS/100 KG	AYUDA INICIAL	ANTICIPO	LIQUIDACION	DIFERENCIA
ACEITE		PREVISTO		
	132,25	81,74	89,92	8,17
DEDUCCIONES				
MEJORA				
CALIDAD 0,3%	-0,397	-0,245	-1,259	-0,114
SUMA PARCIAL	131,853	81,50	88,659	8,060
INCREMENTO				
ORUJO 8 %	10,548	6,520	7,093	0,645
O.P.R. 0,8 %	-1,139	-0,704	-0,766	-0,070
Parcial	141,262	87,314	94,985	8,635
Modulación 3%		-2,619	-2,850	-0,259
Neto socio		84,694	92,136	8,376
	INICIAL	ANTICIPO	LIQUIDACION	DIFERENCIA
PTS/EURO	PTS/KG/ACEIT	PTS/KG/ACEIT		
166,386	235,041	140,920	153,301	13,936

	antipo	liquidacion
C.N.G.	760.027	760.027
Solidaridad	0	0
CNG Corregida	760.027	760.027
P.Efect.ayuda	1.229.625	1.117.841
Pena.antipo	38,19%	32,01%
Antic-M.Seg.	61,81%	67,99%

Cálculo de ayudas para 100 Kg. de aceite producido	Euros €	Pesetas Pts
--	---------	-------------

Ayuda Inicial	141,26	23.504,07
Ayuda Penalizada	92,14	15.330,12
Anticipo Ayuda	84,69	14.091,95
Liquidación Ayuda	7,44	1.238,17

	Provisional 2005/2006	Producción en Tm. Aceite				
		2004/2005	2003/04	2002/03	2001/02	MEDIA
JAEN	230.000	422.891	610.822	374.942	613.492	505.537
SEVILLA	49.725	60.479	79.206	42.062	78.282	65.007
CORDOBA	170.000	205.810	274.451	163.442	285.212	232.229
MALAGA	42.000	45.963	73.389	36.793	73.375	57.380
GRANADA	56.000	77.478	115.739	78.856	104.055	94.032
HUELVA	4.100	5.252	3.821	3.485	3.236	3.949
ALMERIA	8.263	4.763	7.075	5.502	6.846	6.047
CADIZ	4.800	6.781	6.993	5.511	5.683	6.242
ANDALUCIA	564.888	829.417	1.171.497	710.593	1.170.181	970.422
RESTO ESPAÑA	150.000	154.293	244.994	150.515	243.459	198.315
Total España	714.888	983.710	1.416.491	861.108	1.413.640	1.168.737
Stock inicial	205.010	315.300	95.700	324.400	141.800	219.300
Importaciones		72.000	64.400	39.100	9.900	46.350
Total disponible	919.898	1.371.010	1.576.591	1.224.608	1.565.340	1.434.387
Consumo interno		632.000	630.700	591.300	636.800	622.700
Exportación		534.000	632.100	537.600	601.800	576.375
Total salidas	0	1.166.000	1.262.800	1.128.900	1.238.600	1.199.075
Stock final	919.898	205.010	313.791	95.708	326.740	235.312

Campaña 2004/2005:

Este anticipo que recibiremos de la ayuda a la producción de aceite de oliva de la campaña 2004/2005 en los primeros días de noviembre, es el último que se percibirá en función a la cantidad de aceites o aceitunas de mesa producidas y certificadas. El anticipo por 100 Kg. de aceite será de 84,60 €, o lo que es lo mismo 140,91 pts/Kg. de aceite, la liquidación a percibir, sobre Agosto de 2.006, será de 7,44 € los 100 Kg. de aceite, que equivale a 12,38 pts/Kg. de aceite. Para aceituna de mesa, el anticipo será de 6,76 €/100 Kg. de aceitunas, igual a 11,25 pts/Kg de aceituna. En este caso de aceitunas de mesa, puede variar el reparto del anticipo y liquidación, aunque la suma de ambos no cambie sustancialmente, debido a una retención que se practica en el anticipo como medida prudente, hasta conocer los coeficientes de transformación de las industrias entamadoras.

Este último año de pago por producción, incluye por primera vez una retención del 3% de modulación, (art.10 R (CE) nº 1782/2003), que para aquellos beneficiarios que no alcancen la cantidad de 5.000 €, les será devuelto en un pago adicional de la ayuda.

Como saben, la nueva campaña que ahora comienza, 2005/2006, la ayuda estará desacoplada de la producción. Es decir, que se percibirá una ayuda calculada en función a los importes recibidos por el oleicultor durante el periodo de referencia 1.999/2.000, 2000/2001, 2001/2002 y 2002/2003, y dividido por los cuatro años, y una vez retraída de esta cantidad los importes correspondientes a la modulación, 4% para el año 2.006 y 5% para los años del 2.007 al 2.012.

También se detraerá un porcentaje máximo del 3% para la Reserva Nacional, fondos que los Estados Miembros dispondrán para "...con criterios objetivos y de tal forma que se garantice la igualdad de trato entre agricultores..." se destinen a compensar a aquellos que se encuentren en alguna de las situaciones especiales a que se refiere el art. 18 R(CE) nº 795/2004.

BALANCE OLEÍCOLA:

En los cuadros adjuntos se expone para las últimas campañas la producción de aceite de oliva en España, con detalle para las provincias andaluzas por la importancia de su producción. La campaña 2004/2005 es aun provisional, pues sólo conocemos las salidas de aceite y existencias hasta septiembre de 2.005, de la

Para las estimaciones 2005/2006, consideramos las existencias a finales de Octubre de 2.005, que pueden ser inferiores a las 205.000 Tm., y partimos de los datos del aforo de cosecha de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía que, por realizarse antes de las lluvias, estimamos que serán mayores (aprox. 800.000 Tm en España), aunque mantenemos las publicadas por ellos en diferentes medios.

Como se puede apreciar, de confirmar-se estas cifras, las disponibilidades de aceite en España (Producción + Existencias iniciales + Importaciones) son muy bajas con respecto a la media de las cuatro últimas campañas, 1.434.000 Tm. Por tanto es de esperar que este año se cierren importantes operaciones de importaciones de terceros países, y se opere a precios superiores a los de la pasada campaña, que regularán el mercado con un muy probable descenso del consumo interior y exportaciones.

Sólo unas condiciones climatológicas más favorables en este invierno y la primavera próxima, para el cultivo del olivar en Andalucía, primera productora de aceite de oliva del mundo, pueden mejorar la actual situación del mercado del aceite de oliva, producto de moda y de demanda.

campaña04/05 ayuda producción aceituna de mesa

PROVISIONAL

	anticipo	liquidacion
C.N.G.	760.027	760.027
Solidaridad	0	0
CNG Corregida	760.027	760.027
P.Efect.ayuda	1.117.841	1.117.841
Pena.anticipo	38,19%	32,01%
Antic-M.Seg.	61,81%	67,99%

campaña 2.004/2.005

ORIGEN	Tm.ACEITE
ACEITE	980.287
A.MESA	59.131
TOTAL	1.039.418
ORUJO 8%	78.423
TOTAL	1.117.841
Total+Marg.S	1.229.625
Marg.Coef.Tra.	0,75

ECUS/100 KG	AYUDA INICIAL	ANTICIPO	LIQUIDACION	DIFERENCIA
ACEITE		PREVISTO		
	132,25	81,74	89,92	8,17
DEDUCCIONES				
MEJORA CALIDAD 0,3%	-0,397	-0,245	-0,270	-0,025
SUMA PARCIAL	131,853	81,50	89,648	8,150
INCREMENTO ORUJO 8 %				
O.P.R. 0,8 %	-1,055	-0,652	-0,717	-0,065
Parcial	130,798	80,846	88,931	8,085
Modulación 3%		-2,425	-2,668	-0,243
Neto socio		78,421	86,263	7,842
		ANTICIPO	LIQUIDACION	DIFERENCIA
PTS/EU VERDE	PTS/KG/ACEIT			
166,386	217,630	134,517	147,968	13,452

Cálculo de ayudas para 100 Kg. de aceituna de mesa	Euros €	Pesetas Pts
Ayuda Inicial	15,04	2.502,75
Ayuda Penalizada	9,92	1.650,58
Anticipo Ayuda	6,76	1.125,40
Liquidación Ayuda	3,16	525,19

Los retos del aceite de oliva español



César Lumbreras

Recuerdo que durante el coloquio que siguió a una conferencia que pronuncié en la campaña 1996-97 en Córdoba, sobre la reforma que se preparaba entonces de la Organización Común del Mercado (OCM) del Aceite de Oliva, uno de los oyentes se "largó" una disertación poniendo a caer de un burro a los italianos, porque vendían aceite español como si fuese suyo. A continuación, en un tono correcto pero exaltado, me preguntó cuál era mi opinión al respecto. Le dije que si los italianos vendían aceite español como suyo era porque alguien en España les había proporcionado esa mercancía, por lo que antes de echar las culpas a nadie del exterior, había que mirar lo que sucedía en Andalucía o Cataluña, por poner dos ejemplos. Se quedó un tanto helado, sobre todo cuando añadí que, además, había que dar las gracias a los "malditos italianos" porque, si un año desaparecían de nuestro mercado, los precios se hundirían y él sería el primero en padecer la situación de crisis.

Desde esa fecha hasta ahora han cambiado mucho las cosas, aunque no tanto como debieran. En nuestro país se ha hecho un gran esfuerzo en la comercialización del aceite de oliva (una buena prueba de ello es lo que ha pasado en Estepa y su zona de influencia), tanto en el interior como en los

mercados exteriores. Sin embargo, los italianos siguen dominando los mercados en los países más importantes como Estados Unidos. Hay que seguir por ese camino de ganar cuota, sabiendo además que no es cosa de un año ni dos, sino de bastantes más. Mientras tanto, seguiremos dependiendo de sus compras para que los precios no caigan.

Pero además de los mercados exteriores también existe el interior, y ése está olvidado. Por ejemplo, la cultura del aceite de oliva es prácticamente nula, y su consumo muy escaso, en regiones como Galicia, Asturias, Cantabria o Castilla León. Y, en las regiones productoras, las amas de casa y las personas encargadas de realizar la compra tampoco conocen en muchos casos la diferencia entre las diferentes categorías de aceite. En España también hay mucho que hacer para aumentar la cantidad de aceite vendido y mejorar la comercialización. Para eso hay que llegar al consumidor con mensajes claros, además de tener cuidado con los precios, por supuesto. Y eso es algo que no se ha entendido habitualmente en el mundo del aceite de oliva, donde los expertos se pierden en definiciones exhaustivas de las diferentes categorías, que sólo sirven para confundir al potencial consumidor.

PRODUCCIÓN INTEGRADA

CALIDAD CONTRASTADA



Juan José Martínez Fernández
Técnico API Sor Ángela de la Cruz Estepa
Nicolás Pariente Ruiz
Técnico API Arbequís

Desde estas páginas se nos ha solicitado una breve intervención que explique de forma clara qué es la Producción Integrada. Pensamos que una buena parte de los agricultores que conforman la D.O. Estepa son conocedores de este sistema de producir aceitunas, por lo tanto intentaremos transmitir lo que significa la Producción Integrada para todos aquellos que todavía no forman parte de una API.

La Producción Integrada se puede definir como la aplicación de técnicas agrícolas que hacen compatible el respeto al Medioambiente con la Rentabilidad de las explotaciones. Por tanto no tenemos un objetivo único, sino múltiple, debemos aplicar una serie de técnicas agronómicas para obtener aceites de la máxi-

ma calidad organoléptica y saludable, cumpliendo con las exigencias sociales en materia de respeto medioambiental y, por supuesto, que todo este proceso sea rentable para el agricultor. Desde la experiencia que nos da ser una de las zonas pioneras en la Producción Integrada, podemos afirmar que ya se han conseguido los objetivos planteados. Los olivares han obtenido un ahorro tanto en aplicaciones de fitosanitarios como en realización de labores innecesarias, además de tener un asesoramiento personalizado en cada una de las explotaciones por parte de técnicos cualificados. Así mismo, se ha obtenido un producto con garantía, ya que estamos sometidos a controles exhaustivos, por parte de empresas externas, que certifican el cumplimiento de todo el proceso.

La Producción Integrada, además de controlar la evolución en el campo de la aceituna, cuida que la transformación en la almazara mantenga la calidad intrínse-

ca de nuestras aceitunas, obteniendo los aceites de las más alta calidad. Partimos de una situación privilegiada ya que la agricultura del futuro es ya un presente con solvencia contrastada en nuestra Comarca, este hecho refuerza a la joven D.O. Estepa ya que el camino andado por los agricultores que están en Producción Integrada garantiza un producto con las cualidades propias de nuestra zona bajo la supervisión de los técnicos de Producción Integrada.

Durante el año 2005 cerca del 40% de la superficie de la DO Estepa se cultiva con técnicas de Producción Integrada, por lo que este año se podrán comercializar Aceites de Oliva Virgen Extra con los dos logotipos, lo que le da una doble calidad a la DO Estepa, por un lado está garantizada la procedencia del aceite y por otro la Producción Integrada garantiza que dicho producto se ha obtenido respetando al máximo el Medioambiente.



El camino del éxito

Fernando Rodríguez Villalobos
Presidente de la Diputación de Sevilla



Hoy en día, la saturación y las grandes exigencias del mercado y de los consumidores son en muchas ocasiones una barrera infranqueable que conduce al fracaso a muchos productos y, por ende, a numerosas empresas.

En una sociedad en la que los bienes de consumo registran todos unos niveles muy similares de puesta en el mercado, la diferenciación a través de la calidad y la gestión total de todo el proceso de elaboración son un buen antídoto para vencer las exigentes trabas del mercado.

Podríamos afirmar que, para cualquier empresa que intente posicionar sus productos entre los preferidos por los consumidores, el camino del éxito radica en dotar de un plus intangible al objeto final que presenta en el mercado.

Y en esa línea, una manera eficiente de adquirir esa diferenciación del resto, ese "algo más" que los demás productos del mismo segmento es adquiriendo el sello de calidad que supone una denominación de origen tal y como han obtenido los aceites de nuestra Sierra Sur.

En una comarca postrada por el olvido de las administraciones durante centurias, el dinamismo mostrado por los agricultores y empresarios en torno al aceite durante los últimos años bien merece el premio de esa Denominación de Origen Estepa. Un sello de calidad que aporta ese plus al oro verde que, a buen seguro, seguirá abriendo nuevos mercados y triunfando con sus cualidades allí donde sea compartido en la mesa o en los fogones.

Pero en esa tarea de colocar a los aceites de la Sierra Sur entre los preferidos por todos y, por lo tanto, garantizar el dinamismo económico de esta zona, los agricultores e industriales de esta comarca no estarán solos.

En ese apartado, la Diputación ya ha mostrado desde el principio su predisposición a colaborar estrechamente con este sello de calidad y así lo ha hecho ya en diversas presentaciones e iniciativas que la D.O. Estepa ha realizado.

Y en ese camino del éxito para la Sierra Sur seguiremos. Al lado de los vecinos y vecinas de esta zona, apoyándolos decididamente porque estamos convencidos del enorme filón económico y de bienestar social que la comercialización de sus aceites representa para el futuro inmediato.

Consejo Regulador de la Denominación de Origen Estepa

Pol. Ind. Sierra Sur - Centro de Empresas -
Apartado de Correos 181
41560 Estepa Sevilla
Tfno. 95 591 26 30 Fax 95 591 26 30
web: www.doestepa.es
e-mail: secretaria@doestepa.es

El remate

Pueden expresar sus opiniones enviándolas por correo ordinario, a través de nuestros números telefónicos o en la dirección de correo electrónico reseñada

RAZONES PARA UNA DENOMINACION DE ORIGEN

Alvaro Olavarria Govantes
Director Gerente
Oleoestepa, Sdad. Coop. And.

Al igual que nuestros aceites de oliva, otros excelentes productos de Andalucía se enviaban en ánforas a diferentes puntos del imperio Romano, como los vinos "Ceretanos" (Marco de Jerez). Aquellos productos que han destacado históricamente sobre otros de similares características, han preocupado, en este caso a sus agricultores y/o productores, la defensa y control de sus producciones frente a la "piratería", bien mediante adulteraciones o falsificaciones.

RAZONES PARA EL PRODUCTOR O INDUSTRIAL

Los aceites de oliva de la Comarca de Estepa y Miragenil en Puente Genil, como los vinos de Jerez, son únicos, inimitables, dado que no sólo la variedad de aceitunas los distingue y caracteriza, en nuestro caso la Hojiblanca como dominante, sino también el suelo, clima y aspectos culturales en las tareas propias del campo, especialmente la precocidad en la recolección y por tanto en la obtención de aceites frutados intensos que los caracteriza. Por cierto, calificación, que además de las razones expuestas, define y dice mucho sobre la calidad de este zumo natural, y por tanto consideramos muy apropiada para dar nombre a esta revista.

Cuentan, que ya por el siglo XVI, se pusieron de moda en Londres los vinos de Jerez, William Shakespeare escribió sobre ello, y unos siglos más tarde, en el XIX, inversores ingleses y franceses, fundaron sus propias bodegas en Jerez, (Osborne, Domecq, Byass). Con la moda y por tanto con un aumento de la demanda, llegó también las falsificaciones e imitaciones, así como el uso indebido del nombre de Sherry o Jerez.

Este problema, general en Europa no sólo para los vinos, sino también para otros productos de calidad, llevó a celebrar en 1.878 el Congreso Internacio-

nal de Marcas de Fábrica, y de éste surgió la constitución de la Liga Internacional para la Propiedad Mutua de la Propiedad Industrial. Posteriormente en 1.883 en la reunión de la Liga en París, numerosos países llegaron a acuerdos de protección de nombres geográficos de los productos, y así podríamos decir que nació el concepto de Denominación de Origen.

Numerosas reuniones, acuerdos y convenios posteriores, fueron necesarios para llegar al año 1.935, donde el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Jerez-Xéres-Sherry se constituye con arreglo a lo dispuesto en el Estatuto del Vino, (Ley 26 de Mayo de 1.933) lo que le confiere la categoría del Consejo más antiguo de España.

La Denominación de Origen Estepa, es la más exigente de las actualmente reconocidas en aceite de oliva, requiriendo a los aceites amparados, no sólo que sean vírgenes extras, sino que además lo sean organolépticamente con muy buena nota. (Puntuación mayor o igual a 7 según método antiguo del

COI). Esta particularidad, muy frecuente en nuestros aceites elaborados en los meses de noviembre y diciembre, donde se recolecta cerca del 75 % de las aceitunas, es una ventaja competitiva, y lo será aún más a medida que consigamos transmitir una mayor cultura del aceite de oliva virgen extra a los consumidores.

Al alcanzar la notoriedad en los mercados de nuestras marcas de aceites vírgenes extras, gracias a la excelente calidad total de los mismos (producto, presentación, garantías, etc), la Denominación de Origen protege a los productores que con su esfuerzo y cuidado lo han hecho posible, frente a terceros que pudieran comercializar aceites con mención en su etiquetado a la Comarca de Estepa. Somos por ello auténticos y únicos, sin imitaciones.

Pero todos estos recursos invertidos, económicos y tiempo, debe traducirse en generar mayor valor añadido a nuestros aceites, tarea encomendada a la DOP Estepa y a sus operadores comerciales como Oleoestepa. El rediseño de





la imagen y marca de Oleoestepa, así como la incorporación de nuevos formatos en latas, botellas de cristal exclusivo, cuidados estuches de aceites para regalos, tapones irrellenables con precinto de garantía de la DOP Estepa, la producción integrada, el sello de calidad certificada de la Junta de Andalucía, etc., sin lugar a dudas contribuirán a valorizar este milenario y noble producto que durante tantos años hemos maltratado.

RAZONES PARA EL CONSUMIDOR:

Leía hace unos días, que el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Azafrán Mancha, aseguraba que más del 90 % del azafrán español procede de Irán, y que idéntica cantidad del 90 % de la producción mundial de esta es-

pecia, se adultera. España es el primer productor mundial de azafrán, y esta DO de Azafrán de la Mancha, acoge a las zonas productoras más importantes.

Para el consumidor de "oro en hebras", denominado así el azafrán por su alto coste, (aproximadamente 3.000 €/Kg al consumidor final), es muy importante garantizarle que, aunque pague un producto caro, es auténtico y de máxima calidad. Esto es lo que se certifica con la etiqueta de la DOP Azafrán de La Mancha.

En el caso del aceite de oliva virgen extra, ocurre algo parecido, todo se etiqueta ahora como virgen extra. La razón es, contra todo pronóstico de importantes industrias envasadoras, que

cada vez se consume mayor cantidad de virgen extra en el mundo, y menos de otras calidades de aceites de oliva (0,4° suave ó 1° intenso).

Una Denominación de Origen como la de Estepa, controla y cuida, que al adquirir el consumidor uno de sus aceites amparados, sea sin lugar a dudas un virgen extra, química y sensorialmente, hasta el día de su caducidad marcado en la etiqueta.

Los aceites vírgenes extras seleccionados y calificados por la DOP Estepa, mientras se almacenan en las bodegas de nuestra planta envasadora a lo largo del año hasta el momento de embotellarlos, son controlados organolépticamente cada 45 días, para asegurarse que aún mantienen una puntuación al menos de 7, y así, llegados el día de envasarlos, se encuentren como el día de su elaboración.

Estos últimos detalles que recojo en este artículo, son sólo una muestra de una extensa relación de controles que se practican a cada lote envasado bajo las marcas Oleoestepa y Estepa Virgen, y que garantizan a nuestros clientes consumir uno de los mejores aceites vírgenes extras del mundo, al menos eso avalan los numerosos premios obtenidos cada año, y por ello protegido por las administraciones europeas, nacionales y autonómicas.

Quisiera aprovechar la ocasión para aportar dos ideas:

Una para los consumidores de aceite de oliva virgen extra, de manera que sean muy exigentes a la hora de la elección de su aceite, al tratarse de un zumo natural no son todos iguales, y si tenemos la satisfacción de ser la marca Oleoestepa o Estepa Virgen la elegida, sepa que está adquiriendo la mejor selección hecha por expertos entre nuestra producción de la Comarca de Estepa y Puente Genil

Otra para nuestros amigos empresarios del ramo de la hostelería y restauración, animarles a que sean cada vez más los que se sumen a presentar en sus comedores y barras para desayunos, los magníficos aceites de oliva virgen extra de la Denominación de Origen Estepa, en los formatos de cristal, con sus diferentes variedades de aceitunas, hojiblancas, arbequinas, selecciones, para así contribuir a difundir el producto que más riqueza genera en nuestros pueblos y a su vez, obtenga, como el tener una buena carta de vinos, una mejor categoría de su establecimiento que su cliente apreciará.

La cultura del olivo, un recurso por explotar

Moisés Caballero

Secretario Consejo Regulador D.O. Estepa

Cuando te proponen hablar de estos temas relacionados con la cultura del olivar dentro de los periódicos y revistas del sector uno piensa en la necesidad de escribir algo que realmente atraiga a los mayores interesados, los olivareros.

Si bien podría uno introducir temas que realmente interesan desde el punto de vista cultural e histórico, ocasión para ello tendremos a lo largo de la extensa vida de este periódico (espere-mos), el hecho está en que estas mismas cuestiones y reflexiones pueden ser futuras fuentes económicas para las áreas de desarrollo del olivar y para los olivareros en particular.

Cuando se habla de recursos económicos queremos decir que generen beneficios, bien es verdad que este reconocimiento de cierto protagonismo que está teniendo el fenómeno de la cultura del olivar en estos últimos años es reciente, aun minúsculo, y principalmente llevado a cabo por las Administraciones Públicas, no obstante, es tal el potencial que hay que reflexionar sobre el tema, en primer lugar por el papel tan novedoso que esto supone y por la necesidad de que sea el propio sector, olivareros, Almazaras y envasadoras – comercializadoras los protagonistas del mismo, consiguiendo con ello capitalizar los importantes recursos y beneficios que éste va a deparar.

Pero esta manifestación para nada es altruista sino estudiada con seriedad y rigor, proponiendo metas realmente interesantes que puedan generar significativos logros. Un claro caso, está en la recuperación de un patrimonio tangible e intangible impresionante, que desde la experiencia del mundo del vino nos muestran diariamente, ya que no sólo están recuperando su pasado sino que están dando a conocer al público consumidor en general lo históricamente ventajoso que es consumir vi-

nos de calidad.

En nuestro caso somos los propios olivareros desconocedores de una herencia patrimonial e histórica en muchos casos totalmente oculta, en otras si bien está inmanente e inoculado en el hacer cotidiano también desconocida, el caso es que los propios olivareros y los cada vez más exigentes consumidores nos piden descubrir nuestro hermoso pasado y darlo a conocer, pero sólo este hecho de por sí, necesita y sugiere del interés de todos los sectores implicados, privados y públicos, ya que los resultados pueden ser enormemente sugestivos y si no preguntémosle a los viticultores y el enorme auge que está teniendo el turismo enológico.

Pero seamos conscientes de la realidad económica por la que atraviesa el sector y pensemos desde el punto de vista de rentabilización. Es tal la información que en nuestro caso tenemos, que bien estudiada y utilizada puede suponer una arma enormemente poderosa, por ejemplo para el atractivo campo del marketing. La historia vende y si está bien contada aún más, hoy son muchas las empresas que emplean muchos recursos para conseguir un "label de antigüedad" para vender, inventándose en muchos casos ricos pasados.

En nuestro caso sucede que, con una simple rememoración conseguimos un enorme patrimonio, por ello si apostamos por ese "Label de la Tradición", unidos a los demás, pues esta realidad necesita de ser global y compleja, podemos obtener resultados enormemente positivos.

El hecho de vender calidad con tradición posibilita nuevos y más experimentados consumidores, que evidentemente exigen más, pero también pagan mejor el producto. Esto no quiere decir que el fenómeno sea elitista todo lo contrario, no obstante refuerza la gama de aceites de alta calidad y la sincera labor de aquellos agricultores que se esmeran e invierten su esfuerzo y su

dinero por conseguir productos de CALIDAD.

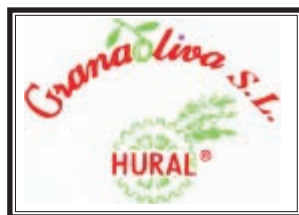
Además todas estas circunstancias hay que verlas con la mirada puesta en la nueva PAC, en las cada día mayores medidas relativas a seguridad alimentaria y normativas medioambientales, y también, de manera muy especial, en las ayudas que en materia de desarrollo rural se están otorgando desde la Comunidad Europea. El olivarero y en especial sus representantes, tanto privados como públicos, deben de ser conscientes del peso histórico, económico y cultural que este sector ha tenido y tiene en muchos lugares concretos de nuestra geografía nacional, nuestra Denominación de Origen Estepa es un claro exponente.

Por lo tanto, es una necesidad del mismo el aprovechar desde la experiencia que supone conocer bien nuestro pasado, este marco comunitario especialmente en materia de desarrollo rural, ya que ello esta suponiendo la entrada de importantes cantidades económicas en el medio rural y debe el sector capitalizar buena parte de estos ingresos.

Ya hay ejemplos notables de esta puesta en valor de un patrimonio olivarero inconmensurable, pero son muchas las voces que claman por un mayor aprovechamiento de estos recursos, universidades, administraciones locales, etc, no dejemos por tanto de ver en este campo un nuevo yacimiento de muchas posibilidades, especialmente para los olivareros del mañana.

Todo ello supone inversiones, pero éstas generarán sustanciosas rentas, materiales e inmateriales, al principio a lo mejor no tan fáciles de ver pero a medio y largo plazo sin duda algunas serán muy ventajosas y visibles.

En definitiva, como decía cierto político británico: "El secreto del éxito en la vida del hombre consiste en estar dispuesto para aprovechar la ocasión que se le depara", esperemos que el sector aproveche esta ocasión.



**UNA GRAN ORGANIZACIÓN con tres marcas de prestigio,
cinco fábricas y 47 años de experiencia.**

**TREICO ha incorporado la marca “ HURAL “ para su
Organización.**



**MARCAS LÍDERES UNIDAS PARA EL BENEFICIO DE
NUESTROS CLIENTES**



**TREICO ... CTRA. A-340, KM-20 – 14500 PUENTE GENIL (CO)
TLF. 957.60.01.50 FAX. 957.60.02.22 www.treico.com**

ACEITE Y SALUD.

"AZ-ZAIT", el jugo de la oliva

Julio Moreno González

Director Fundación Real e Ilustre Colegio
Oficial de Médicos de la Provincia de Sevilla

El aceite de oliva y el cultivo del olivo han viajado paralelamente en la cultura mediterránea y del Asia Menor, con cierta probabilidad los Fenicios fueron los introductores en Europa y, sobre todo en la cuenca del mediterráneo, donde la presencia del olivo en las costas españolas coinciden con el dominio romano, aunque fueron posteriormente los árabes los que impulsaron su cultivo en Andalucía, convirtiendo a España en el primer país productor de aceite de oliva a nivel mundial.

La llegada de la cultura olivarera al nuevo mundo tuvo lugar en Perú y México alrededor de 1560 y en California sucedió en 1769. Hoy día la cultura del aceite de oliva y su cultivo se extiende por todos los países cuyo clima lo permite.

El aceite de Oliva Virgen es un zumo de fruta natural que conserva el paladar, perfume, vitaminas y todas las propiedades del fruto del que procede, siendo además el único aceite vegetal que puede consumirse directamente virgen y crudo. Durante siglos ha servido como alimento, materia prima para alumbrado, ungüento medicinal y líquido revitalizador del organismo humano y son estas propiedades las que perviven en la salud.

Una de estas propiedades es su **valor calórico** de 9 calorías por gramo, la misma proporción que cualquier otra grasa animal o vegetal. Siendo las grasas uno de los más importantes de estos nutrientes, por su aporte energético, su presencia en el desarrollo de las estructuras celulares y porque, sin ellas, sería imposible la asimilación de ciertas vitaminas y minerales. Además de hacer las comidas más apetitosas, las grasas poseen un indiscutible valor biológico ya que los tejidos necesitan de los lípidos para desarrollar su actividad. Además, como algunas vitaminas (A, D, E, K) sólo son solubles en las grasas, forzosamente dependen de los lípidos para ser absorbidas.

Conviene recordar que **los lípidos** están formados por ácidos grasos que per-

tenecen a dos grandes grupos:

✍ Los ácidos grasos saturados, que encontramos en las grasas de origen animal (quesos, carne, mantequilla, nata,...) y en los aceites de coco y de palma.

✍ Los ácidos grasos insaturados, presentes en los aceites vegetales y en los pescados, comprenden, a su vez, los ácidos monoinsaturados y poliinsaturados. De estos ácidos grasos presentes en los aceites vegetales hay dos que resultan fundamentales para la vida humana: el ácido oleico (monoinsaturado) que forma el 80% del aceite de oliva virgen, y el ácido linoleico (poliinsaturado) también presente en el aceite de oliva virgen, que es fundamental para nuestro organismo.

Un tema que ocupa sobremanera a aquellos que nos dedicamos a divulgar la salud y la dieta es la influencia **del colesterol** en la salud, y difundir reiteradamente su realidad nunca está de menos. Es una sustancia grasa contenida en los organismos animales que ejerce un importante papel en las funciones vitales. Muchas hormonas de nuestro organismo, imprescindibles para la vida, se obtienen en el cuerpo humano a partir del colesterol. Así las grasas y el colesterol, para ser transportadas por la sangre se coligan con proteínas formando unas asociaciones moleculares que llamamos lipoproteínas de baja densidad LDL ("colesterol malo") y de alta densidad HDL ("colesterol bueno").

El "colesterol malo" (LDL) se asienta en las paredes internas de las arterias, en forma de placas de ateroma, estrechándolas y convirtiéndose en un factor causante de la arteroesclerosis, con el riesgo que esto conlleva para las enfermedades cardiovasculares. Pero **El aceite de oliva virgen extra** es uno de los principales factores de prevención de las enfermedades del aparato circulatorio (corazón, arterias, etc.) por la cantidad de ácido oleico que contiene, se considera la grasa ejemplar. El ácido oleico aumenta el "colesterol bueno" (HDL) que ejerce un papel protector, ya que transporta el "colesterol malo" (LDH), depositado en las arterias, hasta el hígado para su eliminación, reduciendo los riesgos de trombosis arterial y de infarto.

El aceite de oliva virgen extra contiene vitamina E, que es la que aporta al aceite la propiedad de conservante; y al ser una antioxidante celular, retarda el envejecimiento de las células y, en consecuencia, de la propia persona. Podríamos decir que el aceite es una especie de elixir de la juventud, también aporta vitamina A, que es un buen protector de la vista y es un elemento esencial de la tan apreciada dieta mediterránea.

La influencia de la **Dieta mediterránea** en nuestra salud y por tanto en la prevención de enfermedades, se ve de una manera evidente cuando tramamos el tema del Cáncer. Los antiguos griegos ya atribuyeron una gran importancia al régimen de vida, es decir, al conjunto de hábitos del cuerpo y del alma que constituyen la actividad vital del hombre. Pues bien, esta dieta tradicional del Mediterráneo se ha redescubierto cuando los expertos en nutrición, en esa lógica inquietud por la alimentación y las formas de vida, han investigado la manera de convertir las recomendaciones nutricionales en alimentos concretos y tipos de comida.

Al estudiar los hábitos alimentarios de distintas poblaciones se comprobó que la alimentación de las diversas regiones mediterráneas, compuesta por verduras, hortalizas, legumbres, frutas, pescado, aceite de oliva virgen y vino, podía ser el origen de las reducidas cifras de colesterol que presentaban los mediterráneos cuando eran comparados con los habitantes de América del Norte, anglosajones y centroeuropeos, los cuales consumían una dieta con mayor contenido calórico, basada en grasas y proteínas de origen animal, productos lácteos y dulces que preparaban con mantequilla o derivados.

Como resultado de este hecho y de las conclusiones de diferentes estudios, se acuñó el término de Dieta Mediterránea, refiriéndose a ella como una dieta saludable, especialmente por su efecto beneficioso sobre las enfermedades cardiovasculares. Una de las bases que demuestran este reconocimiento es el Aceite de Oliva Virgen. Otra razón se en-

cuentra en el alto consumo de pescado, especialmente del graso (llamado también pescado azul).

Un tema de actualidad que ocupa a las poblaciones desarrolladas es la **obesidad** que representa un factor de riesgo claro para el cáncer de mama tras la menopausia, cáncer de próstata, endometrio y vesícula biliar. Probablemente es también un factor de riesgo para el carcinoma de células renales y carcinoma de cerviz, así el mensaje de salud pública es "evitar la obesidad y el sobrepeso" y esto se confirma mediante la relación existente entre la obesidad y enfermedades como la cardiopatía, diabetes, cálculos biliares, etc... Como se comentó en documentos anteriores, la Dieta Mediterránea es aconsejable para la prevención de la obesidad y de este modo para el cáncer relacionado con ésta.

Vamos a exponer a continuación algunas investigaciones destacadas que permiten evidenciar las relaciones causa-efecto de la dieta y su repercusión positiva en la salud.

Estudios de población demuestran que el consumo total de grasa se asocia con el cáncer de diferentes localizaciones, particularmente de colon, mama, endometrio, ovario y próstata. todas estas neoplasias se relacionan con la dieta de tipo occidental y con un consumo excesivo de energía. De todos modos, el mensaje de salud pública no está claro, ya que estudios prospectivos en cáncer de mama no han demostrado ninguna relación con el consumo de grasa total y un estudio sobre cáncer gástrico sugiere el efecto protector del consumo de grasa derivada de carne y derivados lácticos, en el cáncer gástrico.

Estudios de correlación internacionales sugieren que el tipo de grasa dietética es importante en la etiología del cáncer relacionado con la grasa. El consumo de grasa animal per cápita se correlaciona positivamente con los índices de mortalidad por cáncer de colon, próstata, mama y ovario. La relación entre el consumo de grasa animal y el riesgo de cáncer colorectal es particularmente fuerte. En contraste, los índices de mortalidad por cáncer de colon son relativamente bajos en Grecia, España y el sur de Italia donde el consumo de grasa animal es bajo y el aceite de Oliva es el tipo de grasa consumida más común. Hasta ahora, las grasas y aceites vegetales se consideraban neutrales respecto al riesgo de cáncer. Pero, análisis recientes sugieren que el aceite de Oliva podría tener efectos protectores contra el cáncer de diferentes localizaciones, particularmente cáncer de mama.

Y dentro de la dieta mediterránea es conveniente añadir al consumo del aceite de Oliva virgen extra el consumo, a ser posible alto, de frutas y vegetales, parti-

cularmente vegetales crudos, protege contra el cáncer de diferente localización, especialmente los del tracto digestivo y respiratorio y los cánceres relacionados con las hormonas. Tienen una acción anticarcinogénica en una amplia gama de localizaciones y no existe una correlación positiva entre el consumo de vegetales y fruta y el cáncer. Contienen una variedad de agentes anticarcinogénicos: carotenoides, vitamina C y E, fibra dietética, selenio, glucosinolatos, indoles, flavonoides, inhibidores de proteasas y esteroides de plantas. Hasta ahora sólo se ha demostrado la acción de las vitaminas antioxidantes y provitaminas en estudios epidemiológicos en humanos. De todas formas, parece que no es sólo un agente exclusivamente el que funciona como factor protector, sino que cada uno de ellos posee un papel protector según las circunstancias.

Varios estudios epidemiológicos indican que un consumo regular de aceite de Oliva está inversamente relacionado con el cáncer de diferente localización. La mayoría de estudios comentan la relación entre el aceite de oliva y cáncer de mama o gástrico. A pesar de que se necesitan más trabajos de investigación, la evidencia existente de una manera consistente, aunque no concluyente, apoya el papel protector del aceite de oliva en la prevención del cáncer de mama.

Estudios más recientes sobre prevención de algunas enfermedades parecen confirmar que existen sustancias efectivamente "cardioprotectoras" en la alimentación mediterránea, de las cuales las más relevantes son las antioxidantes, con una substancial presencia en el Aceite de Oliva Virgen Extra.

Con respecto a otros aceites, el Aceite de Oliva presenta un factor de digestibilidad mayor y, por lo tanto, resulta más fácilmente absorbible por la mucosa intestinal (un alimento es más digestible cuanto menos tiempo permanece en el aparato digestivo).

Ilustramos brevemente el mecanismo de digestión de las sustancias lipídicas. En una dieta normal, las grasas constituyen, de media, el 20-40% de las calorías totales consumidas diariamente (esto significa alrededor de 500 a 1000 calorías). Para que el intestino logre absorber las grasas y, por lo tanto utilizarlas, deben ser modificadas o bien atacadas por las enzimas digestivas liberadas por las glándulas exocrinas del páncreas que les reducen las dimensiones, dividiéndolas en su constituyente base. Para que ello ocurra correctamente hace falta que las grasas sean emulsionadas por las sales biliares, cuya tarea consiste en orientar el lípido en la correcta posición, permitiendo así un más cómodo ataque enzimático. La predominancia de un cierto tipo de ácido, en efecto, determina las calidades nutricionales de la sustancia grasa y, por lo

tanto, su función metabólica. La alta digestibilidad del Aceite de Oliva viene dada por la presencia de ácido oleico.

En resumen, los efectos beneficiosos del Aceite de Oliva Virgen sobre el organismo son:

- ♦ Reduce el nivel de colesterol
- ♦ Disminuye el riesgo de infarto
- ♦ Reduce las probabilidades de trombosis arteriales
- ♦ Disminuye la acidez gástrica
- ♦ Ofrece una acción eficaz de protección contra úlceras y gastritis
- ♦ Estimula la secreción de bilis y es el mejor absorbido por el intestino
- ♦ Regula el tránsito intestinal
- ♦ Beneficia nuestro crecimiento óseo y permite una excelente mineralización del hueso
- ♦ Contiene Antioxidantes y Vitaminas A, E, D y K

Un apunte de interés es recordar **La pirámide alimenticia** de Oldways marca las pautas por lo que respecta a proporciones y frecuencias recomendables de consumo en la dieta sana y equilibrada de un adulto sano. Pirámide realizada por expertos en nutrición de: Organización Mundial de la Salud, Oldways Preservation & Exchange Trust y Who/Fao Centro de colaboración para la Nutrición del Instituto de Salud Pública de Harvard.

Pirámide alimentaria en la Dieta mediterránea

Punta de la pirámide:

Carnes rojas se recomienda cada mes

Cuerpo medio de la pirámide:

Dulces, huevos, pollo, pescado se recomienda cada semana

Base baja de la pirámide:

Queso, yogur, **Aceite de Oliva**, Vino (con moderación), fruta, frutos secos, legumbres y verduras, patatas, pan, pasta, arroz y cereales se recomienda a diario

Y éstas son sus características:

- ✍ Abundancia de alimentos de origen vegetal: frutos secos, frutas, verduras, cereales, legumbres y patatas.
- ✍ Elección de los alimentos más frescos, los que se conservan en su estado más natural.
- ✍ **Uso del aceite de oliva como grasa principal**
- ✍ La energía aportada por la grasa debe oscilar entre el 25 y el 35%. Las grasas saturadas no superan el 7-8% de energía (calorías)
- ✍ Consumo diario de una cantidad moderada de queso y yogur
- ✍ Consumo semanal moderado de pescado, aves y huevos
- ✍ Fruta fresca, como postre diario. Los dulces, pocas veces a la semana
- ✍ Las carnes rojas algunas veces al mes
- ✍ Realizar ejercicio físico regular para favorecer un buen peso y estado físico
- ✍ Una copa de vino en las comidas (con moderación)

CAJA RURAL

POR EL ACEITE

DE D.O ESTEPA



José Luis García Palacios
Presidente de Caja Rural del Sur

un dinamismo notable, que hay que atribuir de modo especial a un Consejo Regulador integrado por personas de gran competencia y ejemplar entusiasmo. Una prueba más de la labor que está realizando es esta Revista, "Frutado Intenso", que nace como un valioso instrumento de comunicación para divulgar las actividades de la Denominación de Origen y difundir las cualidades del aceite de oliva al que ampara.

Evidentemente, la calidad del aceite es el leit motiv de la Denominación de Origen.. Y lo es desde la perspectiva del control y aseguramiento de la calidad, de modo que el consumidor asocie inmediatamente el nombre de Estepa con el concepto de aceite saludable y sabroso; y con su consecuencia lógica, la promoción para que la calidad se traduzca en las preferencias del mercado y, por tanto, en mejoras apreciables en los resultados de la comercialización para los productos.

En un mundo y una época en los que los avances científicos han demostrado la íntima relación entre el sistema de alimentación mediterránea y la salud, no cabe duda de que el aceite, considerado sin discusión el rey de este grupo de alimentos, cuenta con bazas importantes para ocupar un puesto de privilegio en las mesas de los ciudadanos. Los constantes esfuerzos por introducir mejoras en el cultivo

del olivar y en la elaboración del aceite están logrando además un alimento de gran calidad organoléptica. Y también la formación del consumidor se va haciendo día a día más completa y ya son muchos los que saben distinguir y apreciar los matices de los distintos tipos de aceite y disfrutar de su rica gama de sabores y aromas.

Caja Rural del Sur, a través de su Fundación, tiene el propósito de apoyar decididamente a la Denominación de Origen Estepa. Para que este espíritu se plasme en realidades concretas, se encuentra abierta una línea de trabajo entre ambas entidades para definir la colaboración en actividades acordes con los objetivos de la Denominación de Origen.

Una de las más relevantes para el futuro próximo es la presencia en SICAB, el Salón Internacional del Caballo Español, que se celebra en Sevilla en el mes de noviembre. El protagonismo en el stand de Caja Rural de los aceites de Estepa, acompañados por otros prestigiosos productos andaluces de Denominación de Origen – Jamón de Huelva y Vinos y Vinagres del Condado - y la organización de actos institucionales para su presentación al numeroso público que visita el Salón, van a suponer sin duda un privilegiado escaparate, digno de un aceite excelente. El mensaje que se trata de transmitir es que Caja Rural apoya a los alimentos andaluces de calidad amparados por Denominación de Origen.

No me queda sino reiterar mi felicitación por el nacimiento de "Frutado Intenso" y expresar mis mejores deseos para que su trayectoria, estrechamente ligada a la de la Denominación de Origen Estepa, sea plenamente satisfactoria.

La constitución de la Denominación de Origen de Estepa para los aceites de la comarca ha sido seguramente uno de los acontecimientos más destacados del año pasado en el sector agroalimentario andaluz. Supuso la culminación de un proceso de vertebración del sector olivarero, que ha pasado a lo largo del tiempo por varias etapas: modernización de las cooperativas almazaras tradicionales; constitución de cooperativas de segundo grado para el envasado y la comercialización del aceite; organización de productores de aceite de oliva, con los consiguientes servicios a los olivereros y, finalmente, la creación de la Denominación de Origen.

La Denominación de Origen Estepa, pese a su juventud, está demostrando



Depósitos **RentaFlex**

Tu dinero crece como te interesa



Así son los **Depósitos RentaFlex**
de Caja Rural del Sur.

Cada cliente, un producto.
Para que veas **tu dinero crecer**,
en la cantidad y el plazo que elijas.

Flexible, personalizado.
Con toda seguridad,
y con **beneficios fiscales**
muy interesantes.

A tu medida.

infórmate: www.cajarural.com



CAJA RURAL
DEL SUR



PIRELLA GÖTTSCHE LOWE

El aceite más premiado.



Cada año, los mejores elogios y opiniones de los mejores restauradores y expertos aceiteros del mundo se concretan en unos Premios de Calidad que nos estimulan para seguir elaborando, año tras año, un Aceite de Oliva Virgen Extra único, referencia de la mayor calidad aceitera.



Polígono Industrial Sierra Sur - C/ El Olivo, s/n - 41560 Estepa - Sevilla - ESPAÑA • Teléfono de atención al cliente: 902 23 24 00
e-mail: oleo@oleoestepa.com / www.oleoestepa.com